

ТЕКСТ КУЛИНАРНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ПРОГРАММЫ КАК ПОЛИКОДОВЫЙ И ПОЛИМОДАЛЬНЫЙ

У.В. Ромазанова

Ключевые слова: кулинарная телевизионная программа, поликодовый текст, полимодальный текст

Keywords: culinary television program, polycode text, polymodal text

[https://doi.org/10.14258/filichel\(2026\)1-09](https://doi.org/10.14258/filichel(2026)1-09)

Введение

Актуальность исследования обусловлена активным научным интересом лингвистов к семиотически неоднородным текстам. Особенно широкий интерес к таким текстам отмечается в медиалингвистике, поскольку медиатексты, как правило, создаются на основе нескольких семиотических кодов. В русле медиалингвистических исследований не менее актуальным является изучение взаимодействия дискурсов различных видов (в том числе профессиональных) с самим медиадискурсом.

В фокусе настоящего исследования кулинарный телевизионный дискурс (медиапространство обширно, было решено ограничиться рассмотрением телевизионной разновидности медиадискурса) и его текстовая реализация, которая, по мнению Э.Г. Шестаковой, входит в число лидеров медийного пространства [Шестакова, 2017, с. 420]. Пристальное внимание к digitalfood (еде, которая демонстрируется СМИ) в западном мире отмечает Мишель Филлипов: «Contemporary research in digital food studies now encompasses a diversity of topics and approaches» [Phillipov, 2023, p. 2].

Цель статьи — описание текста кулинарной телевизионной программы как поликодового и полимодального. Для достижения цели необходимо обосновать выбор терминов *поликодовый* и *полимодальный*; проанализировать средства выражения различных семиотических кодов и способы их восприятия; определить, какие функции они выполняют. Новизна исследования заключается в определении функциональной нагрузки компонентов текста, принадлежащих разным семиотическим системам, но составляющих в совокупности единое целое. Новым является и материал, который ранее не привлекался для по-

добных исследований, — тексты кулинарных телевизионных программ «Битва шефов» и «Кондитер. Дети».

История вопроса

Г.В. Ейгер и В.Л. Юхт случаи сочетания языкового кода с кодом иной семиотической системы (изображением, музыкой и т.п.) именуют **поликодовыми текстами** [Ейгер, Юхт, 1974, с. 107]. Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов вводят еще один термин — **креолизованный текст**, под которым понимают текст, состоящий из двух негомогенных частей — вербальной и невербальной [Сорокин, Тарасов, 1990, с. 180]. До сих пор терминологическая традиция не установилась. Е.Е. Анисимова, А.А. Бернацкая [2000], М.Б. Ворошилова [2013] поддерживают термин «креолизованный текст», который «предстает сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова, 2003, с. 17]. Многие исследователи отмечают важность классификации Е.Е. Анисимовой (тексты с нулевой, частичной и полной креолизацией) и используют этот критерий для разграничения поликодового и креолизованного текстов, говоря о том, что первый термин удачен для обозначения типа текста, а второй — вида. Выделение степеней креолизации, которые как будто ставят под сомнение целостность текста и его связность, представляется сомнительным. Предполагается, что с большим успехом можно говорить о функциях элементов разных семиотических кодов в когерентном текстовом целом. Примечательно наблюдение А.Г. Сониной о страдательной форме термина креолизованный, указывающей на наличие исходного текста, подверженно-го процессу «креолизации», хотя такого текста нет [Сонин, 2006, с. 20]. Того же мнение придерживается В.Е. Чернявская: «...в случае взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в тексте речь идет о „смешении“ совсем другого рода, и использование здесь слова „креолизованный“ не добавляет однозначности» [Чернявская, 2009, с. 88].

При взгляде на общий массив исследовательских работ XXI в. термин «креолизованный текст» является частотным. Но исследования последнего десятилетия демонстрируют сужение этого понятия. Несмотря на то что невербальная часть не ограничивается изображением, многие исследователи [Вашунина, 2009, 2020; Чигаев, 2010; Колтышева, 2014] сосредоточиваются на соотношении слова и изображения, выносят изобразительный компонент в дефиницию такого вида тек-

ста. Т.Л. Добросклонская рассматривает негомогенные тексты и, включая их в медиатексты, подчеркивает некоторые их свойства — комбинированность, так как текст основан на единстве вербальных и медийных средств, а также нелинейность, поскольку текст одновременно развивается в вербальном, медийном и гипертекстуальном пространствах [Добросклонская, 2016, с. 15].

В зарубежной лингвистике используется термин «**мультимодальный текст**». По словам Ч. Форсвилла, «“multimodality” is still very much in the process of inventing itself» [Forceville, 2021, p. 680], однако общие закономерности таковы, что в качестве модусов чаще всего рассматриваются spoken language; written language; visuals; music; sound; taste; smell; touch; bodily behavior (gestures, postures, facial expressions, and (manner of) movement) [Forceville, 2021, p. 678-679], что в отечественной традиции рассматривается как семиотические коды.

В отечественной лингвистике к термину «мультимодальный текст» сложился иной подход, на равных с ним используется термин «**полимодальный текст**». А.Г. Сонин называет тексты, «воспринимаемые благодаря одновременной работе двух или нескольких перцептивных (сенсорных) модальностей» [Сонин, 2006, с. 22], полимодальными. А.А. Кибрик, говоря о мультимодальности, тоже предлагает опираться на понимание, «принятое в психологии, нейрофизиологии и информатике: модальность — это тип внешнего стимула, воспринимаемого одним из чувств человека, в первую очередь зрением и слухом» [Кибрик, 2010, с. 135]. Это же понимание предлагает Е.Д. Некрасова, рассматривая модальность в качестве «принадлежности к определенной сенсорной системе» и связывая полимодальный текст «с актуализацией нескольких перцептивных каналов» [Некрасова, 2014, с. 45]. Ряд исследователей рассматривает полимодальный текст с тех же позиций, что и поликодовый, и определяет эти наименования как синонимичные [Волоскович, 2011; Блинова, 2019; Филатова, 2022]. Некоторые исследователи остаются на позиции производства текста, не рассматривая позицию его восприятия, и отказывают тексту в возможности быть полимодальным [Никишин, Галяшина 2020].

Однако если смотреть на текст с двух позиций: порождения и восприятия, то утверждение Е.Д. Некрасовой кажется логичным: «...поликодовый текст (соединяющий в себе вербальный и визуальный код) может быть и мономодальным, если он воспринимается исключительно при помощи зрительного анализатора» [Некрасова, 2014, с. 45]. Этот же процесс работает и в обратную сторону: «Поликодовое сообщение становится мультимодальным при одновременном задействи-

вании нескольких чувственных анализаторов реципиента» [Ахренова, Зарипов, 2023, с. 440].

Автор данной статьи рассматривает текст кулинарной телевизионной программы с двух позиций — порождения и восприятия — и использует термины «поликодовый текст», поскольку в тексте найдены знаки пяти различных семиотических кодов, и «полимодальный текст», поскольку при восприятии текста задействованы пять перцептивных каналов, три из которых — опосредованно, через эффект синестезии.

Материал исследования

В данной статье для анализа привлечены программы «Битва шефов»¹ (сезон 1, выпуски 1-4) и «Кондитер. Дети»² (сезон 1, выпуски 1-4), транслируемые на канале «Пятница!». Оба проекта относятся к соревновательным кулинарным реалити-шоу в классификации М.В. Задориной [Задорина, 2023, с. 88], т.е. ход программы представлен последовательным прохождением соревновательных испытаний участниками программы с целью победы и получения главного денежного приза.

Анализ материала и результаты

С точки зрения производства текста в обеих программах задействуются вербальный, аудиальный, визуальный, кинесический и тактильный коды.

Вербальный код представлен преимущественно устной речью. Ведущие (шеф-повара, звездный гость) общаются друг с другом, с участниками, участники — с ведущими и друг с другом, секундант обращается к участникам («Битва шефов»). И ведущие, и участники общаются также напрямую со зрителем во время вставок-интервью. В обеих программах анонс, правила, справочная информация озвучиваются закадровым голосом. Письменная речь выражена прежде всего названием программы (логотип присутствует как на экране, так и в студии), а также названием канала (обе программы транслируются на канале «Пятница!»). На кителях поваров написаны их имена и фамилии. На экране появляются данные участников (имя, возраст, город), надписи, позволяющие идентифицировать команду, члены которой показаны на экране (*команда Константина Ивлева / Рената Агзамова*); названия

¹ Канал «Пятница!», программа «Битва шефов», 1 сезон. <https://chiefbattle.friday.ru/videos/s1#seasons>

² Канал «Пятница!», программа «Кондитер. Дети», 1 сезон. <https://konditerkid.friday.ru/videos/s1#seasons>

ингредиентов для блюд («Битва шефов»); условия для торта от звездного заказчика, причем они дублируются и на меловой доске в студии («Кондитер. Дети»). В качестве декорации в студии на программе «Кондитер. Дети» используется указатель направлений с выдуманными названиями городов в тематике программы: *Сахаратов*, *Сироповск*, *Нугаевск*. На емкостях для ингредиентов ручкой подписано, что является содержимым («Кондитер. Дети»). На некоторых изделиях можно увидеть надписи в качестве декора.

Аудиальный код представлен просодией как неотъемлемой составляющей устной речи. Все участники программы меняют силу голоса, его высоту, темп речи, ставят необходимое логическое ударение, активно пользуются приемами интонирования и паузации, благодаря чему передается «эмоциональность, экспрессивность, образность речи» [Нестерова, 2024, с. 262]. Также можно услышать смех, крики, восклицания, плач. Отдельный звуковой пласт связан с процессом дегустации — столовые приборы, которыми пользуются шеф-повара, при ударе друг о друга издают звон, лязг или стук; иногда процесс говорения сопровождается пережевыванием пищи, это создает определенный звуковой эффект. Еще один звуковой пласт имеет отношение к процессу приготовления блюд: звуки работы кухонных механических приборов (миксера, блендера), звуки кипения, бурления, жарения, звуки нарезания (нож стучит о разделочную доску) и т.п. Если блюдо не понравилось, шефы, попробовав или даже не попробовав, могут выбросить блюдо вместе с посудой в мусорное ведро, от чего слышен звук падения предмета. Музыкальный фон перманентно сопровождает происходящее на экране.

Визуальный код представлен движущимся изображением, которое снимается в специальной студии, имеющей определенный дизайн и оборудованной кухонным инвентарем. Студия программы «Битва шефов» декорирована деревянными панелями, есть части, выложенные лиловыми плитками, на которых просматривается изображение красных овощей или фруктов. Студия программы «Кондитер. Дети» оформлена довольно ярко, в розовых тонах; некоторые части представляют собой как бы рыночные прилавки под козырьком; также есть плиточная панель, на которой просматривается изображение покрытого глазурью и посыпкой доната; часть студии, которую занимают ведущие, составляет стенка с большим количеством полок, на которых стоят кондитерские изделия в банках и коробках. Обе студии имеют пространство кухни, в котором расположены столы, полки с продуктами, плиты и духовые шкафы, холодильники и др. В программе «Битва шефов» есть

отдельное место в студии, из которого шефы наблюдают за участниками через монитор, а также могут посмотреть сверху на кухни. В этой же программе перед началом каждого этапа продукты эстетично выложены на отдельном, центральном столе. Шефы одеты в кители, участникам раздают оранжевые фартуки с названием программы («Кондитер. Дети») или однотонные, оранжевые — команда Рената Агзамова, фиолетовые — команда Константина Ивлева («Битва шефов»). В остальном — все участники одеты в повседневную одежду. Блюда всегда демонстрируются крупным планом, ярко, с разных сторон, в разрезе. Процесс дегустации также часто представлен через крупный план. Процесс приготовления блюда дается как индивидуально (отдельно показаны действия каждого участника), так и коллективно (например, сверху показаны несколько участников или участники одной команды), а также панорамно (показаны две кухни и обе команды).

Кинесический код выражен взмахами рук, широким их раскрытием, аплодисментами, рукопожатиями, объятиями и другими жестами, мимикой, передающей различный спектр эмоций и переживания всех участников программы.

Тактильный код выражен действиями, которые участники программы совершают своими руками. Руки выступают самым главным инструментом приготовления пищи. Взаимодействие всех участников программы с продуктами питания, с готовыми блюдами передает не только фактическую информацию, но и оценочные смыслы.

С точки зрения восприятия текста адресату доступны прежде всего визуальный и аудиальный каналы. Воспринимаемые двумя перцептивными каналами компоненты текста выполняют различные функции.

Основной перцептивный канал — **визуальный**. Адресат видит ведущих и участников программы, составляет представление о них на основе внешнего вида, манеры движений, знакомится с ними, прочитав надписи: имена ведущих на их кителях; имя, возраст, город на всплывающем изображении при представлении участника. Зрительно адресат может воспринять и ход программы: установочное собрание — участники стоят, слушают ведущего или секунданта, начало этапа — удар секунданта в гонг («Битва шефов»), активные действия участников, окончание этапа — участники прекращают любые действия, поднимают вверх руки. Надписи на экране, внешний вид участников, их последовательные действия реализуют информационную функцию.

Адресат прекрасно видит мимику, жесты, позы всех участников программы. Ведущие, приветствуя друг друга, «дают пять», проявляют дружелюбие. Зрителю понятны реакции на комментарии (улыбка, кивки

головой — согласие, движение бровей вверх или их сдвиг к переносице — несогласие, удивление). Участники, попадая в команду к определенному шеф-повару, часто жмут ему руку, иногда видно, что это действие происходит с силой, на лице при этом читается выражение благодарности, радости («Битва шефов»). Юные участники при прохождении в финал подбегают к ведущим и с благодарностью обнимают их («Кондитер. Дети»). Хотя зритель не может почувствовать прикосновения, он способен воспроизвести их по тактильной памяти. Эти знаки реализуют эмоционально-экспрессивную функцию.

Зритель погружается в атмосферу кухни, глядя на людей в специальной одежде (фартуках, кителях), готовящих в хорошо оборудованном для этого пространстве. Он видит, как участники берут различные продукты, его зрению доступно их количество и качество (свежие или несвежие, много или мало), как работают с этими продуктами с помощью различной кухонной техники или посуды. Можно увидеть пар, исходящий от кастрюли, в которой что-то варится, подгоревшие части на готовом изделии, которое жарилось или выпекалось. Адресат видит готовые блюда: цвет, форму, размер, текстуру.

Ивлев (переворачивает тарелку, но блюдо не выливается): «*А прикольный суп. Слушай, а можно хлеба? Может, намазать, этот х... суп? Его как надо есть? Агзамов: Разрезать* («Битва шефов»). *Агзамов: Правильное дно, красивое, запечённое. Агзамов: Карина, а сейчас уже несемешно! Мне хочется зафиксировать одну большую проблему, которую видит уже зритель... А Вы не видите до сих пор... Обратите внимание на нижний бисквит. Нижний бисквит сырой, непечённый* («Кондитер. Дети»). Процесс дегустации демонстрируется крупным планом: зритель заглядывает в рот дегустатору. В кадре оказываются столовые приборы, четко видно, как ими делят блюдо на кусочки, как на них остаются отдельные фрагменты — соус, другие частички. Все эти знаки в совокупности реализуют синестетическую функцию. Так зритель виртуально оказывается на кухне: он как бы слышит запах, ощущает температуру, текстуру блюда (является ли кусок твердым, мягким, рассыпчатым, плотным и т.п., легко ли жуется), будто сам прикасается руками или столовым прибором.

Через **аудиальный** канал адресат знакомится с ведущими, участниками, правилами соревнования, ходом программы, т.е. звучащая речь реализует информационную функцию. Информация, которая должна быть акцентирована, подчеркивается логическим ударением, паузой, сменой силы и тона голоса.

Закадровый голос: «Царь гастрономии / Константин Ивлев и король тортов / Ренат Агзамов. Агзамов (с торжественной интонацией): Добро пожаловать / в наш кулинарный / мир-р-р-р! В этой студии собрались крутые профессионалы и уникальные самоучки. Секундант (высоким голосом, растягивая гласный звук): Время / пошло-о-о-о-о-о! Участник: Меня зовут Лев, я непрофессиональный повар».

Закадровый голос: «В следующем конкурсе шефы / бросают вызов друг другу, Агзамов / будет готовить птицу, а Ивлев / станет кондитером» («Битва шефов»). Агзамов: И сегодня соревноваться за звание главного / юного / кондитера страны будут тинейджеры. Агзамов (громко, четко): Потому что с нами солидный / знаток / дегустации / бренд-шеф / Роман Степаненко. Участница: Меня зовут Виктория / мне четырнадцать лет / я занимаюсь танцами и моделингом. Закадровый голос: ... юным участникам предстоит повторить сладкие шедевры Рената Агзамова» («Кондитер. Дети»).

Ведущие неформально общаются друг с другом и звездным гостем, могут шутить друг над другом или даже обзывать. Как шеф-повара они дают профессиональные комментарии, задают уточняющие вопросы и высказывают оценки.

Ивлев (Агзамову с ехидством): «А ты что / можно подумать, понял что-то / смокер / сом — тебе что, это разве знакомо? Агзамов: Яичный белок / на девяносто пять процентов состоит / Вода. Коллега, Вы должны это знать. Теперь внимание: наша задача — эту воду убрать, либо / за-вя-зать внутри безе. Ивлев: Сначала / делается непосредственно сам салат / а потом уже / когда у тебя всё уложили, всё готово / уже обжаривается курица / для того чтобы она не стала сухой («Битва шефов»). Агзамов: Итак / единственный человек в мире, который может проглотить / торт / целиком, — Вашурина / Ольга Анакондовна. Приветствую, коллега! Нина Тарасова: Торт простой / по вкусам / но он / для меня / идеально сбалансированный / несладкий / в меру питательный / воздушный прекрасный бисквит / клубника / не вот этого серенького цвета / она прям яркая / хорошая / молодец, вытянул её, потому что клубника — непостоянный продукт. Я говорю тебе „да“! Агзамов: А какое соотношение молока и сахара в выпечке» («Кондитер. Дети»)?

Участники при общении с ведущими соблюдают некоторую статусную дистанцию, при общении друг с другом дистанция отсутствует.

Участник: «Здравствуйте / уважаемые шефы! Участник: Договорились / я выбираю Вас! Участница: Я утру / этим соплякам нос! Участник: Какой, *би, секрет? Участник: Простите, конечно / но этот раунд за мной. Участник: Ну / то, что ты разделал / это ещё ничего не зна-

чит («Битва шефов»). Участница: *Мы все / мягко говоря / обалдели!* («Кондитер. Дети»). Элементы нестрогой формы общения нужны для расположения к себе адресата, а также для выполнения развлекательной функции.

Эмоционально-экспрессивную функцию выполняют различные звуковые репрезентанты эмоций: смех, крики, хлопки, возгласы, хлюпанье носом во время плача и т.п. Этот фон позволяет составить представление об атмосфере, которая складывается на программе, о том, что ощущают ведущие и участники. Поскольку программа соревновательная, шефы могут пытаться поднять дух своих «бойцов» с помощью усиления и повышения тона голоса.

Агзамов (громким голосом с вызовом): *«Михаил / Участник* (спокойным голосом): *Да. Агзамов: Громче! Участник* (более громким голосом): *Да, шеф. Агзамов* (кричит): *Громче! Участник* (очень громким голосом, покраснев от напряжения): *Да, шеф! Агзамов* (кричит): *Ты готов? Участник* (кричит): *Да! Ивлев* (Агзамову с недоумением в голосе): *Да он у тебя обкакается сейчас!».*

Участники при представлении блюда перечисляют его ингредиенты, шефы-ведущие задают уточняющие вопросы, дают свою оценку. Участник: *«Это / говядина / тушёная с белыми грибами / с гречей / которая была приготовлена / в отваре / из красного / корня. Участник: Я готовлю стейк в кунжутной обсыпке / и на кунжутном масле. Участник: Это тартар из тунца / с гуакамоле. Ивлев: Скажи мне, пожалуйста, зачем ты сюда добавил ягду? Участник: Очень нравится, как малина играет с тунцом («Битва шефов»). Участник: Это / торт с маками / обтянут мастикой // Внутри он / банан-карамель, банановая карамель / ... Банановый бисквит это-о / я добавил / пюре, банановое / растительное масло-о и / яйца-а / всё это взбил / потом это-о / добавил муку / с / корицей / с / сахаром. Участник: Внутри очень нежный вкусный / сливочный бисквит / (поёт) также там очень вкусный / клубничный мусс / и (верхняя нота) / клубничное конфи / (говорит) и, конечно же, крем-чиз» («Кондитер. Дети»).*

Вкус описываемого готового изделия зрителю недоступен, однако названия ингредиентов, объяснение выбора вкусового решения могут вызвать воспоминания о вкусе и даже запахе (например, вкус и запах клубники, бананов, карамели и др.). Агзамов: *«Мне блюдо не понравилось. Меня один запах выворачивает / Вызывает какой-то рвотный рефлекс («Битва шефов»). Агзамов: Да, запах хороший! Участница: Шоколад («Кондитер. Дети»).* Прикоснуться к блюду зритель тоже не может, звучащая речь дополняет представления о текстуре блюда, осно-

ванные на визуальном восприятии. *Агзамов: Ой / как мягко режется! А вот бисквитик / так себе, конечно, выглядит / серенький какой-то / какой-то серый / злаковый хлеб. Ольга Вашурина: Для меня бисквит / плотноват / можно было его сделать нежнее*». Звучащая речь реализует синестетическую функцию.

Звуковая палитра кухни тоже создает эффект синестезии. Звуки кухонных электрических приборов, инструментов, готовящейся еды погружают адресата в процесс приготовления блюда. Адресат может по памяти воспроизвести запахи, которые сейчас присутствуют на кухне.

Закадровый голос: «Участники уже вытаскивают свои бисквиты из печей и / судя / по запаху / гари / у кого-то на кухне серьёзные проблемы» («Кондитер. Дети»).

Музыкальный фон реализует регулятивную функцию. Он зависит от показываемых кадров: то быстрая, динамичная, то спокойная музыка. Во время объявления результатов напряжение поддерживается быстрой музыкой, оглашение результата сопровождается торжественной музыкой, разговор о традиционной русской кухне — народной и т.п. Музыкальная реакция на происходящие события мгновенная: участник рассказывает команде соперников, как хорошо у него получается блюдо, на фоне играет музыка, затем участник говорит как бы себе (и зрителю), что на самом деле у него ничего не получается, музыка тут же обрывается как указание на провал и несоответствие сказанного реальному положению дел.

На основе двух каналов, визуального и аудиального, опосредованную реализацию получают осязательный, обонятельный и даже вкусовой каналы, т.е. происходит синестезия. Адресат видит процесс приготовления, текстуру готового блюда, его цвет и форму, он слышит, какие ингредиенты входят в состав, как именно они созданы, слышит отзывы дегустаторов, которые подчеркивают важные вкусовые детали, и получает все необходимые подсказки для того, чтобы достроить общий образ блюда в своей голове, виртуально попробовать его. Как подчеркивают зарубежные исследователи Х. Шлюссель и П. Фрош, еда на экране «seem designed to make viewers feel as if they can touch (and perhaps, even taste and smell) the food in the videos» [Schlussel, Frosh, 2023, p. 990].

Заключение

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что текст кулинарной телевизионной программы является поликодовым и полимодальным. Текст организуется совокупностью нескольких ко-

дов: вербального (устная и письменная речь), визуального (динамичное изображение, цвет, свет), аудиального (просодия, неречевые звуки, музыка), кинесического (язык тела: жесты, мимика, движения) и тактильного (прикосновение к продуктам, посуде, блюдам). Текст воспринимается, прежде всего, с помощью зрительного и аудиального каналов, однако тематическая специфика программы позволяет утверждать, что задействуются также тактильный, обонятельный, вкусовой каналы. Несмотря на то что каждый элемент знаковой системы каждого кода выполняет свою функцию, он не воспринимается изолированно: совокупность знаков и кодов создает единое текстовое целое.

Библиографический список

Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Academia, 2003. 128 с.

Ахренова Н.А., Зарипов Р.И. Лингвопрагматические характеристики современного поликодового мультимодального медиатекста в контексте информационно-психологического воздействия // Медиалингвистика. 2023. Т. 10. № 4. С. 428–449.

Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: специализированный вестник. 2000. Вып. 3 (11). С. 104–110.

Блинова О.А. Обложка журнала как мультимодальный текст // Научный диалог. 2019. № 5. С. 9–24.

Вашунина И.В. Взаимовлияние вербальных и невербальных (иколических) составляющих при восприятии креолизованного текста : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. М., 2009. 42 с.

Вашунина И.В. Креолизованный текст: Смысловое восприятие : колл. монография / отв. ред. И.В. Вашунина. М.: Институт языкознания РАН, 2020. 206 с.

Волоскович А.М. Иконотекст как разновидность полимодальной гибридизации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2011. № 611. С. 25–35.

Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: Ключи к прочтению. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. 194 с.

Добросклонская Т.Г. Методы анализа видео-вербальных текстов // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 13–25.

Ейгер Т.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореца. Ч. 1. М.: 1974. С. 103–110.

Задорина М.В. Речевой жанр «кулинарный рецепт» в телевизионном дискурсе // Филология и человек. 2023. № 1. С. 85–101.

Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования. IV. М.: ИП РАН, 2010. С. 134–152.

Колтышева С.Я. Креолизованный текст как сфера функционирования метафор (на примере шоу-дискурсов России и США) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. 2014. Т. 11. № 1. С. 91–96.

Некрасова Е.Д. К вопросу о восприятии полимодальных текстов // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 378. С. 45–48.

Нестерова Н.Г. Просодическая и кинетическая интенсивность телевизионной интеллектуальной викторины как проявление речевой моды // Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации: сб. науч. ст.: в 2 ч. Ч. 1. 2024. С. 260–265.

Никишин В.Д., Галяшина Е.И. Юрико-лингвистический подход к исследованию поликодовых текстов криминогенной коммуникации в цифровой среде в целях обеспечения информационной (мировоззренческой) безопасности // Актуальные проблемы российского права. 2020. Т. 15. № 6 (115). С. 179–193.

Сонин А.Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : дис. ... д-ра. филол. наук. М., 2006. 323 с.

Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 180–186.

Филатова А.Г. Мультимодальные аспекты лингвокреативности в политическом плакате (на материале немецкого языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 3. С. 893–898.

Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.

Чигаев Д.П. Способы креолизации современного рекламного текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. 24 с.

Шестакова Э. О природе и структуре медиатекста кулинарного шоу // Стылістыка: мова, маўленне і тэкс : зборнік навуковых прац IV Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Мінск: Рэспубліканскае унітарнае прадпрыемства «Іздательство "Адукацыя і выхаванне"», 2017. С. 418–430.

Forceville Ch. Multimodality // The Routledge Handbook of Cognitive Linguistics. Abingdon; New York: Routledge, 2021. Pp. 678–687.

Phillipov M. Digital food TV. The cultural place of food in a digital era / M. Phillipov. London; New York: Routledge, 2023. 124 p.

Schlüssel H., Frosh P. The taste of video: Facebook videos as multi-sensory experiences // *Convergence*. 2023. № 29 (4). Pp. 980–996.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Канал «Пятница!», программа «Битва шефов», 1 сезон. Электронный ресурс <https://chiefbattle.friday.ru/videos/s1#seasons>

Канал «Пятница!», программа «Кондитер. Дети», 1 сезон. Электронный ресурс <https://konditerkid.friday.ru/videos/s1#seasons>

References

Anisimova E.E. Text linguistics and intercultural communication (based on creolized texts), Moscow, 2003, 128 p. (In Russian).

Akhrenova N.A., Zaripov R.I. Lingvopragmatic characteristics of a modern polycode multimodal media text in the context of information and psychological impact. *Medialingvistika = Medialinguistics*, 2023, vol. 10, no. 4, pp.428–449. (In Russian).

Bernatskaya A.A. On the problem of text “creolization”: history and current State. *Rechevoe obshchenie: spetsializirovannyi vestnik = Speech Communication: Specialized Bulletin*, 2000, iss. 3(11), pp. 104–110. (In Russian).

Blinova O.A. Magazine cover as a multimodal text. *Nauchnyy dialog = Scientific Dialogue*, 2019, no. 5, pp. 9–24. (In Russian).

Chernyavskaya V.E. Text linguistics: polycode, intertextuality, interdiscursivity. A textbook, Moscow, 2009, 248 p. (In Russian).

Chigaev D.P. Creolization methods of modern advertising text: Abstract of Philol. Cand. Diss., Moscow, 2010. (In Russian).

Dobrosklonskaya T.G. Methods of video-verbal text analysis. *Medialingvistika = Medialinguistics*, 2016, no. 2(12), pp. 13–25. (In Russian).

Eyger T.V., Yukht V.L. On the construction of a text typology. *Lingvistika teksta = Text linguistics: Proceedings of the scientific conference at the M. Thorez Moscow state pedagogical institute of foreign languages*, pt. 1, Moscow, 1974, pp. 103–110. (In Russian).

Filatova A.G. Multimodal aspects of linguocreativity in political posters (based on the german language). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological sciences. Theoretical and practical issues*, 2022, vol. 15, no. 3, pp. 893–898. (In Russian).

Forceville Ch. Multimodality. *The Routledge Handbook of Cognitive Linguistics*, Abingdon; New York, 2021, pp. 678–687.

Kibrik A.A. Multimodal Linguistics. *Kognitivnye issledovaniya = Cognitive studies*, IV, Moscow, 2010, pp. 134–152. (In Russian).

Koltysheva S.Ya. Creolized text as a sphere of metaphor functioning (based on the example of show discourses in Russia and the USA). *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta* = Bulletin of South Ural state university, ser. Linguistics, 2014, vol. 11, no. 1, pp. 91–96. (In Russian).

Nekrasova E.D. On the perception of polymodal texts. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* = Bulletin of Tomsk state university, 2014, no. 378, pp. 45–48. (In Russian).

Nesterova N.G. Prosodic and kinetic intensity of a television intellectual quiz as a manifestation of speech fashion. *Slavyanskiy mir i natsional'naya rechevaya kul'tura v sovremennoy kommunikatsii* = The slavic world and national speech culture in modern communication: coll. of scientific articles, pt. 1, 2024, pp. 260–265. (In Russian).

Nikishin V.D., Galyashina E.I. A legal and linguistic approach to the study of polycode texts of criminogenic communication in the digital environment in order to ensure information (ideological) security. *Aktual'nye problemy rossiyskogo prava* = Actual problems of Russian law, 2020, vol. 15, no. 6(115), pp. 179–193. (In Russian).

Phillipov M. Digital food TV. The cultural place of food in a digital era, London; New York, 2023, 124 p.

Schlussel H., Frosh P. The taste of video: Facebook videos as multi-sensory experiences. *Convergence*, 2023, no. 29 (4), pp. 980–996.

Shestakova E. On the nature and structure of the media text of a culinary show. *Stylistyka: mova, mawlenne i tjekest* = Stylistics: language, speech and text: collection of scientific papers of the IV International Scientific and Practical Conference, Minsk, 2017, pp. 418–430. (In Russian).

Sonin A.G. Modeling the mechanisms of understanding polycode texts. Thesis of Doc. Philol. Diss., Moscow, 2006. (In Russian).

Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. Creolized texts and their communicative function. *Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya* = Optimization of speech impact, Moscow, 1990, pp. 180–186. (In Russian).

Vashunina I.V. Interinfluence of verbal and nonverbal (iconic) components in the perception of a creolized text. Abstract of a Philol. Doc. Diss., Moscow, 2009. (In Russian).

Vashunina I.V. Creolized text: semantic perception. Collective monograph, Moscow, 2020, 206 p. (In Russian).

Voloskovich A.M. Iconotext as a type of polymodal hybridization. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* = Bulletin of the Moscow state linguistic university, 2011, no. 611, pp. 25–35. (In Russian)

Voroshilova M.B. Political creolized text: Keys to reading, Yekaterinburg, 2013, 194 p. (In Russian).

Zadorina M.V. The speech genre "culinary recipe" in television discourse. *Filologiya i chelovek* = Philology&Human, 2023, no. 1, pp. 85–101. (In Russian).

List of Sources

«Friday!» channel, «Battle of the Chefs» show, season 1. Retrieved from: <https://chiefbattle.friday.ru/videos/s1#seasons>. (In Russian).

«Friday!» channel, «Confectioner. Kids» show, season 1. Retrieved from: <https://konditerkid.friday.ru/videos/s1#seasons>. (In Russian).