

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК 811.11-112

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ НА ВЫБОР КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ В КУЛИНАРНОМ ОБЗОРЕ

Семак Дарья Сергеевна

аспирант

Научный руководитель: Ничипорчик Елена Владимировна,

к.ф.н., профессор

«Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины»,

город Гомель, Республика Беларусь

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию влияния культурных особенностей на коммуникативные стратегии в кулинарных обзорах на YouTube. На основе анализа контента международных и русскоязычных каналов авторы демонстрируют, как культурные параметры (индивидуализм/коллективизм, дистанция власти, контекстуальность коммуникации) определяют выбор языковых средств, степень формальности, использование юмора и взаимодействие с аудиторией. Выявлено, что в коллективистских культурах акцент делается на традициях и общности, тогда как в индивидуалистических — на личном опыте и инновациях. Особое внимание уделяется роли культурных символов, метафор и невербальных элементов в передаче смыслов. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации медиаконтента с учетом культурной специфики аудитории, а также в рамках изучения межкультурной коммуникации.*

The article is devoted to the study of the influence of cultural characteristics on communication strategies in culinary reviews on YouTube. Based on the analysis of the content of international and Russian-language channels, the authors demonstrate how cultural parameters (individualism/collectivism, distance of power, contextuality of communication) determine the choice of linguistic means, the degree of formality,

the use of humor and interaction with the audience. It is revealed that in collectivist cultures the emphasis is on traditions and community, whereas in individualistic cultures it is on personal experience and innovation. Special attention is paid to the role of cultural symbols, metaphors and non-verbal elements in the transmission of meanings. The research results can be used to optimize media content, taking into account the cultural specifics of the audience, as well as in the framework of the study of intercultural communication.

Ключевые слова: культурные особенности, коммуникативные стратегии, кулинарные обзоры, YouTube, медиатексты, теория Хофстеде

Keywords: cultural features, communication strategies, culinary reviews, YouTube, media texts, Hofstede theory

Введение

Кулинарные обзоры на YouTube представляют собой уникальное пространство, где пересекаются гастрономия, медиа и культурные традиции. Коммуникативные стратегии авторов таких обзоров не только отражают их индивидуальный стиль, но и формируются под влиянием культурных норм, ценностей и ожиданий целевой аудитории. Цель статьи — исследовать, как культурные особенности влияют на выбор языковых средств, структуру повествования и взаимодействие с аудиторией в кулинарных обзорах. Материалом для анализа послужили видео с международных (например, «Maangchi» — корейская кухня, «Binging with Babish» — американская кухня) и русскоязычных каналов (например, «Юлия Высоцкая», «AdamStudio»).

Теоретические основы взаимосвязи культуры и коммуникации

Культурные особенности, согласно теории Г. Хофстеде, проявляются через такие параметры, как индивидуализм/коллективизм, дистанция власти, избегание неопределенности и долгосрочная ориентация [1, с. 45]. Эти параметры влияют на коммуникацию:

– В индивидуалистических культурах (США, Европа) акцент делается на личном опыте и уникальности.

– В коллективистских культурах (Азия, Латинская Америка) чаще

подчеркивается связь с традициями и обществом [2, с. 120].

Кроме того, Э. Холл выделял культуры с высоким и низким контекстом. У первых (Япония, Китай) значительная часть информации передается через невербальные сигналы и подтекст, у вторых (Германия, США) – через явные формулировки [3, с. 91]. Эти принципы находят отражение в структуре кулинарных обзоров.

Культурные особенности в выборе коммуникативных стратегий

1. Акцент на традициях vs инновациях. В корейских обзорах (канал «Maangchi») приготовление блюд часто сопровождается историями о семейных рецептах и национальных праздниках. Например, при готовке кимчи автор упоминает: «Так делали моя бабушка и все корейские матери» [4], что укрепляет связь с коллективной памятью. В отличие от этого, американские блогеры (например, «Binging with Babish») фокусируются на экспериментах: «Давайте превратим фаст-фуд в изысканное блюдо!». Это отражает ценность инноваций в западной культуре.

2. Степень формальности. В японских обзорах (канал «Cooking with Dog») ведущий сохраняет почтительную дистанцию, избегая резких оценок. Критика подается мягко: «Возможно, соль стоит добавить в конце». В русскоязычных видео («AdamStudio») распространена неформальная коммуникация: «Ну что, братва, сегодня будем жарить как настоящие мужики!». Это соответствует низкому уровню дистанции в русской культуре [5, с. 75].

3. Роль юмора и эмоций

В Бразилии (канал «Panelinha») юмор часто связан с социальными взаимодействиями: «Если ваш муж не оценит это блюдо, отправляйте его ко мне!».

В немецких обзорах (канал «Küchengötter») тон более сдержанный, а информация подается структурированно, что соответствует высокому уровню избегания неопределенности.

4. Использование метафор и символов

В китайской кухне (канал «Chinese Cooking Demystified») блюда часто описываются через символы благополучия: «Рыба — это изобилие, поэтому ее

готовят на Новый год». В западных обзорах метафоры носят индивидуальный характер: «Этот пирог — взрыв ягодного счастья» («Bon Appétit»).

Взаимодействие с аудиторией: культурные паттерны

– **Прямые призывы vs косвенные предложения.** В индивидуалистических культурах распространены прямые призывы: «Поставьте лайк и подпишитесь!». В коллективистских (например, Индия, канал «Hebbars Kitchen») чаще используется косвенное вовлечение: «Расскажите в комментариях, как ваша семья готовит это блюдо».

– **Реакция на ошибки.** В культурах с высоким избеганием неопределенности (Япония) ошибки в рецептах минимизируются, а в культурах с низким (Италия, канал «GialloZafferano») они могут обыгрываться: «Ой, пересолила! Но так даже вкуснее — как в деревне у моей тети!».

Заключение

Культурные особенности определяют не только выбор блюд, но и коммуникативные стратегии в кулинарных обзорах. Коллективистские культуры делают акцент на традициях и общности, индивидуалистические — на личном опыте и креативности. Различия в уровне формальности, использовании юмора и взаимодействии с аудиторией отражают глубинные ценности, формирующие медиаповедение. Дальнейшие исследования могут найти выражение в изучении гибридных форматов, возникающих в условиях глобализации, например, влияние западных трендов на азиатские кулинарные каналы.

Список литературы

1. Хофстеде Г. Культуры и организации: Программирование мышления. — М.: Эксмо, 2018. — 512 с.
2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово, 2017. — 264 с.
3. Hall E.T. Beyond Culture. — New York: Anchor Books, 1976. — 256 p.
4. Maangchi. How to Make Kimchi [Видео]. — YouTube, 2015. — URL: https://www.youtube.com/watch?v=eTucCw1w6Ak&ab_channel=Maangchi

5. Наumenко Т. В. Медиа и культурная идентичность. — М.: Аспект Пресс, 2019. — 180 с.