

# Гастрономический контент в региональном интернет-пространстве

М.А. Ситрова, Н.А. Захарченко

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

**Обоснование.** В современном мире особая роль в жизни человека отводится досугу, в частности культуре потребления пищи. Еда давно перешла из базовой физической потребности человека в трансляцию культурного кода той или иной общности людей, народности или целого государства. Феномен пищи в повседневной культуре способствовал формированию гастрономической тематики в исторически сложившийся тип журналистики — food-журналистику. Еда стала рассматриваться food-журналистикой как полноценная часть повседневной жизни, каждодневного досуга и даже некоего престижа [1]. Особенно это заметно в современном интернет-пространстве. Food-журналистика, описывая тенденции гастрономического мира, сама стала влиять на формирование культуры еды [2]. Основная проблематика исследования: какие жанры и приемы создания гастрономического контента способствуют этому?

**Цель** — определить, как формируется гастрономический контент в интернет-пространстве Самарской области.

**Методы.** В данном исследовании применяется метод контент-анализа. Рассматривается гастрономический контент, публикуемый в интернет-издании «Самарская газета» и интернет-журнале «Сом». С помощью данного метода исследуются жанровые особенности и способы создания food-контента.

**Результаты.** Выявлено, что в «Самарской газете» food-контент представлен в разделе «Гастроном», который состоит из четырех рубрик: «Кухмистерская», «Места», «Еда» и «Рецепты». Материалы food-тематики не ограничиваются освещением только ресторанной индустрии и представлены в широкой жанровой палитре — дайджесты гастрономических новостей, тематические гиды по заведениям, обзоры нового меню, рецензии на заведения, рецепты от поваров, топы продуктов. В этих текстах аналитика сочетается с личным мнением автора. Журналистский контент не только информирует читателя, но и дает оценку актуальным гастрономическим явлениям. Главная цель издания — помочь аудитории сформировать мнение о гастрономической культуре региона.

Интернет-журнал «Сом» функционирует на своих страницах в социальных сетях. В связи с этим здесь используются современные короткие форматы подачи food-контента и нет особого жанрового разнообразия. Из-за клипового мышления аудитории самый популярный жанр гастрономического контента — новостные заметки. Очень редко появляются большие информационные или аналитические тексты, реализованные в жанрах интервью или рецензии. Самые крупножанровые тексты представлены рекламными обзорами новых ресторанов. Для простоты восприятия их часто помещают на специальные карточки, выполненные в авторском стиле. Главная цель издания — быстро проинформировать о food-новинках читателя с использованием коротких форматов подачи контента.

**Выводы.** На основе проведенного контент-анализа видно, что современный food-контент характеризуется как выраженным авторским мнением, широкой жанровой палитрой, наличием экспертных оценок, так и сухой информативностью, оперативностью публикаций, короткими форматами и наличием коммерческой составляющей (рекламы). Появление новых форматов и концепций подачи food-контента способствует эволюции и популяризации food-журналистики как специализированного направления.

**Ключевые слова:** гастрономический контент; food-журналистика; интернет-издание; гастрономическая культура; средства массовой информации.

## Список литературы

1. Лукьянова С.В. Феномен пищи, вкуса в медиатексте // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2014. № 4. С. 97–100.
2. Морозова А.А., Старикова Е.С. Фуд-журналистика и ее особенности // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. 2018. № 3. С. 65–69.

*Сведения об авторах:*

**Мария Александровна Ситрова** — студентка, группа 5401-420302D, факультет филологии и журналистики; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: sitrova588@gmail.com

**Наталья Аркадьевна Захарченко** — научный руководитель, кандидат филологических наук, доцент; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: zna73@mail.ru