

КУЛЬТУРА MUKBANG: ГЕНЕЗИС И СПЕЦИФИКА АГРЕССИВНОГО ДИСКУРСА

Е. В. Локтевич

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
lichorad.kat@mail.ru*

В статье рассматривается специфика зарождения и динамика жанра мукбанг в контексте духовно-нравственных и этико-эстетических ценностей современной культуры. На материале текстовых комментариев аудитории мукбангов выявляются черты карнавальной культуры «пищевых трансляций» и маркетинговый потенциал этого жанра. Определяется возможная траектория дальнейших исследований феномена мукбанга.

Ключевые слова: мукбанг; концепт «еда»; агрессивный дискурс; межкультурная коммуникация; видеоблогинг.

MUKBANG CULTURE: GENESIS AND SPECIFICITY OF AGGRESSIVE DISCOURSE

E. V. Loktevich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. V. Loktevich (lichorad.kat@mail.ru)*

The article studies the specifics of the origin and dynamics of the mukbang genre in the context of the spiritual, moral, ethical and aesthetic values of modern culture. On the material of text comments of the audience of mukbangs, the features of the carnival culture of «food broadcasts» and the marketing potential of this genre are revealed. A possible trajectory for further research on the mukbang phenomenon is determined.

Key words: mukbang; the concept of «food»; aggressive discourse; intercultural communication; video blogging.

Mukbang (мукбанг / мокпан / мокбан / мокбэнг / мок-бэнг) – набирающий популярность жанр видеоблогинга, который транслирует фе-

номен «обжорства», предполагает активное взаимодействие (тематический монолог, комментирование, доверительная беседа, маркетинговый обзор и др.) с аудиторией и формирует новый тип культурного дискурса – *mukbang-дискурс*. Концепт «еда» выступает репрезентантом культурной информации, демонстрирует не только национальные, но и религиозные традиции [1, с. 3]. В этой связи осмысление трансформации духовно-нравственных и этико-эстетических «кодов», представленных посредством коммуникативных стратегий мукбанга, способствует выявлению новых ценностных ориентаций современного мира.

Исследуемый жанр восходит к традициям южнокорейской культуры, в которой зародился и оформился более десяти лет назад, а сегодня утвердился в коммуникативном пространстве многих стран. Так, например, к российским лидерам мугбанга относят Ирину Костылеву, Светлану Тарлаvinу, Инну Судакову, «Маму Наташу» и др., а в TikTok функционирует целый ряд каналов, где начинающие мукбангеры могут продемонстрировать свое «мастерство» («*russian.mukbang*», «*in.love.with.mukbang*», др.).

Безобидные стримы, в которых медийные личности приглашали к совместной трапезе одиноких людей, лишенных общения, быстро переросли в агрессивный потоковый дискурс, ориентированный на демонстрацию алиментарности как средства развлечения и «быстрой» радости. Феномен мукбанга являет собой «конструирование особой смысловой системы, в которой переплелись пережитки прошлого (мифологического сознания, архаического отношения к еде, уходящего корнями в тотемизм) и современные коды» [2, с. 165], что пробуждает соответствующие агрессивные реакции психики на культивирование процесса потребления пищи.

Агрессивный дискурс определяется учеными-гуманитариями, как фрагмент этноспецифической лингвокультурной реальности, показывающий «возможные и реальные фреймы и сценарии поведения, направленного на других лиц с непосредственной интенцией причинить вред» [3, с. 64]. Мукбанг-дискурс можно отнести к латентному типу агрессивного дискурса: в этом случае «выявление агрессии осложняется языковой игрой и ставкой на интуицию» [3, с. 65]. Распознавание неподготовленным зрителем интенций агрессивного посыла мукбанга затруднено по причине развлекательного характера первичного статуса жанра и апелляции к гастрономическим образам, располагающим аудиторию к лояльной рецепции «пищевых трансляций». Некритическое

восприятие сюжетов мукбанга подтверждается анализом комментариев зрителей влогов: «Она просто излучает счастье, когда ест лапшу и колбасу:)), «Я посмотрела и тоже кушать захотелось», «Я всегда испытываю комфорт и чувствую себя лучше, когда смотрю твои видео. Даже музыка, которую ты выбираешь, такая расслабляющая. Спасибо, что делаешь для нас видео», «Я рада, что я не одна смотрю мукбанг во время поста», «Как людям удастся так много есть и не болеть!? Это искусство», «Звуки при поедании потрясающие, а эта острая еда такая вкусная» [4]; «Мне нравится, как она радостно и взволнованно ест, она такая энергичная, что я улыбаюсь!», «Я из Бразилии, и мне нравится, что у вас есть субтитры на португальском языке. Я не понимаю ваш язык, но ваши видео такие приятные», «Она всегда так счастлива, когда ест, это восхитительно!», «Ухх, как же вкусно она ест! У меня аж аппетит проснулся», «Она так мило наслаждается едой, я прям в восторге», «С каким удовольствием она это ест, я аж завидую» [5]; «Я одна смотрю эти видео, а потом как бешеная иду есть», «Она ест на сверхзвуковой скорости», «Ты быстрее моего сердца?», «Можно подумать, что яйцо испаряется у нее во рту» (перевод наш. – Е. Л.) [6].

Таким образом, мукбанг стал «особой формой взаимодействия, когда вынужденное принятие пищи в одиночестве компенсируется трансляцией процесса, разделением ее в виртуальном пространстве с теми, кто получает от этого определенное удовольствие или удовлетворение» [2, с. 166]. Вместе с тем психологически уязвимые зрители мукбанга могут испытывать от его просмотра негативные последствия. Это объясняется тем, что «человек склонен использовать онлайн-деятельность (например, социальные сети, интернет-порнографию, интернет-игры, азартные игры в Интернете) в качестве компенсации своих недостигнутых потребностей в реальной жизни, а те, кто успешно удовлетворяет свои потребности с помощью определенной онлайн-деятельности, иногда становятся чрезмерными потребителями этого конкретного вида деятельности» (перевод наш. – Е. Л.) [7, с. 2161]. Показательны в этой связи статистические данные российских исследователей, выявивших в сфере онлайн-трапезы нарушение нравственных границ человеческого бытия: так, в поисковых запросах пользователей с 2018 до 2022 г. особой популярностью пользовались каннибалистические маркеры (например, «китайцы (корейцы, японцы) едят людей / младенцев / эмбрионов») [8, с. 293]. Кроме того, актуализируется такое направление «пищевых трансляций», как *алкогольный мукбанг*: например, на платформе Дзен

эти стримы ведет называющий себя панк-мукбангером Сергей Левской (<https://dzen.ru/id/622759b415abe97a09dd2fb1>).

Негативные стороны воздействия мукбанга на зрителей нередко игнорируются зарубежными исследователями, когда специфический жанр наделяется оптимизированными качествами стратегической реализации продукта питания: «мукбанги используются не только отдельными пользователями, но и компаниями, стремящимися продвигать и продавать свою продукцию, <...> в будущем у компаний общественного питания может появиться больше возможностей производить и предоставлять информацию, используя этот подход» (перевод наш. – Е. Л.) [9, с. 214]. Отметим, что KFC MacDonald's уже не первый год используют стратегии мукбанга для продвижения своей продукции. К сожалению, некоторые западные ученые видят в мукбанге «удачный пример современной пищевой культуры, когда совместная, интуитивная и аффективная природа способствует мультисенсорному опыту» (перевод наш. – Е. Л.) [10, с. 3].

Герой и ведущий таких пищевых трансляций – *мукбангер-биджей* (чаще всего это худощавый юноша / девушка) – готов к одновременному употреблению множества разнообразной еды и напитков, при этом он рассказывает забавные истории, комментирует вкусовые особенности продуктов, дает рекомендации. В контексте духовно-нравственной восточнославянской культурной традиции такой фокус освещения приема пищи и еды неприемлем, ведь отношение христианина «к пище должно быть благоговейным» [11]. Лингвокультурологический анализ специфики фигурирования концепта «еда» в религиозных изданиях показывает, что его главная цель – реализация назидательно-просветительской, культурологической, регулятивной и утилитарной функций [12, с. 31]. Идеальная основа мукбанга не только выступает симптомом такого смертного греха, как чревоугодие, «дающее телу власть над духовным разумом» [13, с. 5], но и является показателем наличия сопутствующих страстей (прелюбодеяние, уныние, печаль, (само)убийство и др.). К сожалению, в современном секуляризованном мире понятия *grex* и *гrehовность* все реже актуализируются: «сейчас приходится говорить о почти полной утрате представления о грехе» [14, с. 311]. Связано это со стремлением человека умышленно преступить духовные законы, многие люди больше не испытывают чувства стыда, не ищут покаяния и не пытаются исправить совершенную нравственную ошибку [15, с. 351]. Мукбанг демонстрирует наслаждение от процесса употребления пищи,

пропагандирует уместность агрессивного отношения к трапезе и потому губительного воздействия на здоровье (физическое и духовное), и эта сторона популярного сегодня жанра видеоблогинга требует детального исследования.

Осмысление мукбанга в настоящее время происходит исключительно в зарубежной науке, представляющей этот жанр, как новое удачное маркетинговое средство продвижения пищевой продукции и возможность сопутствующей непринужденной коммуникации. В русскоязычном научном пространстве агрессивные формы дискурса, реализующие феномен «пищевых трансляций», и их воздействие на духовно-нравственный и этико-эстетический мир личности не рассматриваются.

Р. Т. Алиев и О. С. Якушенкова указывают на многозначность современного гастрономического видео-контента, что связывают с «желанием преодоления культурных границ и более плотного взаимодействия с Чужим» [8, с. 284]. С одной стороны, межкультурная коммуникация действительно способствует закреплению национального самосознания и учит правилам умеренного дистанцирования от чужой культуры. Но с другой стороны, увлеченность мукбанг-культурой может привести к утрате ментальной идентификации, будет провоцировать пренебрежение утвердившихся у восточных славян пищевых традиций, а ведь каждая национальная кухня хранит в себе «дух народа» [16, с. 106].

Библиографические ссылки

1. *Марушкина Н. С.* Концепт «еда» в контексте диалога культур: автореф. дис ... канд. филол. наук: 24.00.01. Иваново: ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет», 2014. 25 с.
2. *Вавилова Ж. Е.* Мокпан как идентификационная практика в виртуальной коммуникации // *Вызовы современного мира в рамках социально-гуманитарного знания*. Сб. науч. трудов. Ижевск: ИГТУ им. М. Т. Калашникова, 2023. С. 165–168.
3. *Радченко О. А.* Исследование агрессивного дискурса: проблемы и перспективы // *Вестник МГПУ. Сер. Филология. Теория языка. Языковое Образование*. 2009. № 1. С. 60–66.
4. ASMR MUKBANG | Пряная лапша с огнем и грибы энoki, сырное фондю, курица-барбекю с пряностями [Electronic resource]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wDqm-vliExY> (data of access: 03.09.2023).
5. RUS SUB) Fire spicy noodles party. Korean Convenience Store Ramen Party Eatingshow Ssoyoung [Electronic resource]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MV6cGHvPMRc> (data of access: 03.09.2023).

6. Eatwell9 [Electronic resource]. URL: <https://www.tiktok.com/@eatwell9/video/7170929691677822235?lang=ru-RU> (data of access: 03.09.2023).
7. Kircaburun K., Yurdagül C., Kuss D., Emirtekin E., Griffiths M.-D. Problematic Mukbang Watching and Its Relationship to Disordered Eating and Internet Addiction: A Pilot Study Among Emerging Adult Mukbang Watchers // International Journal of Mental Health and Addiction. 2021. №. 19. P. 2160–2169 [Electronic resource]. URL: <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00309-w> (data of access: 03.09.2023).
8. Алиев Р. Т., Якушенкова О. С. Компаративистский анализ трансформации алиментарного аспекта // Журнал Фронтирных исследований. 2022. № 3. С. 283–303 [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.46539/jfs.v7i3.436> (дата обращения: 03.09.2023).
9. Song H. G., Kim Y.-S., Hwang E. How Attitude and Para-Social Interaction Influence Purchase Intentions of Mukbang Users: A Mixed-Method Study // Behavioral Sciences. 2023. No. 13. P. 214 [Electronic resource]. URL: <https://doi.org/10.3390/bs13030214> (data of access: 03.09.2023).
10. Anjani L., Mok T., Tang A., Oehlberg L., Boon G.-W. Why do people watch others eat? An empirical study on the motivations and practices of mukbang viewers // Proceedings of the 2020 SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems [Electronic resource]. URL: <https://ricelab.cpsc.ucalgary.ca/papers/anjani2020mukbang/> (data of access: 03.09.2023).
11. Макаров А. Трапеза христианина [Электронный ресурс]. URL: <https://monastery.ru/bog-i-chelovek/trapeza-khristianina/> (дата обращения: 03.09.2023).
12. Анисимова Е. Е. О взаимодействии гастрономического и религиозного дискурсов (культурологический и лингвистический аспекты) // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 2 (791). С. 31–44.
13. Смертные грехи – самые страшные грехи в православии [Электронный ресурс]. URL: https://xn----8sbwafericgokmcm8c9eta.xn--plai/upload/information_system_30/3/2/0/item_3202/information_items_property_68.pdf (дата обращения: 03.09.2023).
14. Пешков А. А. Христианское понимание греха // Труды Нижегородской духовной семинарии. 2009. № 7. С. 311–325.
15. Чельшев П. В. «Семь смертных грехов» и современное идолопоклонство // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12. С. 351.
16. Власова К. А. Национальные кухни: взаимопроникновение и взаимовлияние: материалы IV Междунар. науч.-практ. симпозиума «Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира». М.: Новое Время, 2019. С. 105–110.