PROGRAMUL CULINAR ÎN EMISIA TV: PARTICULARITĂȚI TIPOLOGICE

Ludmila RUSNAC

Doctor în științe filologice,
Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova,
Chișinău, Republica Moldova
e-mail: rusnac.contacte@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7034-3082>

Cultura gastronomică pătrunde tot mai vădit în toate sferele vieții sociale, inclusiv în sfera mediatică. Îmbrăcând diferite forme – estetică, imagistică, stilistică, informativ-comunicativă, acest gen de conținut se situează printre cele mai cotate programe ce formează grila de emisie a posturilor de televiziune, în special comerciale. Show-urile culinare se numără printre cele mai populare programe televizuale la care are acces publicul autohton. Scopul prezentei cercetări este de a stabili particularitățile structural-discursive ale programelor culinare, precum și de a realiza o tipologie a acestor formate de televiziune. În acest sens, unei analize de conținut au fost supuse emisiunile gastronomice plasate în emisie la posturile de televiziune autohtone și retransmise care au în grilă cel puțin o emisiune gastronomică.

Cuvinte-cheie: *conținut, televiziune, programe culinare, post privat de televiziune, rating.*

THE GASTRONOMIC SHOW IN THE TV PROGRAM GRID: TYPOLOGICAL FEATURES

Gastronomic culture is becoming more and more evident in the media sphere. Taking different forms – aesthetic, imagistic, stylistic, informative-communicative, this kind of content is situated among the most rated programs that form the broadcasting of television stations, especially commercial ones. Culinary shows are among the most popular television programs to which the local public has access. The purpose of this research is to establish the structural-discursive particularities of culinary programs, as well as to realize a typology of these television formats. The gastronomic shows placed on the broadcast on the local and retransmitted television stations that have at least one gastronomic show on the grid were subjected to a content analysis.

Keywords: *content, television, gastronomic programs, commercial station, rating.*

LE SHOW CULINAIRE DANS LA GRILLE DES PROGRAMMES TV: CARACTERISTIQUES TYPOLOGIQUES

La culture gastronomique devient de plus en plus évidente dans toutes les sphères de la vie sociale, i compris la sphère médiatique. Prenant différentes formes – esthétique, imagistique, stylistique, informative-communicative, ce type de contenu fait partie des programmes les plus notés qui forment la grille de diffusion des chaînes de télévision, notamment commerciales. Les émissions culinaires sont parmi les programmes de télévision les plus populaires auxquels le public local a accès. Le but de la présente recherche est d'établir les particularités structurelles-discursives des programmes culinaires, ainsi que de réaliser une typologie de ces formats de télévision. Les émissions gastronomiques diffusées sur les chaînes de télévision locales et retransmises ayant au moins une émission gastronomique sur la grille ont fait l'objet d'une analyse de contenu.

Mots-clés: *contenu, télévision, programmes culinaires, chaîne de télévision privée, classement.*

КУЛИНАРНАЯ ПРОГРАММА В СЕТКЕ ТЕЛЕВЕЩАНИЯ: ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Гастрономическая культура проникает все глубже во все сферы общественной жизни, в том числе в медиа-пространство. Принимая различные формы - эстетическую, образную, стилистическую, информационно-коммуникативную, данный вид медиа-продукта входит в число наиболее рейтинговых программ, формирующих сетку вещания телевизионных каналов, особенно коммерческих. Кулинарные шоу - одни из самых популярных телевизионных программ, к которым имеет доступ местная аудитория. Цель данного исследования заключается в установлении структурно-дискурсивных особенностей кулинарных программ, а также реализации типологии этих телевизионных форматов. В связи с этим, контент-анализу были подвергнуты кулинарные программы, транслируемые на местных и ретранслируемых телевизионных каналах, у которых есть хотя бы одна гастрономическая программа в сети.

Ключевые слова: контент, телевидение, кулинарные программы, частный телеканал, рейтинг.

Introducere

Datorită esenței și particularităților globalizării, cultura gastronomică pătrunde tot mai vădit în toate sferele vieții sociale, inclusiv în sfera mediatică. Astfel, aceasta a ajuns să ocupe o parte esențială a spațiului mediatic. Paradoxal, dar activitatea de selecție și preparare a alimentelor, aspectul estetic și consumul alimentar într-o societate informațională, dotată cu cele mai noi tehnologii, prefigurează caracteristici și aspecte totalmente noi. Profilarea spectacolului culinar ca parte integrată a divertismentului a fost condiționată de diferite contexte: istoric, cultural, social, economic, în diferite perioade de dezvoltare a societății și a sistemului mediatic în ansamblu. Îmbrăcând diferite forme: estetică, imagistică, stilistică, informativ-comunicativă, precum și diferite transformări discursive, acest gen de conținut se situează printre cele mai cotate programe ce formează grila de emisii a posturilor de televiziune, în special comerciale. În această ordine de idei, se cere remarcat faptul că show-urile culinare se numără printre cele mai populare programe televizuale la care are acces publicul autohton. Fiind încadrate în formate suficient de accesibile pentru toate categoriile de audiență, aceste conținuturi înregistrează o rată de audiență ridicată și stabilă. Funcția esențială pe care o îndeplinește acest gen de programe este de a-i învăța

pe oameni să pregătească bucate acasă, dar după rețete inedite, ca în restaurantele din diferite colțuri ale lumii. Deci, fenomenul globalizării se face tot mai resimțit și în sfera divertismentului de televiziune, a cărei particularități le nuanțează și le amplifică. Cu toate acestea, show-urile culinare, reeșind și din specificul genului, mai realizează și alte funcții la fel de importante: de a relaxa și a distra telespectatorul. Prin urmare, vizionarea acestor programe îl ajută pe cel din fața ecranului să se degajeze psihologic, să se antreneze într-un joc distractiv, dinamic și energetic, or, telespectatorii optează pentru aceste formate primordiale pentru atmosfera de spectacol dezinvolt, jucat de către toți participanții, inclusiv prezentator. Cu toate că aceste produse de televiziune sunt foarte cotate, statistica demonstrează că un procent neînsemnat de oameni vor pregăti o rețetă preluată dintr-o emisiune TV [1, p.421].

Emisiunile despre arta culinară s-au profilat în spațiul televizual la începutul anilor 40 ai secolului trecut în SUA, având la început o structură simplă, care se rezuma la prezentarea rețetelor și a sfaturilor culinare. De-a lungul deceniilor următoare formatele au suferit un șir de modificări, scenariile au devenit mai complexe și mai sofisticate, preluând elemente caracteristice altor genuri, de exemplu elemente de reality-show ("Адская кухня", "Masterchef"),

jurnal de călătorie ("Поедем, поедим!"), elemente de competiție ("Cine-i bucătarul?", "Arena bucătarilor") și dezbateri ("Я не буду это есть!"). În această ordine de idei, se cere a fi menționat faptul că a suferit schimbări însăși conceptul și caracteristicile structurale ale formatului gastronomic, or, telespectatorii nu mai caută modalități simple de pregătire a rețetelor complicate, ci mai degrabă spectacol și elemente de senzațional ce însoțesc procesul de preparare a alimentelor.

Partea de fond a cercetării

Scopul prezentei cercetări este de a stabili particularitățile structural-discursive ale programelor culinare, precum și de a realiza o tipologie a acestor formate de televiziune. În acest sens, unei analize de conținut au fost supuse emisiunile gastronomice plasate în emisie la posturile de televiziune autohtone și retransmise care au în grilă cel puțin o emisiune gastronomică. Acestea sunt următoarele: PRO TV Chișinău, Jurnal TV, Accent TV, TVC 21, REN TV Moldova, RTR Moldova, NTV Moldova, TNT Exclusiv TV, RTV Internațional, CTC Mega. Pentru a pune în discuție sorginea formatelor culinare este necesar să definim însăși conceptul de "program culinar" și să identificăm componentele de bază ale acestuia. Astfel, prin "program culinar" se are în vedere o emisiune pe teme gastronomice în care este prezentat procesul culinar, integral sau parțial, intercalat cu elemente adiacente esențiale care și determină formatul emisiunii. În investigația inițiată am pornit de la ipoteza că există mai multe tipuri de format pentru show-urile cu tematică culinară, în dependență de care este schițat și scenariul-șablon al programului. Prin "format" avem în vedere unicitatea produsului televizual, particularitățile structurale care îl delimitează de alte tipuri de programe [2]. În context, cercetătoarea de origine rusă I.Kemarskaia face trimitere la "versiunea originală înregistrată a filmului sau programului, care este tirajată în bază

de licență în alte țări, cu o adaptare ulterioară" [3, p. 67].

Fiecare program cu content culinar este elaborat după un anumit scenariu bine definit. Scenariul reprezintă "carcasa" emisiunii, în baza căreia se construiesc toate edițiile ulterioare ale programului. Astfel spus, scenariul este un șablon, un schelet recunoscut în toate edițiile unei emisiuni. În context televizual, prin "dramaturgie" subînțelegem principiile și modalitățile de structurare a materialului, astfel încât să fie alimentată implicarea emoțională a telespectatorilor, încât aceștia să nu migreze la un alt post. Într-o structură clasică, dramaturgia subiectului întrunește următoarele elemente compoziționale: intriga, desfășurarea, momentul culminant și deznodământul. Dintre acestea, elementul de intrigă este cel esențial. De exemplu, în scenariile pentru travel-show-urile culinare sau emisiunile culinare-competiție prezentatorul se confruntă cu diferite situații neordinare, dileme (de exemplu, să guste sau nu din bucatele exotice preparate din reptile sau insecte sau să servească băuturi cu miros specific, sau care au în componența lor sânge proaspăt de animale, etc), toate acestea fiind adevărate încercări pentru prezentatorii acestor prezentator. Elemente de intrigă se întrevăd, de asemenea și în cazurile în care se gătește contra cronometru, când prezentatorul sau invitații-concurenți sunt obligați să pregătească mai multe feluri de bucate după rețete foarte complicate într-un timp restrâns.

Referitor la problema tipologizării programelor de gastronomie, aceasta a pătruns mai vădit în spectrul de interes al cercetătorilor în ultimele două decenii. Dat fiind faptul că emisiunea culinară are o structură variabilă, încercările praxiologice ale cercetătorilor în a realiza o tipologie a acestui content de divertisment s-au soldat cu profilarea mai multor modele de tipologizare. Bunăoară, cercetătorii americani H.Strange și C.Ketchum s-au ocupat de investigarea și descrierea parametrilor care delimi-

tează tipurile de programe de acest fel și au propus un model de tipologie pentru acest gen de conținut de divertisment.

Astfel, H. Strange delimitează în 1998 patru tipuri de programe culinare:

1. *Cookery-Educative* (culinar-instructive), axate pe etalarea procesului de pregătire a bucatelor, prezentat pas cu pas și însoțit de comentariile prezentatorului-bucătar;

2. *Personality* (emisiuni culinare de autor), în care pilonul central al scenariului este prezentatorul și nu procesul culinar;

3. *Tourism-Educative* (emisiuni de *treveling* culinar), cu încadrarea elementelor de călătorie în zona geografică în care a fost inventată rețeta și au au fost pregătite pentru prima dată bucatele după respectiva rețetă;

4. *Raw-Educative* (emisiuni de *intruire* culinară de la zero), fiind prezentat întreg procesul – de la alegerea și procurarea produselor și până la rezultatul final [4, p. 307].

În decursul deceniilor ulterioare, sfera divertismentului a suferit schimbări esențiale, prin instalarea unei etape în care s-a produs o efervescență de formate și chiar și formate hibridizate, adaptate atât cerințelor estetice și conținutale ale telespectatorilor, cât și pieței de desfășurare mediatică. Apariția, fără precedent, pe piața media a unui număr considerabil de posturi TV și declanșarea unei lupte acerbe pentru atenția publicului, profilează problema ratingului. Astfel, canalele de televiziune sunt puse în situația să-și modifice conceptul și grila de emisie, să opteze pentru alte scenarii, cu elemente novative și spectaculare. Soldată din noile realități, o încercare de tipologizare a programelor culinare, mult mai cuprinzătoare în accepțiunea noastră, realizează cercetătorul C. Ketcham, care la fel, delimitează patru categorii de programe de acest gen și anume:

1. Programe culinare tradiționale (în care se vizualizează rețeta);

2. Programe culinare în care bucatele sunt pregătite sub ghidajul unui expert în domeniu;

3. *Travel* culinar;

4. Programe culinare moderne (din care fac parte toate formatele novative care îmbină instruirea cu divertismentul [5, p. 222].

În accepțiunea noastră, spectrul de manifestare al acestui gen de conținuturi televizuale este mult mai larg, iar caracteristicile pe care le comportă acest gen de conținuturi ne ajută să venim cu o abordare diferită, mai extinsă, asupra conceptului "emisiune culinară". În acest context, se cere a fi menționat faptul că telespectatorul din Republica Moldova nu se poate bucura de de foarte mult produs televizual autohton, acestea fiind formate simple, ușor de realizat și care nu necesită cheltuieli de producere foarte mari. În schimb, formatele costisitoare, respectiv, de o calitate mai înaltă, care și-au dovedit viabilitatea și eficiența pe piața televizuală sunt cele importate și retransmise în spațiul audiovizual autohton de către televiziuni axate primordial pe retransmisia programelor străine, în special din Federația Rusă. Analiza comparativă a studiilor de specialitate, dar și vizionarea nemijlocită a mai multor tipuri de emisiuni culinare, plasate în grila de emisie a posturilor de televiziune autohtone, dar și a canalelor TV retransmise pe teritoriul Republicii Moldova, ne permit să identificăm un șir de particularități ale programelor gastronomice:

- Prezentarea detaliată, pas cu pas, a rețetelor și a întregului proces de pregătire a bucatelor;

- Accesul la rețete tradiționale specifice zonei, dar și prepararea după rețete preluate din alte spații geografice: bucătărie franceză, chineză, vietnameză, poloneză, ucraineană, rusească, thailandeză și multe altele;

- Bucatele sunt preparate de însuși gazda emisiunii, care este om de televiziune;

- Prezentatorul programului culinar poate fi o vedetă (de obicei interpret sau actor);

- Prezentatorul emisiunii poate fi un bucătar sau un bucătar-șef care se preocupă concomitent atât de discursul său, cât și de familiarizarea telespectatorilor cu procesul culinar;
- Prezența unei vedete în calitate de invitat în studio, care, împreună cu gazda emisiunii prepară bucate, în baza uneia sau a câtorva rețete;
- Prezența în studio a oamenilor simpli în calitate de invitați, iar produsul final este apreciat de către un expert (de obicei un bucătar-șef);
- Prezența elementului competițional;
- Prezența elementelor de traveling (vizitarea diferitor puncte de pe glob și degustarea bucatelor pe care publicul autohton nu le consumă de obicei);
- Prezența elementelor de intrigă (invitații sunt puși în situația să facă față diferitor provocări);
- Prezența elementelor de interviu (invitatul îl

ajută pe prezentator să gătească și relatează concomitent diferite istorioare hazlii din viața privată și activitatea profesională);

- Prezența elementelor de spectacol, cu răsturnări de situație și un deznodământ neașteptat;

Trasarea acestor caracteristici, raportate la diferite formate, ne ajută să propunem în cele ce urmează un model propriu de tipologie a programelor culinare care, în opinia noastră acoperă efectiv întreaga zonă de manifestare a acestor conținuturi de televiziune:

1. Emisiunea gastronomică de popularizare;
2. Emisiunea gastronomică - interviu;
3. Emisiunea gastronomică de autor;
4. Emisiunea gastronomică - traveling;
5. Emisiunea gastronomică - competiție culinară;
6. Emisiunea gastronomică - hibrid.

Tipuri de emisiuni gastronomice difuzate de posturi de televiziune autohtone și retransmise în perioada 14.10.2018-11.04.2020

Tipuri de emisiuni culinare	Titluri ale programelor	Posturi TV
Emisiunea gastronomică de popularizare	"Самая полезная программа" "Жизнь за еду" "Еда живая и мертвая"	REN TV Moldova NTV Moldova NTV Moldova
Emisiunea gastronomică-interviu	"Gusturile se discută" "Большой завтрак" "Азбука вкуса" "Рецепты и рецепты"	PRO TV Chișinău TNT RTR Moldova Jurnal TV
Emisiunea gastronomică de autor	"Rețeta lui Traian" "Fantezia gustului" "Savoare la maximum" "Про100 кухня" "Едим дома"	Jurnal TV TVC 21 Jurnal TV CTC Mega NTV Moldova
Emisiunea gastronomică-traveling	"Бойкая кухня" "Поедем, поедим" "Еда, я люблю тебя"	Jurnal TV NTV Moldova Accent TV
Emisiunea gastronomică - competiție culinară	"Cine-i bucătarul?" "Arena bucătarilor" "Время обедать" "Кондитер"	CANAL 3 PRO TV Chișinău RTV International Accent TV

Emisiunea gastronomică-hibrid	"Адская кухня" "Masterchef" "Званный ужин" "Я не буду это есть!" "На ножах"	Accent TV PRO TV Chișinău REN TV Moldova Jurnal TV Accent TV
--------------------------------------	---	--

Sursa: elaborat de autor

Emisiunea gastronomică de popularizare ("Жизнь за еду" (NTV), "Еда живая и мертвая" (NTV) ș.a. comportă un caracter popular-științific, deoarece operează în exclusivitate cu fapte, date statistice, expuneri ale specialiștilor (medici terapeuți, laboranți, nutriționiști, etc), rezultate de laborator, etc. O particularitate de bază a acestui produs televizual este prezența minimală în cadru a prezentatorului, care "dirijează" de după cadru tot ce vede telespectatorul. Informația este prezentată în "zig-zag", or, telespectatorul este ținut în suspans pe tot parcursul emisiunii, deoarece prezentatorul manipulează cu fapte despre caracterul nociv și calitățile benefice ale produsului. Elementul de intrigă este prezent chiar de la deschiderea emisiunii, prin lansarea unei întrebări sau a unei presupuneri, iar în corpul emisiunii sunt etalate argumente pro și contra pe marginea subiectului abordat. De obicei, structura scenaristică a acestor programe profilează investigații jurnalistice privind calitățile celor mai variate produse alimentare, de la procesul tehnologic de prelucrare a materiei prime, până la produsul final procurat din magazin. Telespectatorii primesc informații despre componența produsului-vedetă a ediției, procese tehnologice și compuși chimici ce dăunează sănătății, iar toate raționamentele rezultate din investigație sunt exemplificate prin interviuri cu specialiști, date statistice, experimente realizate în studio și experiența proprie a consumatorilor de rând.

Emisiunea gastronomică – interviu ("Rețete și rețele" (Jurnal TV), "Большой завтрак" (TNT), "Gusturile se discută" (PRO TV) ș.a. Pilonul central în structura scenaristică a acestui format este

invitatul în studio, uzual oameni de artă: interpreți, actori, producători, regizori, etc. Gazda emisiunii este prezentatorul care participă activ la prepararea bucatelor, ajutându-și invitatul în bucătărie. Concomitent, vedeta este antrenată într-o discuție dezinvoltă pe diferite subiecte cum ar fi: bucatelile preferate ale invitatului, cine gătește mai des în familie, cum și-a început cariera, ce momente nostime din activitatea profesională își amintește, etc. Reieșind din faptul că toată atenția este focalizată asupra invitatului, însuși procesul de preparare ocupă un loc secundar în structura acestui format. Emisiunea culinara-interviu plasează în prim-plan persoana invitatului în platou, care prepară un anumit fel de mâncare fiind ajutat de către prezentator și în paralel răspunde la întrebările acestuia despre reușitele în plan profesional, viața personală, proiecte, hobby-uri, etc. Ținem să menționăm faptul că linia de subiect se concentrează primordial pe discuția dintre prezentator și invitat și mai puțin pe procesul culinar. De exemplu, în emisiunea "Rețete și rețele" invitații nu sunt antrenați deloc în procesul culinar, doar participă la discuție și oferă răspunsuri la întrebările gazdei emisiunii.

Emisiunea gastronomică de autor "Едим дома" (NTV), "Fantezia gustului" (TVC 21) "Savoare la maximum" (Jurnal TV), ("Про100 кухня" (СТС), ș.a. În acest tip de emisiune atenția esențială este focalizată pe prezentator, toate activitățile de preparare acesta le realizează de sine stătător, fiind prezent în cadru pe toată durata programului și oferind sfaturi și explicații pe marginea procesului de preparare. Personalitatea carismatică, erudiția, simțul umorului

și abilitățile culinare sunt componentele de bază care suscită și mențin interesul telespectatorului pentru ceea ce derulează la ecran. Durata acestor programe variază între 25-35 minute, timp în care prezentatorul reușește să prepare bucate în baza a 1-3 rețete și să povestească "întâmplări culinare" din experiența proprie.

Emisiunea gastronomică – traveling ("Поедем, поедим" (NTV), "Еда, я люблю тебя!" (Accent TV), "Бойкая кухня" (Jurnal TV) ș.a. Elementele persistente în structura scenaristică sunt călătoriile culinare înfăptuite de către prezentator/prezentatori în diferite orașe ale țării sau ale lumii (fiecare ediție – o altă localitate), degustarea și pregătirea bucatelor specifice regiunii vizitate. Totodată, sunt descrise tradițiile culinare specifice zonei, este prezentată istoria localității și sunt redată impresiile prezentatorului despre experiența curentă. Acest gen de produs televizual "joacă" pe curiozitatea telespectatorilor, cărora le este interesant să afle informații nu doar despre mâncărurile inedite, dar și despre mentalitatea și stilul de viață al băștinașilor. Istoria localității și a rețetelor este expusă într-o manieră incitantă, iar senzațiile prezentatorului sunt descrise cu mult umor, fantezie și fler jurnalistic. Ne referim, în calitate de exemplu, la formatul inedit al emisiunii "Еда, я люблю тебя!", difuzată de postul de televiziune NTV Moldova, în care cei trei prezentatori vizitează diferite orașe ale lumii și stabilesc, prin tragere la sorți, cine dintre ei va merge să mănânce într-un restaurant scump, cine va procura mâncare pe stradă și cine va merge în ospetie într-o familie băștinașă, pentru a pregăti împreună bucate tradiționale. Un format asemănător (produs autohton) îl are emisiunea "Бойкая кухня" (Jurnal TV), în care prezentatorul este un bucătar-șef care realizează în fiecare ediție câte o escapadă în diferite sate și orașe din Republica Moldova, pentru a se familiariza cu tradițiile culinare ale localităților moldovenești.

Emisiunea gastronomică – competiție culinară. Cel mai solicitat format pentru emisiunea culinară îl reprezintă totuși competițiile culinare ("Masterchef" (PRO TV Chișinău), "Cine-i bucătarul?" (Canal 3), "Arena bucătarilor" (Accent TV), "Кулинарный поединок" (NTV Moldova), "Званный ужин" (REN TV Moldova), etc. Esența scenariului pentru această categorie de programe o formează elementul de competiție între doi sau mai mulți participanți, care își etalează abilitățile culinare în lupta pentru un premiu. Printre caracteristicile acestor produse televizuale se numără întorsăturile spectaculare de scenariu, prin provocarea invitaților prin diferite modalități, pentru ca telespectatorii să poată urmări cum vor face față situațiilor neașteptate și momentelor tensionante. Durata unui asemenea program variază între 1 h-1,30 h și sunt plasate pe post fie în emisiunea de seară în zile de lucru, fie în emisiunea de dimineață sau emisiunea de zi în zile de week-end.

Emisiunea gastronomică – hibrid ("Я не буду это есть!" (Jurnal TV), "Masterchef" (PRO TV Chișinău), "Званный ужин" (REN TV Moldova), "Адская кухня" (REN TV Moldova) conține elemente ce aparțin diferitor genuri: elemente de reality-show, joc televizat, spectacol, elementul competițional, etc. Acest gen de programe antrenează costuri de producție foarte mari, deoarece sunt necesare studiouri încăpătoare, mulți invitați, multe utilaje, etc. Însă structura hibridizată a produsului de televiziune asigură și antrenează o vizibilitate mai bună și atragerea unei audiențe mai mari anume datorită faptului că exploatează la maximum emoțiile (empatie, dezacord, dezamăgire, frustrare, etc) și senzațiile atât ale participanților, cât și ale telespectatorilor. Totodată, imaginile spectaculare din studio, momentele de suspans, situațiile de conflict, întorsăturile de situație, concurența acerbă și discursul verbal plasat în contextul de exaltare emoțională, satisfac cerința primordială de a impresiona.

Concluzii

Goana după senzație în care sunt antrenate posturile de televiziune comerciale antrenează schimbări de esență și la nivelul acestui segment al divertismentului care este emisiunea gastronomică. Producătorii inventează formate care să vândă, să atragă, să intrigheze, de aceea sunt utilizate tehnici pentru a crea proiecte televizuale cu o încărcătură emoțională puternică. Așa s-au profilat, rând pe rând, în grila de program competițiile culinare, emisiunile culinare de traveling și reality-show-urile culinare care înregistrează audiențe uriașe. Procesul de gătit se transformă în spectacol, or, caracterul comercial pe baza căruia există instituțiile mediatice impulsionează industria de televiziune să se afle într-o căutare continuă de formate inedite care să le ajute să se mențină pe piață.

Referințe bibliografice

1. ШЕСТАКОВА, Э. О природе и структуре медиатекста кулинарного шоу // *Стилистика: речь и текст*. Минск: «Адукацыя і выхаванне», 2017. 421 с.
2. КЕМАРСКАЯ, И.Н. Формат как способ позиционирования программы // *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2010 № 10, pp. 65-70.
3. TV Program format // Wikipedia, the free encyclopedia [Accesat 23.08.2019]. Disponibil: http://en.wikipedia.org/wiki/TV_Program_format
4. STRANGE, N.. Perform, Educate, Entertain: Ingredients of the Cookery Programme Genre. In C. Geraughty, & D. Lusted, *The Television Studies Book*. London: Arnold, 1998, pp 301-312.
5. KETCHUM, C. The Essence of Cooking Shows: How the Food Network Constructs Consumer Fantasies. // *Journal of Communication Inquiry*, vol. 29 (3), 2005, pp. 217-234.