

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra obecné lingvistiky



Kulinární lingvistika:

Vybraná lingvistická díla s tematikou

jídla a gastronomie

magisterská diplomová práce

Autor:

Bc. David Dorotík

Vedoucí práce:

Mgr. Lukáš Zámečník, PhD.

Olomouc

2016

„...cooking...is with language a truly universal form of human activity: there is no society without a language, nor is there any which does not cook in some manner at least some of its food.”

Claude Lévi-Strauss

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci „Kulinární lingvistika: Vybraná lingvistická díla s tematikou jídla a gastronomie“ vypracoval samostatně a uvedl jsem veškerou použitou literaturu a veškeré použité zdroje.

V Olomouci dne 14. 12. 2016

Podpis

Poděkování

Tímto bych rád poděkoval Mgr. Lukáši Zámečnickovi, PhD. za trpělivost a vlídný přístup při vedení této diplomové práce. Velké díky patří také mým rodičům za podporu v průběhu celého studia.

Abstrakt

Název práce: Kulinární lingvistika: Vybraná lingvistická díla s tematikou jídla a gastronomie

Autor práce: Bc. David Dorotík

Vedoucí práce: Mgr. Lukáš Zámečník, PhD.

Počet stran a znaků: 84 stran, 109 032 znaků

Počet příloh: 0

Abstrakt:

Jídlo a jazyk patří mezi lidské kulturní univerzálie. Tato diplomová práce se zabývá tím, jak lingvistika pracuje s tématy týkajícími se otázek jídla a gastronomie. V jednotlivých kapitolách představuje přístupy různých odvětví lingvistiky k různým oblastem diskurzu jídla. Zmíněny jsou zde články a díla z rozličných oblastí lingvistiky včetně strukturální jazykovědy, sociolingvistiky, počítačové lingvistiky, lexikologie, lingvistiky diachronní, kognitivní lingvistiky, nebo kritické analýzy diskurzu. Z oblastí diskurzu jídla je v popisovaných publikacích pracováno s recepty, jídelními lístky restaurací, zákaznickými recenzemi restaurací, časopisy o stravování, nebo také s relativně novým žánrem food blogů. Vzhledem k tomu, že v českém lingvistickém prostředí není této tematice věnováno příliš pozornosti, je většina popisovaných děl v anglickém jazyce. Pojímání tematiky jídla v české lingvistice je pak věnována samostatná kapitola.

Klíčová slova:

lingvistika, jídlo, gastronomie

Abstract

Title: Culinary linguistics: Selected linguistic works
focusing on food and gastronomy

Author: Bc. David Dorotík

Supervisor: Mgr. Lukáš Zámečník, PhD.

Number of pages and characters: 84 pages, 109 032 characters

Number of appendices: 0

Abstract:

Food and language count among human cultural universals. This thesis examines the topic of how linguistics approaches the problematics of food and gastronomy. Various stances on various areas of food discourse in diverse fields of linguistics are introduced in the individual chapters. Articles and works from numerous fields of linguistics are mentioned in the thesis. These include structural linguistics, sociolinguistics, computational linguistics, lexicology, cognitive linguistics, diachronic linguistics and critical discourse analysis. From the area of food discourse, this thesis deals with recipes, restaurant menus, customer restaurant reviews, food and gastronomy magazines and also with the comparatively new genre of food blogs. Since the topic of food does not attract too much attention in Czech linguistics, most of the works described are written in English. The topic of food in Czech linguistics is dealt with in a separate chapter.

Keywords:

linguistics, food, gastronomy

Obsah

1	Úvod.....	10
2	Claude Lévi-Strauss a strukturalistický přístup	12
2.1	Život a dílo	12
2.2	„Kulinární trojúhelník“.....	13
2.3	Kritika „kulinárního trojúhelníku“	17
2.4	Strukturální antropologie a „gustémy“	18
3	Dan Jurafsky a spojení počítačnické lingvistiky se sociolingvistikou....	20
3.1	Linguistic Markers of Status in Food Culture: Bourdieu’s Distinction in Restaurant Menus (2016)	21
3.2	Narrative Framing of Consumer Sentiment in Online Restaurant Reviews (2014)	29
4	Synchronní analýza korpusu food blogů	40
4.1	When making pie, all ingredients must be chilled. Including you (2013)	40
5	Diachronní analýza receptů	50
5.1	Food for thought – or, what’s (in) a recipe? (2013)	50
6	Tématika jídla v kognitivní lingvistice	57
6.1	Talking about taste: Starved for words (2013).....	57
6.2	Rebaking the Pie: The WOMAN AS DESSERT Metaphor (1999).....	61
7	Kritická analýza diskurzu stravování	67
7.1	Men Eat for Muscle, Women Eat for Weight Loss (2013)	67
8	Tezaurus LanguaL.....	74
8.1	Popis potravin v systému LanguaL	75
9	Tématika jídla v českém lingvistickém prostředí.....	78
10	Shrnutí.....	79
	Použitá literatura	80

1 Úvod

Jídlo a jazyk patří mezi lidské kulturní univerzálie. V jistém smyslu mezi nimi panuje komplementární distribuce – odvěká kulturní norma nám diktuje, že při jídle se nemluví. Potravu přijímáme do našeho organismu dutinou ústní – stejným místem, kudy naše tělo opouští jazyk ve své mluvené podobě.

Tato práce si klade za úkol zmapovat, jakým způsobem různá odvětví lingvistiky zacházejí s tématy týkajícími se právě jídla. Činí tak prostřednictvím ilustrativních příkladů z různých jazykovědných publikací.

Hlavní inspirací pro vznik této práce byla kniha amerického lingvisty Dana Jurafského *The Language of Food: A Linguist Reads the Menu* (2014). V této knize jsou populárně naučnou formou shrnuty poznatky z Jurafského vědecké činnosti zabývající se právě jazykem jídla. Dva ze článků, ze kterých při tvorbě této knihy Jurafsky vycházel, jsou popsány v kapitole číslo 3.

Název této práce byl inspirován obdobným názvem knihy *Culinary Linguistics: The Chef's Special* (Gerhardt, Frobenius a Ley 2013), která sdružuje články zabývající se otázkami jazyka a jídla. Odtud také pochází několik článků probíraných v jednotlivých kapitolách.

V úvodu práce je představeno dílo Clauda Lévi-Strausse, významného kulturního antropologa, který se snažil analyzovat národní kuchyně metodami jazykovědného strukturalismu. Následuje kapitola věnovaná „kulinárně lingvistickým“ dílům výše zmíněného Dana Jurafského. Popsány zde jsou dva články, na nichž Jurafsky spolupracoval, a jež aplikují metody počítačové lingvistiky na rozsáhlé korpusy restauračních menu a recenzí restaurací. Dále je představena synchronní korpusová studie food blogů, která analyzuje lexikální a syntaktická specifika tohoto relativně nového žánru. Následující kapitola se zabývá tématem jídla z hlediska diachronní lingvistiky – jedná se o srovnání dvou receptů na dušené

hovězí maso, vzniklých s časovým odstupem téměř 600 let. Práce dále pokračuje dvěma pohledy kognitivní lingvistiky, konkrétně psycholingvistiky a teorie metafor. Kritická analýza diskurzu je reprezentována jako jeden z přístupů k tématice stravování v kapitole číslo 7. Jako zajímavý případ spojení metod lingvistiky s potravinářským průmyslem je popsán v předposlední kapitole tezaurus LanguaL. Práci uzavírá krátké pojednání o tématice jídla a gastronomie v českém lingvistickém prostředí.

Práce je tedy koncipována tak, aby zde byly zastoupeny jak četné lingvistické přístupy, tak rozličné oblasti diskurzu o jídle a gastronomii.

2 Claude Lévi-Strauss a strukturalistický přístup

Tato kapitola představí dílo Clauda Lévi-Strausse zaměřené na jídlo, konkrétně na to, jak se snažil metody strukturální lingvistiky aplikovat na antropologické studium národních kuchyní.

2.1 Život a dílo¹

Claude Lévi-Strauss (1908 - 2009) byl francouzský filosof, antropolog a významný představitel strukturalismu, který sehrál velkou roli v zavádění strukturalismu do nelingvistických oborů. Narodil se 28. listopadu 1908 v Bruselu, ale vyrůstal v Paříži, kde na Sorbonně vystudoval filosofii a práva. V roce 1934 se stal profesorem sociologie na univerzitě v Sao Paulu v Brazílii, kde se věnoval terénnímu výzkumu domorodých kmenů Jižní Ameriky. Krátce před válkou se vrátil do Francie, kde v letech 1939 - 1940 působil jako dobrovolník v armádě. Po kapitulaci Francie však byl nucen vzhledem ke svému židovskému původu emigrovat do USA, kde získal místo na New School for Social Research v New Yorku. Zde se mimo jiné setkal s ruským lingvistou Romanem Jakobsonem, předním představitelem Pražského lingvistického kroužku, který mu přiblížil strukturální teorii v jazykovědě. Ta ho fascinovala především systematickým využíváním binárních protikladů, jež napomáhalo odhalování hloubkových schémat.

O strukturální lingvistice, především fonologii, se Lévi-Strauss vyjadřoval s velkým uznáním. V rámci společenských věd podle něj totiž dosáhla největšího pokroku a jako jediná se patrně stala opravdovou vědou, protože dokázala zformulovat objektivní metody a proniknout k podstatě jevů. Význam fonologie vidí v tom, že postupuje od jevů uvědomělých (hlásek) k neuvědomělému systému

¹ Informace o životě a díle Clauda Lévi-Strausse byly čerpány z knihy *Dějiny lingvistiky* Jiřího Černého (1996).

(fonémům), a členy tohoto systému zkoumá nikoli izolovaně, ale v jejich vzájemných vztazích, čímž směřuje k odhalování obecně platných zákonitostí.

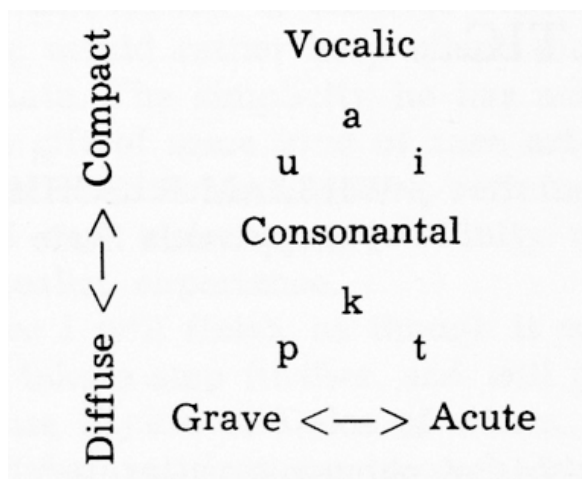
Vzhledem ke svému obdivu vůči lingvistickému strukturalismu navrhl Claude Lévi-Strauss aplikovat jeho metodologická východiska i v jiných společenských vědách. Např. v oblasti kultury by podle něj měla vedle etnografie, která zkoumá povrchové vlastnosti kultury jednotlivých etnických celků, vzniknout také etnologie, která by s pomocí strukturalistických metod vytvořila obecný popis kultury. Jednotlivé povrchové vlastnosti kultury, jako např. společenské chování, přípravu jídel, módu, či obřady, přirovnává Lévi-Strauss k lingvistickému „parole” - jedná se o jevy které lze bezprostředně pozorovat. Etnologie by se však podle něj měla (stejně jako ostatní vědy) zabývat odhalováním hlubšího systému, jehož jsou povrchové jevy projevem, tedy alternativy lingvistického „langue”.

V roce 1958 své poznatky a myšlenky shrnul v knize Strukturální antropologie, ve které se věnuje teoretickým otázkám antropologického výzkumu člověka a kultury. V následujícím roce se stal profesorem sociální antropologie na Collège de France, což je nejprestižnější francouzská akademická instituce, kde působil až do svého důchodu v roce 1982. V roce 1973 se stal členem Francouzské akademie, jímž byl až do své smrti 30. října 2009.

2.2 „Kulinární trojúhelník“

Strukturalistická východiska a metody aplikoval Claude Lévi-Strauss také na gastronomii, a to ve své eseji *La triangle culinaire*. Ta vyšla jako původně součást šestadvacátého vydání francouzského časopisu *L'Arc* z roku 1965, které bylo věnováno právě Lévi-Straussovi. O tři roky později pak byla zařazena do třetího dílu čtyřsvazkového díla *Mythologiques - L'Origine des manières de table*. V českém překladu tato kniha vyšla v roce 2006 pod názvem *Mythologica ***: Původ stolničení*.

Lévi-Strauss zde vychází právě z fonologie Romana Jakobsona. Ta je založena na systému opozic distinktivních rysů mezi jednotlivými fonémy. Jako příklad zde uvádí, že pro každý jazyk je fundamentální opozice *konsonant - vokál*. Konsonanty a vokály pak můžeme dále členit na základě opozic jako *difúzní - kompaktní*, nebo *akutové - gravisové*. Toto demonstruje na příkladu vokalického a konsonantického trojúhelníku:

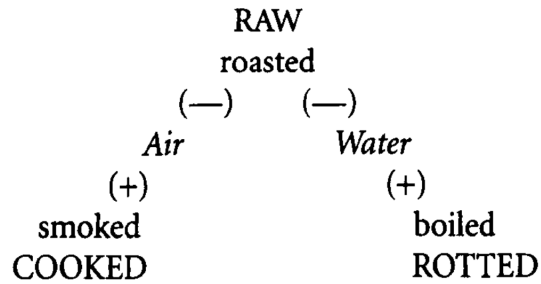


Dále pak Lévi-Strauss tvrdí, že podobnou metodologii je možno použít i v rozboru jiných kulturních domén, zde konkrétně v rozboru vaření, o kterém říká následující:

„...cooking...is with language a truly universal form of human activity: there is no society without a language, nor is there any which does not cook in some manner at least some of its food.” (Lévi-Strauss, *The Culinary Triangle* 2008)

Vaření zde tedy prezentuje jako kulturní univerzálii, podobně jako jazyk.

Jeho hypotéza předpokládá (po vzoru Jakobsona) trojúhelníkové sémantické pole, jehož tři vrcholy korespondují s kategoriemi raw (syrové), cooked (uvařené) a rotted (shnilé). Jejich distinkce jsou vyjádřeny opozicemi *elaborated - unelaborated* (*zpracované - nezpracované*) a *culture - nature* (*kulturní - přírodní*), dle následujícího schématu:



Vrcholy tohoto „kulinárního trojúhelníku“ pak dle Lévi-Strausse delimitují sémantické pole zvenčí - jedná se o pouhé extrémy, kterým se jevy v reálném světě pouze přibližují (stejně jako jako fonémy *a* - *i* - *u* představují pouze teoretické extrémy v trojúhelníku vokalickém, jimž se pak pouze přibližují vokalické inventáře jednotlivých jazyků). V jednotlivých kulturách se tedy liší představa o tom, co je uvařené a co ještě syrové, stejně tak jako má každá kultura jiný postoj ke shnilým (fermentovaným) potravinám (zde uvádí Lévi-Strauss příklad amerických vojáků, kteří se v roce 1944 vylodili v Normandii, a ničili některé místní mlékárny, protože jim zápach sýrů připomínal zápach mrtvolný). Pro každou kulturu tedy existuje její konkrétní trojúhelník uvnitř onoho abstraktního.

Dále se Lévi-Strauss soustředí na klasifikaci jednotlivých způsobů tepelné úpravy pokrmů, a to především na základní distinkci pozorovanou napříč kulturami: *the roasted* (*pečené*) a *the boiled* (*vařené*).

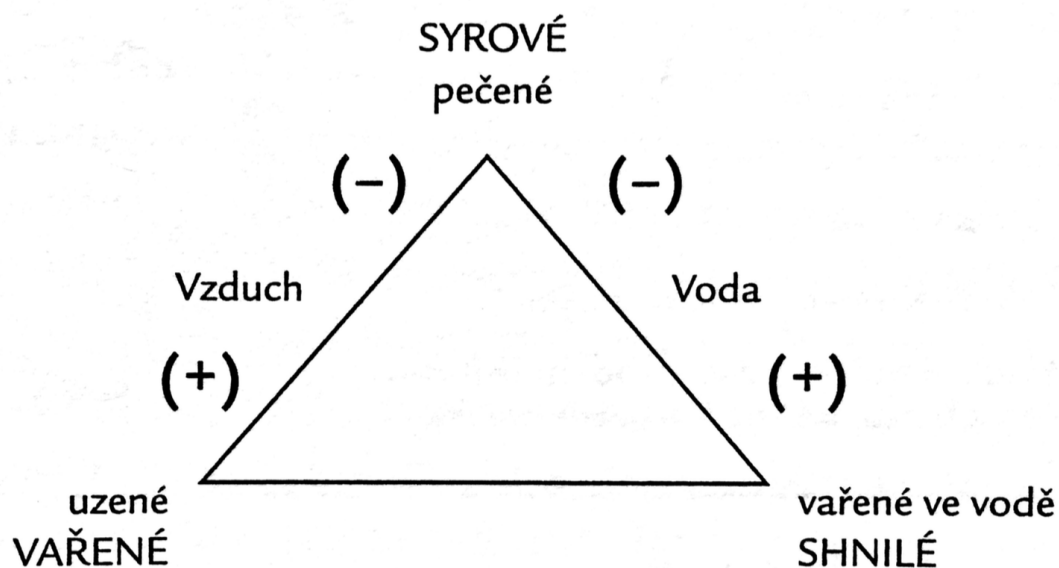
Pečené jídlo je vystaveno přímému styku s ohněm, zatímco vaření je *zprostředkováno* dvěma mezičlánky - vodou, ve které je potravina ponořena, a nádobou, která v sobě vodu a potravinu zadržuje. Jídlo *pečené* je tedy podle Lévi-Strausse na straně *přírodní* a *vařené* na straně *kulturní*, protože je k němu zapotřebí kulturního, lidmi vytvořeného objektu - nádoby.

S ohledem na distinkci *zpracované - nezpracované* přiřazuje Lévi-Strauss *pečené* k *nezpracovanému*, a tedy *syrovému*. Na straně *zpracovaného* jídla se pak rozhoduje přiřadit *vařené* ke *shnilému*, vzhledem k jejich spřízněnosti ve spoustě světových jazyků, kdy např. německé *zu Brei zerkochetes Fleisch* znamená v doslovném překladu *maso rozvařené na kaši*.

Do základního trojúhelníku *syrové - vařené - shnilé* tedy Lévi-Strauss přiřazuje členy *pečené* a *vařené*, a chybí tak pouze člen přiřaditelný ke kategorii *uvařené*. Jako vhodný způsob úpravy byl na toto místo zvolen člen „uzené“, protože se stejně jako u pečení jedná o operaci nezprostředkovanou (bez nádoby a bez vody), ale na rozdíl od něj je operací pomalou, která proniká do hloubky a je tedy pravidelná:

„V metodě uzení stejně jako v metodě pečení se mezi oheň a maso nestaví nic kromě vzduchu. Rozdíl mezi oběma technikami však tkví v tom, že v jednom případě je mezilehlá vrstva vzduchu minimální, zatímco ve druhém se co nejvíc zvětšuje... U těžce konstantní vlastnosti - mezilehlé přítomnosti vzduchu - tudíž zjišťujeme diferenciační rysy, vyjádřené protiklady *přiblížené/vzdálené* a *rychlé/pomalé*.” (Lévi-Strauss 2007, 422)

Kompletní schéma *kulinárního trojúhelníku* pak vypadá následovně (Lévi-Strauss 2007, 425):



Sám Lévi-Strauss však vzápětí poznamenává, že jde jen o příklad, a že ne všechny systémy receptů tento model zachovávají týmž způsobem. Ilustruje podle něj jen jednu transformaci z mnoha, protože zatím neexistuje dostatek informací o kuchyňských praktikách populací, jimž etnologové nevěnovali nikdy pozornost. Dále hovoří o tom, jak by se daly do tohoto modelu zakomponovat jiné kuchyňské úpravy jako smažení, grilování, nebo například rozdělení na potravu živočišnou, rostlinnou, atd. Zdůrazňuje tak, že *kulinární trojúhelník* je pouhým nástinem, ilustrací toho, jak může antropologie za pomoci strukturalistické metodologie odhalovat systémovost jednotlivých kuchyní, potažmo dalších sfér lidské aktivity.

Jak sám v závěru prohlašuje: „Lze doufat, že se tak u každého jednotlivého případu podaří zjistit, jakým způsobem kuchyně působí jako řeč, jíž daná společnost nevědomky vyjadřuje svou strukturu, nebo v níž, rovněž nevědomky, ukazuje své rozpory.“ (Lévi-Strauss 2007, 430)

2.3 Kritika „kulinárního trojúhelníku“

V reakci na *kulinární trojúhelník* vydala v roce 1972 lingvistka Adrienne Lehrer z Rochesterské univerzity článek *Cooking Vocabularies and the Culinary Triangle*

of *Lévi-Strauss*, ve kterém testuje univerzální aplikovatelnost Lévi-Straussova modelu sémantického pole vaření na několika jazycích, např. angličtině, francouzštině, japonštině, čínštině, ale také na jazycích domorodých kmenů jako např. Navajo.

Termíny pro přípravu pokrmů v jednotlivých jazycích Lehrer analyzuje kombinací Lyonsovy teorie sémantických polí a komponentové analýzy Katze a Fodora. Výsledky této analýzy pak porovnává s kategorizací Lévi-Strausse a dospívá k závěru, že většina jeho tvrzení, jako např. asociace *vařeného* se *shnilým*, nebo *pečeného* se *syrovým*, není univerzálně aplikovatelná vzhledem ke kulturním odlišnostem a sémantickému vymezení kulinářských pojmů v jednotlivých jazycích. Odmítá také jeho příklon k používání binárních opozic inspirovaný fonologickými distinktivními rysy:

„Lévi-Strauss is correct, I believe, in arguing that it is possible to say things about cooking in general without respect to any particular culture. Moreover, it is possible to establish a relatively small set of components that will describe the oppositions of cooking terms in all languages (though each language will not use them all). The components cannot all be binary, like phonological distinctive features. Lévi-Strauss' main error, however, is to assume that we can have a neutral structure of cooking concepts that will be valid for all languages. As we have seen, each language selects some of the components and combines them in different ways, arranges them in different hierarchies, and finally produces different (though not radically different) semantic structures.” (Lehrer 1972, 169)

2.4 Strukturální antropologie a „gustémy“

Nad problematikou jídla se Lévi-Strauss krátce pozastavil i dříve ve svém nejznámějším díle *Anthropologie structurale* z roku 1958. Zde rovněž aplikoval strukturalistickou metodologii na problematiku národní kuchyně. Ta se podle něj dá (stejně jako jazyk) rozdělit na základní konstituční složky, které nazývá *gustémy*. Ty jsou dále uspořádány do systému opozic a korelací. Jako příklad zde

uvádí srovnání anglické a francouzské kuchyně prostřednictvím tří opozic: endogenní/exogenní (domácí versus exotické ingredience), centrální/periferální (hlavní chody versus přílohy) a příznakové/bezpříznakové (pikantní versus plané). Systém těchto opozic je ilustrován v tabulce níže (Lévi-Strauss 1963):

	ENGLISH CUISINE	FRENCH CUISINE
endogenous / exogenous	+	—
central / peripheral	+	—
marked / not marked	—	+

V anglické kuchyni jsou tedy hlavní chody tvořeny domácími ingrediencemi a obklopeny více pikantními exotickými přílohami, jako např. čaj, pomerančová marmeláda nebo portské. Naopak ve francouzské kuchyni je opozice endogenní/exogenní velmi slabá a pikantní zde mohou být jak přílohy tak hlavní jídla. Také je zde uveden krátký příklad rozboru kuchyně čínské.

Gustémy v díle Lévi-Strausse nepředstavují nijak propracovanou a svébytnou teorii. Jednalo se spíše o ilustraci univerzální aplikovatelnosti strukturalistické metodologie. I když se Lévi-Strauss problematice národních kuchyní věnuje i ve svém pozdějším díle, o jednotlivých distinktivních rysech už jako o gustémech nehovoří.

3 Dan Jurafsky a spojení počítačnické lingvistiky se sociolingvistikou

V oblasti zkoumání otázek jídla a gastronomie očima lingvistiky je v současné době nejvýznamnějším autorem Dan Jurafsky (1962). Je profesorem lingvistiky a matematické informatiky na Stanfordově univerzitě. Ve své práci se věnuje především aplikacím metod počítačnické lingvistiky v behaviorálních a sociálních vědách. Je spoluautorem hojně používané učebnice *Speech and Language Processing: An Introduction to Natural Language Processing, Computational Linguistics, and Speech Recognition*.

Jeho velkým koníčkem je studium jazyka jídla a gastronomie. Své poznatky z této oblasti shrnul populárně naučnou formou v knize *The Language of Food: A Linguist Reads the Menu* (Jurafsky 2014), která byla nominována na prestižní *James Beard Award*¹ v kategorii *Writing and Literature*. Na Stanfordově univerzitě pak vede stejnojmenný kurz *The Language of Food*.

Níže jsou prezentovány dva články z oblasti sociolingvistiky zaměřené na jazyk jídelních lístků a recenzí restaurací, jichž je Jurafsky spoluautorem. Oba tyto články jsou názorným příkladem aplikace statistických metod na rozsáhlý korpus přirozeného jazyka, a následné lingvistické interpretace výsledků. Ukazuje se zde, jak může zkoumání velkého množství jazykových dat přispět k pochopení kulturního a sociálního chování člověka.

¹ *James Beard Award* je ocenění kulinářských počinů, kulinářské literatury a kulinářského vzdělávání v USA. Je udíleno každoročně ve více než dvaceti kategoriích a říká se mu také „the Oscars of the food world“. (About JBF Awards 2016)

3.1 Linguistic Markers of Status in Food Culture: Bourdieu's Distinction in Restaurant Menus (2016)

V tomto článku (Jurafsky, Chahuneau, a další 2016) vycházejí autoři z díla francouzského sociologa Pierra Bourdieu - *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (v originále *La Distinction: Critique sociale du jugement*, 1979). Bourdieu zde na základě empirického výzkumu (formou rozhovorů) francouzské společnosti zkoumá, jaký vliv má kulturní a ekonomický kapitál společenských vrstev na utváření jejich vkusu. K jídlu, jako jednomu ze stavebních prvků kultury, zde říká: „oppositions similar in structure to those found in cultural practices also appear in eating habits” (Bourdieu 1984, 6). Usouvztažňuje zde kulturu jídla s utvářením identity jednotlivých sociálních tříd a tím i *rozdílů* mezi nimi.

Autoři zde poznamenávají, že výše zmíněný výzkum má své slabé stránky právě ve své formě explicitních rozhovorů, ze kterých se jejich skrytý, implicitní obsah dá vyčíst velmi složitě. Jako přímější cestu k nahlédnutí do uvažování kultury navrhuji zkoumání jazyka, který členové dané kultury užívají:

„Language offers a powerful tool for observing and quantifying the sometimes unconscious way that our associations and understandings of culture reflect our social attitudes and prejudices.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2016)

Zároveň však upozorňují, že je v rámci sociologického výzkumu tohoto charakteru důležité soustředit se na jednotný, úzký jazykový žánr, a tak se co nejvíce vyvarovat případných komplikací, které mohou při zkoumání přirozeného jazyka nastat.

Jako vhodný žánr si proto volí jazyk jídelních lístků ve Spojených státech. Ty podle nich obsahují jednotný kontext - restaurace se snaží zákazníkům prodat své jídlo, a zde se odráží to, jak restaurace vnímají smýšlení svých zákazníků o jídle. Další výhodou tohoto žánru je, že jídelní lístky existují v restauracích napříč socioekonomickým spektrem a nabízejí přesnou, explicitní informaci o ceně.

Zároveň se jedná o žánr tak frekventovaný, že je možné z něj sestavit dostatečně velký korpus pro kvantitativně-lingvistickou analýzu.

K sestavení korpusu autoři použili databázi jídelních lístků ze serveru *allmenus.com*, konkrétně jídelních lístků ze sedmi amerických měst (Boston, Chicago, Los Angeles, New York, Philadelphia, San Francisco, Washington D. C.). Za pomoci serveru *yelp.com* (server s recenzemi restaurací psanými jejich zákazníky) z nich následně vybrali ty, jež jsou zde označeny jako *restaurants and bars*, tedy restaurace a bary. Dále odsud získali metadata pro označení dvou dalších proměnných: kategorie restaurace (styl kuchyně) a cenová hladina (čtyři úrovně - \$, \$\$, \$\$\$, \$\$\$\$). Označení cenové hladiny je zde závislé na kategorii restaurace: „a pizza restaurant that is rated as \$\$\$ will be less expensive than a French restaurant rated \$\$\$”.

Celkově Jurafsky et al. nashromáždili korpus jídelních lístků z 6511 restaurací rozdělených do 32 různých kategorií.

Na základě závěrů Pierra Bourdieu a výzkumů, které jeho dílo iniciovalo, se autoři rozhodli věnovat čtyřem aspektům utváření sociálních distinkcí: *authenticity* (*autenticita*), *educational capital* (*vzdělanost*), *plenty* (*hojnost*) a *implicit signaling of quality* (*implicitní označování kvality*).

3.1.1 Autenticita

Řada výzkumů v oblasti marketingu naznačuje, že dražší produkty bývají často popisovány s důrazem na *autenticitu*. U jídla se jedná o kvalitu a místo původu surovin, nebo např. o původní metody výroby. V tomto ohledu autoři pracují se dvěma podkategoriemi: *natural authenticity* a *traditional authenticity*.

Toto rozdělení pochází z článku Freedmana a Jurafského z roku 2011: *Authenticity in America: Class Distinctions in Potato Chip Advertising* (Freedman a Jurafsky 2011). Ti zde zkoumali jazykové prostředky užívané na obalech brambůrků ve vztahu k jejich ceně. Zjistili, že reklamní texty na obalech

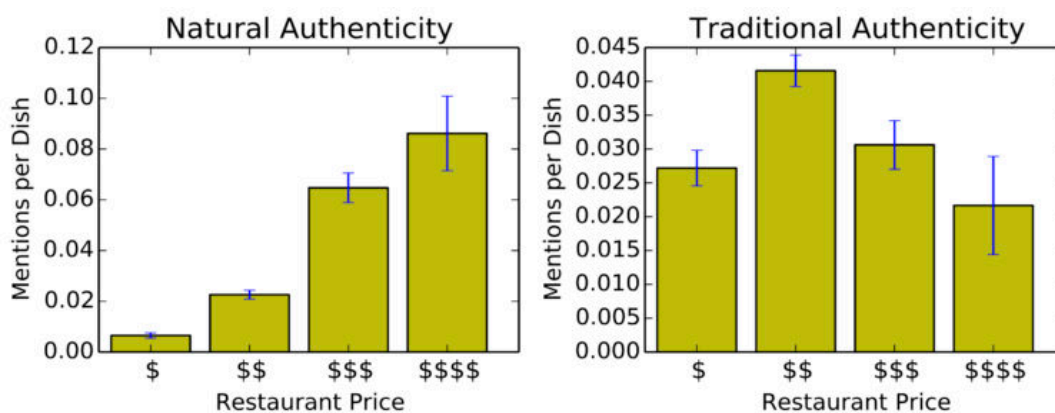
dražších brambůrků zdůrazňují tzv. *natural authenticity*, tedy původ surovin (*sea salt, Yukon Gold potatoes*), kvalitu surovin (*natural, organic*) a kvalitu jejich zpracování. Na obalech levnějších brambůrků se naopak hovoří o tzv. „traditional authenticity“, kdy jde o popis rodinných tradic a historie dané značky (*old family recipe, time-honored tradition*). K podobným závěrům dospěli např. Chahuneau et al. ve svém článku *Word Salad: Relating Food Prices and Descriptions* z roku 2011 (Chahuneau, a další 2011).

Z hlediska autenticity tedy autoři pracují s následující hypotézou:

„...more expensive, higher-status restaurants will be more likely to emphasize natural authenticity and the provenance of the ingredients on the farm, while cheaper, lower-status restaurants will be more likely to emphasize traditional authenticity.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2016)

Testování této hypotézy bylo založeno na frekvenci výskytu slov a frází spojených vždy s daným typem autenticity. Databázi těchto slov autoři sestavili na základě předchozích výzkumů věnovaných této problematice.

Výsledky testování jasně potvrdily, že s cenovou hladinou restaurace roste i počet zmínek o *natural authenticity*, přičemž výskyt těchto označení v cenové hladině \$\$\$\$ je více než osmkrát vyšší, než v nejnižší cenové hladině \$.



V případě *traditional authenticity* se hypotéza tak jasně nepotvrdila. Ukázalo se, že v největší míře těchto označení užívají restaurace cenové hladiny \$\$, které

autoři označují jako *lower-middle priced*. Potvrdilo se však, že nejméně tento druh autenticity zdůrazňují restaurace nejdražší.

3.1.2 Vzdělanost

Dalším pozorovaným aspektem jazyka amerických jídelních lístků byla *vzdělanost* (*educational capital*), tedy předpoklad, že vzdělanost je spojena s vyšším socioekonomickým postavením. Dražší restaurace užívají *fancier words*, tedy slova méně obvyklá, s komplexnější morfologií, nebo slova cizího původu. Vzdělanější a majetnější klientele tak pochlebují a signalizují, že je jejich nabídka v sounáležitosti s jejím společenským postavením.

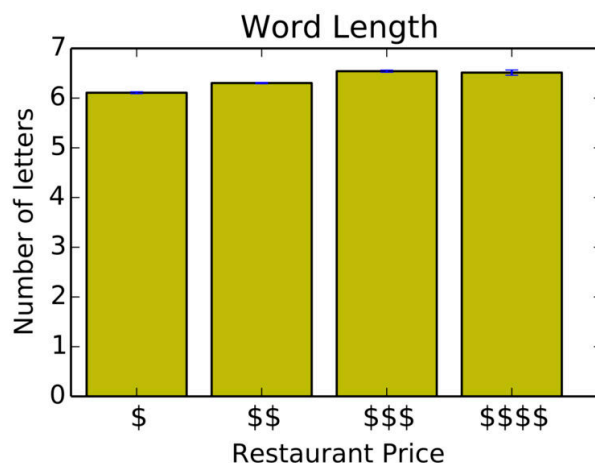
Hypotéza je v tomto případě formulována takto:

„...more expensive, higher-status restaurants will use more complex language, while cheaper, lower-status restaurants will use simpler language.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2016)

Tato hypotéza byla testována s pomocí výpočtu průměrné délky slov jednotlivých jídelních lístků:

„Word length has a very strong inverse correlation with word frequency and a positive correlation with morphological complexity; long words are thus both rare and complex” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2016)

Výsledky ukázaly, že průměrná délka slov je vyšší na jídelních lístcích dražších restaurací:



Dále byl také sledován výskyt slov cizího původu. Ukázalo se, že 28 ze 100 slov nejvíce spojovaných s cenovou kategorií \$\$\$\$ je cizího původu.

Dražší restaurace tedy skutečně užívají delších slov a více cizích slov.

3.1.3 Hojnost

Třetím kritériem, se kterým autoři ve své analýze pracují, je *hojnost*. Zde vycházejí z Bourdieuho tvrzení, že u jídel dělnické třídy hraje důležitou roli to, jak je pokrm sytý, a také jak velká je možnost volby pokrmu. To naznačuje i lingvistka Robin Lakoff ve svém článku *Identity à la carte: you are what you eat* z roku 2006 (R. Lakoff 2006). Ta porovnává jídelní lístky dvou restaurací - drahé francouzské restaurace *Chez Panisse* a levné asijské restaurace *The Oriental Restaurant*. Dochází k závěru, že levnější restaurace dává hostům pocit *hojnosti* jak zdůrazňováním velikosti porcí, tak možností volby z velkého druhu jídel.

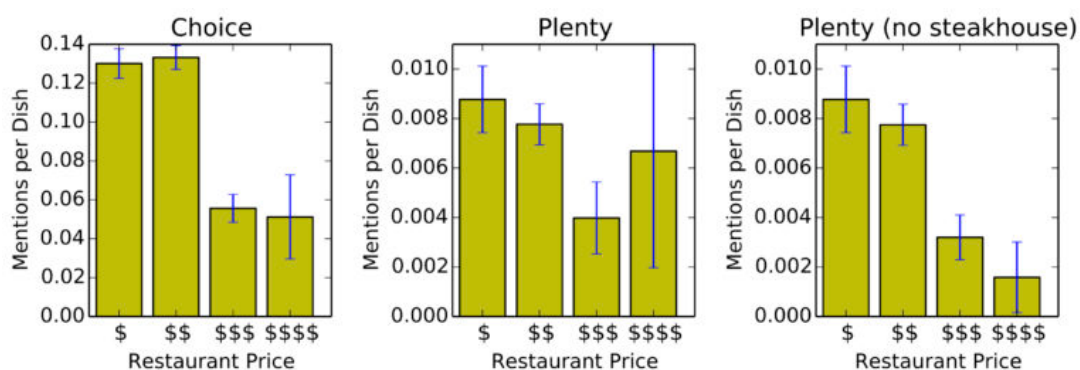
Z těchto poznatků tedy autoři vycházejí ve své hypotéze:

„...menus of cheaper restaurants will be more likely to give linguistic indicators of plenty and choice — the menu will highlight the amount of food, offering more dishes and offering a greater range of choices, while menus of expensive restaurants will be less likely to use this framing. If so, we would expect a linguistic framing of plenty emphasized more in cheaper restaurants than in expensive ones.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2016)

V testování této hypotézy pracovali autoři se třemi proměnnými: počtem jídel na jídelním lístku, frázemi zdůrazňujícími možnost volby (*choice of, choose, your own*, atd.) a frázemi označujícími velikost porce (*big, hearty, generous, huge*, atd.)

Co se týče počtu jídel, ukázalo se, že levnější restaurace jich mají na jídelních lístcích skutečně více.

Jak je vidět na nadcházejícím grafu, v levnějším cenovém spektru (\$ a \$\$) je přítomnost frází označující možnost volby zřetelně vyšší, než u restaurací vyšších cenových kategorií. Výsledky z hlediska frází označujících velikost porce jsou také vyobrazeny na grafu níže.



Ač je výskyt těchto označení největší u levných restaurací, ukázalo se, že i v nejdražší \$\$\$\$ jsou tato označení překvapivě častá. Autoři však po bližším průzkumu zjistili, že většina \$\$\$\$ restaurací, ve kterých se těchto označení používá, jsou z kategorie *Steakhouse*, kde se přirozeně klade důraz na velikost steaků, a vstupní surovina je také nákladnější. Po odstranění všech 81 steakhousů z korpusu pak výsledky odpovídají stanovené hypotéze (graf *Plenty (no steakhouse)*).

3.1.4 *Implicitní označování kvality*

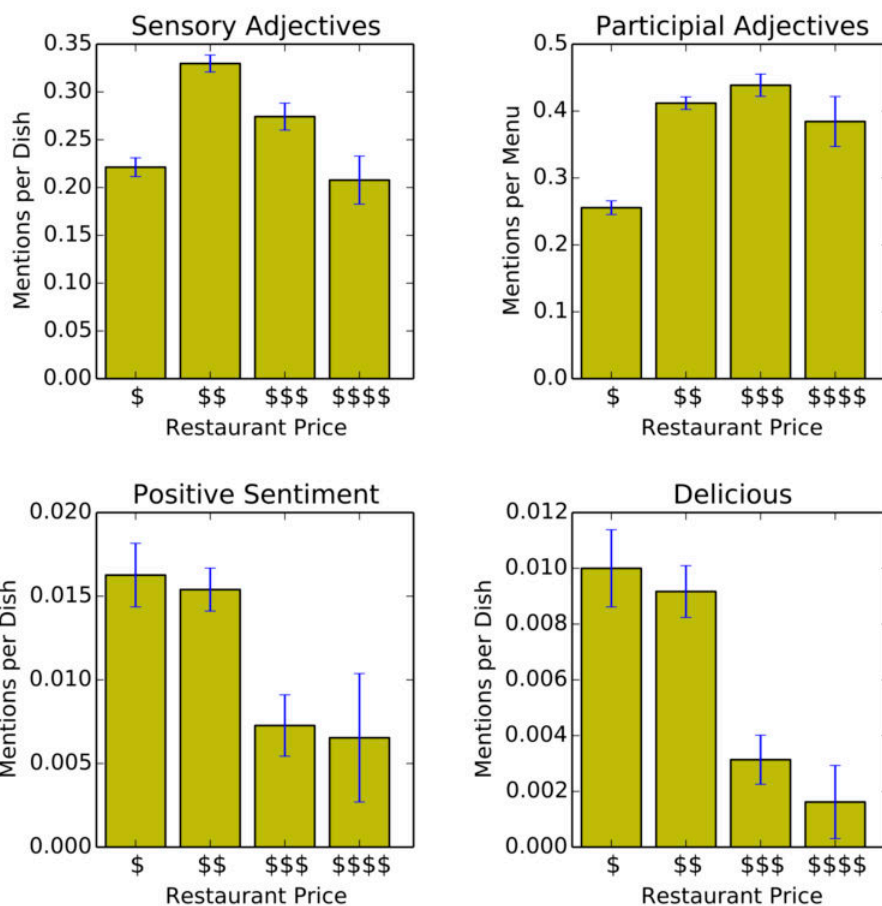
Posledním kritériem průzkumu je to, jak explicitně signalizují restaurace jednotlivých cenových kategorií kvalitu svých pokrmů. Zde autoři na základě Pierra Bourdieu i jiných autorů vycházejí z předpokladu, že nejdražší restaurace nebudou mít zapotřebí kvalitu svých pokrmů zdůrazňovat, protože o ní nikdo nepochybuje. Restaurace střední třídy budou naopak kvalitu a čerstvost svých jídel vyjadřovat velmi explicitně ve snaze se dražším, „výše postaveným“ restauracím vyrovnat:

„We therefore hypothesize that explicit protestations of quality (adjectives like „real”, „delicious”, „crispy”, „crunchy”) will be more likely to appear in middle-priced or cheaper restaurants than in expensive ones.”

Pro testování této hypotézy tedy autoři pracují s počty adjektiv v jídelních lístcích. Kromě celkového počtu všech adjektiv byla adjektiva zkoumána také v následujících podskupinách:

1. *sensory adjectives* - *chunky, crispy, fluffy*, atd.
2. *participial adjectives* - *grilled, smoked, sliced*, atd.
3. *positive sentiment* - *great, excellent, wonderful*, atd.
4. *delicious and gourmet* - *delicious, gourmet, tasty*, atd.

Celkově se potvrdilo, že je užívání adjektiv častější u levnějších restaurací. Frekvence užití adjektiv jednotlivých podskupin jsou vyobrazeny v grafech níže:



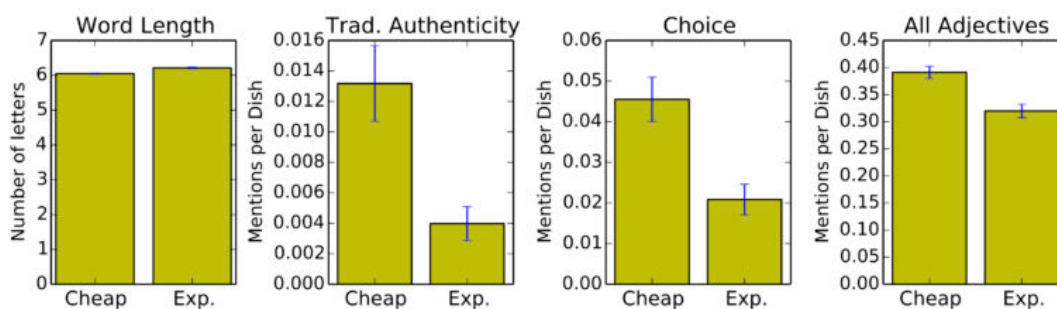
Nízký výskyt adjektiv ze skupin *positive sentiment* a *delicious and gourmet* autoři spojují s podvědomým dodržováním Griceových komunikačních maxim. Racionální komunikant by tak užíval u jídel označení jako *great* nebo *fresh* k naplnění nějakého komunikačního cíle, v tomto případě k přesvědčení adresáta, že jídlo v jeho restauraci tyto vlastnosti skutečně má. Předpokládá tak, že adresát není o této skutečnosti v jeho restauraci přesvědčen. V dražších restauracích se přítomnost těchto vlastností u jídel předpokládá, jejich explicitní zmínka by tak nutila adresáta k zpochybňování tohoto předpokladu.

3.1.5 Historické srovnání

Pro ověření toho, zda jsou výše uvedené vztahy konzistentní napříč časem, obsahuje článek také obdobný výzkum zaměřený na jídelní lístky z přelomu 19. a 20. století. Pro tyto potřeby je jako korpus použita tzv. Buttolph Collection z New York Public Library, která obsahuje přes 17 tisíc jídelních lístků z let 1852–

2015. Z této databáze bylo pak pro potřeby tohoto výzkumu vybráno celkem 2858 jídelních lístků z let 1892–1921.

Vzhledem k velikosti korpusu a množství informací dostupných z daného období byl tento historický výzkum zjednodušen. Restaurace tak byly rozděleny pouze na 2 skupiny - *levné* a *drahé* (autoři nejprve určili střední hodnotu cen jídel u každého jídelního lístku, dále pak určením střední hodnoty všech těchto výsledků stanovili hranici mezi výše uvedenými skupinami). Zkoumány pak byly průměrná délka slov, tzv. *traditional authenticity*, možnost volby a množství adjektiv. Z níže vyobrazených grafů je vidět, že dražší restaurace užívají delších slov, levné častěji zdůrazňují autenticitu, možnost volby, a užívají více adjektiv:



Ukázalo se tak, že i před sto lety vykazovaly jídelní lístky amerických restaurací v různých cenových hladinách podobné rozdíly jako dnes.

3.2 Narrative Framing of Consumer Sentiment in Online Restaurant Reviews (2014)

Další článek s podobnou tematikou pochází od stejného týmu autorů v čele s Danem Jurafskym. Věnují se zde příbuznému žánru, a to jazyku zákaznických recenzí restaurací. Za pomoci metod zpracování přirozeného jazyka zde analyzují rozsáhlý korpus recenzí a pozorují, jakých narativ užívají jejich autoři (zákazníci restaurací) u rozdílných cenových hladin a u pozitivního/negativního hodnocení restaurací.

Žánr recenzí restaurací si autoři vybrali pro sentimentovou analýzu z následujících důvodů:

„Restaurant reviews offer rich metadata in addition to extensive text, including the numeric rating the customer assigns, economic variables like the price level of the restaurant being reviewed, and control variables like the type of food and location. The combination of these three aspects — language, rating sentiment, and product price — allows us to address a number of open questions.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2014)

Zjišťují zde tedy, jakých narativ užívají zákazníci v pozitivních a negativních recenzích, ale také, jak se v recenzích odráží jejich psychologické či sociální charakteristiky. Hypotézu Jurafsky et al. formulují takto:

„Instead we propose that reviews are fundamentally a kind of social discourse, in which reviewers employ narratives to portray their own social or psychological characteristics, role or stance. As such we expect that the different kinds of narratives we see in different kinds of reviews will result from the different kinds of social goals and relations that reviewers have when writing good versus bad reviews, and about expensive versus inexpensive restaurants.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2014)

3.2.1 Metodika testování

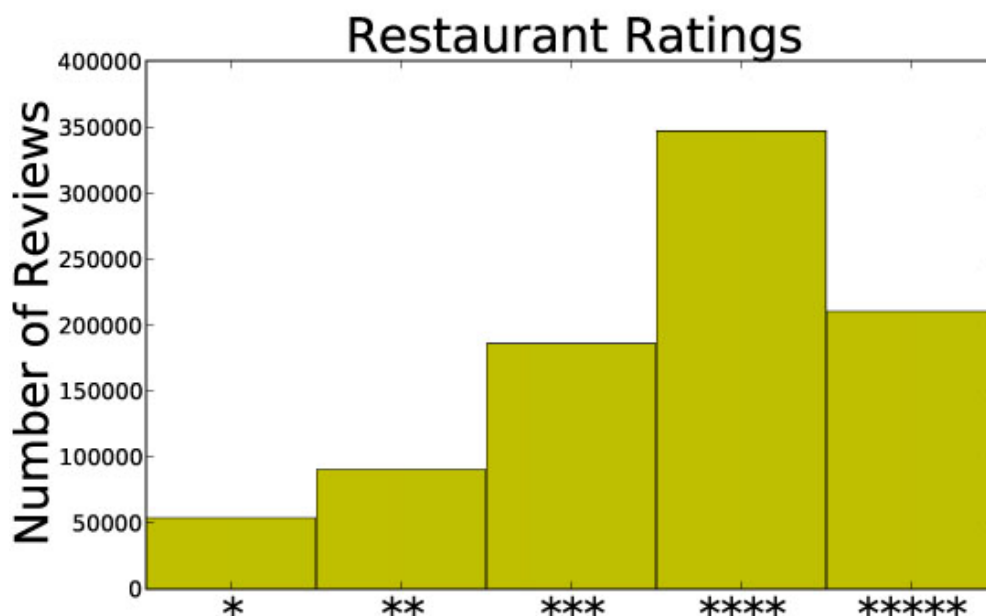
Pro testování této hypotézy použili autoři již dříve (Chahuneau, a další 2011) sestavený korpus recenzí na serveru *yelp.com* z let 2006–2011, z restaurací sedmi amerických měst (Boston, Chicago, Los Angeles, New York, Philadelphia, San Francisco a Washington D.C.). Každá recenze má pak k sobě přiřazeny tyto ukazatele: hvězdičkové hodnocení (od 1 do 5), cenovou hladinu restaurace (od \$ do \$\$\$\$), město, kategorii restaurace (např. pizzerie, steakhouse, japonská, atd.) a informaci, zda je daná restaurace součástí řetězce.

Ve finále tedy korpus použitý pro testování hypotézy obsahoval 887 658 recenzí z 6 548 restaurací.

Pro jejich analýzu autoři používali standardních metod počítačnické lingvistiky a sentimentové analýzy, např. průměrné délky slov a recenzí, nebo četnost výskytu pozitivních/negativních výrazů u jednotlivých typů restaurací.

3.2.2 Poměr pozitivních a negativních recenzí

V první řadě se autoři pozastavují nad rozložením hvězdičkového hodnocení jednotlivých recenzí. To je vyobrazeno v následujícím grafu:



Ukazuje se zde silný příklon k pozitivnímu hodnocení, což je dle autorů v souladu s předchozími pracemi zkoumajícími recenze filmů, hotelů, restaurací a spotřebního zboží (Potts, 2011).

Dále je testováno, zda se tato tendence k pozitivnímu hodnocení odráží i v použitém slovníku, tedy zda jsou pozitivní výrazy častější než negativní. K tomuto bylo využito dvou sentimentových slovníků - *The General Inquirer* a *Linguistic Inquiry and Word Count*. Z korpusu pak bylo vybráno 500 nejčastějších

pozitivních a 500 negativních výrazů a následně srovnán jejich počet v tokenech. Výsledek je zaznamenán v tabulce níže:

Table 1: Ratios of total frequencies of the most frequent 500 positive to most frequent 500 negative vocabulary words in two sentiment lexicons: the General Inquirer (Stone, et al., 1966), and LIWC (Pennebaker, et al., 1997).		
Lexicon	Positive–negative ratio in restaurant reviews	Positive–negative ratio in Google Books
General Inquirer	1.8	1.5
LIWC	2.7	1.8

Jak je vidět, počet pozitivních výrazů jasně převyšuje počet negativních. Obecný příklon k pozitivnímu vyjadřování v jazyce je označován jako tzv. Pollyannin princip. Ze srovnání s korpusem Google Books, reprezentujícím standardní angličtinu, je vidět, jak výrazně poměr pozitivních a negativních výrazů ovlivňuje silný hodnotící charakter žánru recenze.

3.2.3 Narativ silně negativních recenzí - trauma

V další části článku se autoři zaměřili na to, zda silně negativní recenze (hodnocené pouze jednou hvězdičkou) obsahují nějaké společné prvky, nebo jde jen o popisy jídla s negativními hodnotícími výrazy.

Pomocí statistických metod tak Jurafsky et al. získali seznam padesáti slov nejčastěji spojovaných s „jednohvězdičkovými“ recenzemi:

Table 2: Top 50 words associated with one-star reviews by the Monroe, et al. (2008) method.	
Linguistic class	Words in class
Negative sentiment	worst, rude, terrible, horrible, bad, awful, disgusting, bland, tasteless, gross, mediocre, overpriced, worse, poor
Linguistic negation	no, not
First person plural pronouns	we, us, our
Third person pronouns	she, he, her, him
Past tense verbs	was, were, asked, told, said, did, charged, waited, left, took
Narrative sequencers	after, then
Common nouns	manager, waitress, waiter, customer, customers, attitude, waste, poisoning, money, bill, minutes
Irrealis modals	would, should
Infinitives and complementizers	to, that

Vysoký výskyt výrazů s negativním sentimentem odráží nízké hodnocení vybraných recenzí. Četnost sloves v minulém čase, zájmen třetí osoby, perfektivních tvarů a sloves řečových aktů (*say, tell*, atd.) je dle autorů v souladu s Biberovým popisem stylu vypravování. Tyto skutečnosti naznačují, že recenze s nejhorším hodnocením jsou narativy s negativním sentimentem, tedy vypravování popisující špatné zážitky včetně toho, co které osoby řekly nebo udělaly. K jakým osobám je v těchto narativech nejčastěji odkazováno autoři zjišťují pomocí seznamu obecných substantiv nejvíce spojovaných s „jednohvězdičkovými“ recenzemi:

manager, customer, minutes, money, waitress, waiter, bill, attitude, management, business, apology, mistake, table, charge, order, hostess, tip

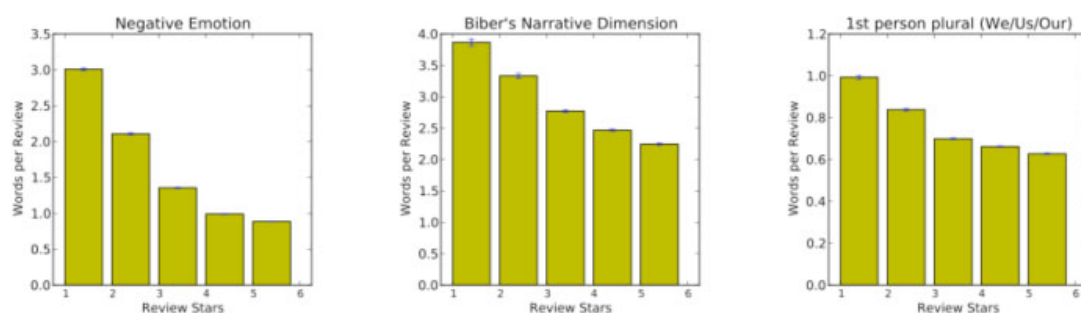
Nejčastěji se tedy jedná o selhání obsluhy restaurace nebo technické nedostatky servisu. Zajímavé je, že mezi těmito substantivy není žádná zmínka o jídle.

Negativní recenze obsahují také značný výskyt plurálu první osoby.

Na základě všech zmíněných charakteristik se tak tyto recenze nejvíce podobají vypravování osob, které prožily nějaké trauma. Ty se vyznačují právě nadměrným užíváním plurálu první osoby, kdy se mluvčí, hledající pocit útěchy, snaží zdůrazňovat svou náležitost k nějaké skupině.

Silně negativní recenze restaurací tedy nejsou shrnutím negativních popisů jídla, jedná se spíše o traumatický narativ, a zároveň o prostředek vypořádání se s traumatickou zkušeností.

Pro ověření těchto tvrzení autoři ověřili četnost výskytu výrazů popisujících negativní emoce, charakteristických rysů vypravování podle Bibera, a plurálu první osoby v jednotlivých úrovních hodnocení recenzí. Výsledky, zobrazené v grafu níže, jejich tvrzení potvrdily:

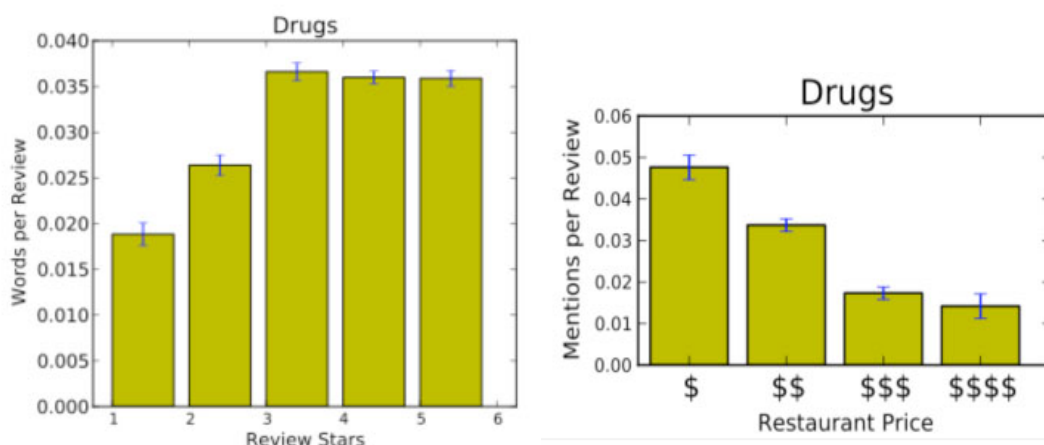


3.2.4 Pozitivní recenze - narativ závislosti

Následující kapitola článku se zaměřuje na narativ závislosti, konkrétně na jeho podobnost s pozitivními recenzemi zákazníků restaurací:

„A very common narrative, appearing in both the popular and scientific literature, frames food as an addictive substance and the eater as an addict subject to cravings or desire. The use of drugs as a metaphor is common for all sorts of pleasurable experiences, including food as well as love.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2014)

Autoři zde ověřují, zda se toto pojmání jídla jako návykové látky odráží v recenzích restaurací. Vycházejí z lexikonu výrazů souvisejících se závislostmi na drogách, jako např. *addiction*, *crave/craving*, *drug of choice*, *like a drug*, atd. Poté testují četnost výskytu těchto výrazů v jednotlivých recenzích, a to jak v závislosti na hvězdičkovém hodnocení, tak na cenové hladině restaurace:



Výsledky ukazují, že připodobňování jídla k návykovým látkám je charakteristické nejvíce u pozitivních recenzí restaurací nižší cenové hladiny. Dále autoři přikládají tabulku výrazů, které se s jazykem závislostí v recenzích nejčastěji spojují:

Meaty, fatty foods	Starchy comfort food	Sweet food	Small ethnic dishes	Descriptors
burgers	pizza	sweets	sushi	comfort
barbecue	mac and cheese	pancakes, breakfast	dim sum	fried, greasy
chicken wings	pasta/noodles	sugar	tacos, burritos	unhealthy
french fries	soups	chocolate	spam musubi	hearty, satisfying
	sandwiches	beignets	dumplings	junk
			falafel	authentic
			tapas	cheap

„Foods that are described as being “addicting” or “craved” are described as “comfort food”, using adjectives like “fried”, “unhealthy”, “authentic”, or “cheap”. They consist of fried, starchy, or sweet foods. These are generally not normative, “sit–down–dinner” entrees, but rather take–out food, fast food, or snacks. The ethnic foods most likely to be craved are dishes that are small and perceived as non–normative, snack–like dishes: sushi, dim sum, falafel, tacos.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2014)

Tento fakt naznačuje, že označením těchto druhů jídel za návykové se ze sebe zákazníci snaží setřást pocit viny a ospravedlnit si tak jejich konzumaci.

Dále také autoři zjistili, že toto metaforické označování jídel za drogy je mnohem častější u recenzentů ženského pohlaví.

3.2.5 Narativ recenzí drahých restaurací

V případě recenzí drahých restaurací se autoři zaměřili na testování dvou předpokladů spojených s touto skupinou.

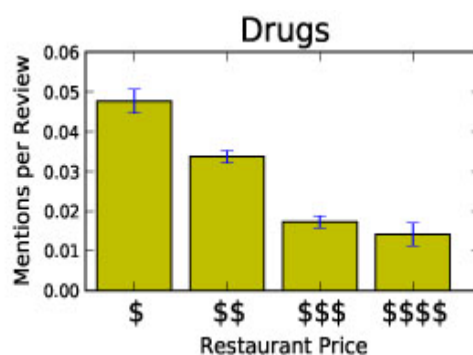
Prvním předpokladem bylo, že stejně jako dražší produkty používají komplexnější a delší reklamní popisy, aby zacílily na vyšší socioekonomickou vrstvu svých zákazníků (Freedman a Jurafsky 2011), budou zákazníci dražších restaurací zdůrazňovat své vyšší socioekonomické postavení ve svých recenzích. Zde byla tedy testována průměrná délka slov a délka recenzí v jednotlivých cenových kategoriích. V obou případech pak byl tento předpoklad potvrzen, jak je vidět na grafech níže:



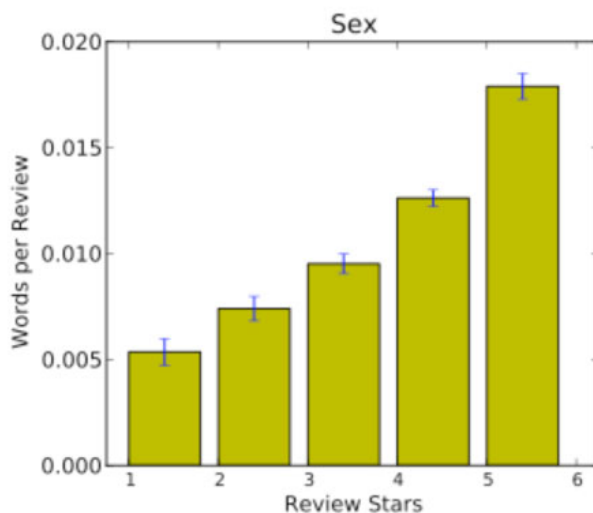
Druhým předpokladem u recenzí dražších restaurací bylo užívání slovníku spojeného se smyslovou a sexuální rozkoší:

„This tendency is widespread in expensive wine reviews, which make extensive use of phrases like sexy, sensual, seductive, voluptuously textured, ravishing, and hedonistic (Lehrer, 2009; McCoy, 2005; Shesgreen, 2003). Television food commercials in the United States also emphasize “sensual hedonism” with words like luscious, indulgent, irresistible, and decadent (Strauss, 2005). We therefore expected reviews of expensive restaurants to use words related to sex or sensuality.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2014)

Tento předpoklad pak byl testován sestavením lexikonu takových výrazů a vyčíslením frekvence jejich výskytu v recenzích restaurací jednotlivých cenových hladin. Tendence je zde jasná - čím dražší restaurace, tím více sexuálního lexika v recenzích:



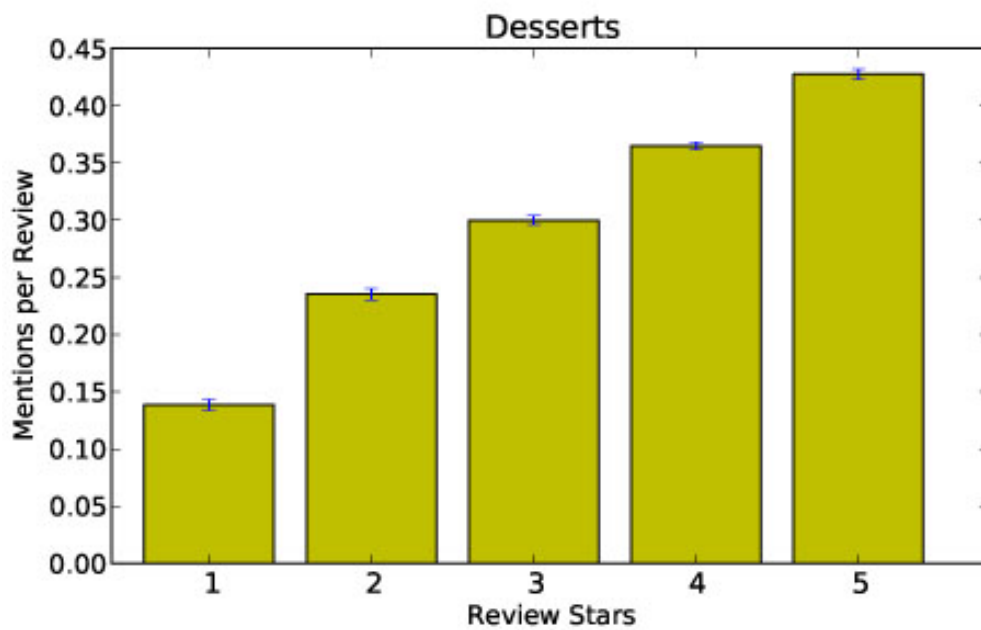
Dále autoři zjistili, že se zmínky o sexu vyskytují častěji s vyšším hodnocením restaurací:



Výrazy v recenzích nejčastěji spojované se sexuálním slovníkem pak dle analýzy autorů spadaly do dvou skupin: dezerty (*chocolate, cake, dessert, truffle*, atd.) a romantická atmosféra (*dark, romantic, lighting, décor*, atd.). Autoři tedy dále prozkoumali výskyt výrazů označujících dezerty:

„This relationship of sex with dessert is a common cultural meme (Rozin, 1987). To explore other functions of dessert, we looked at the association between mentions of dessert in a review and the rating of the review.” (Jurafsky, Chahuneau, a další 2014)

Tímto rozbořem autoři zjistili, že čím vyšší je hodnocení, tím častěji je v recenzi dezert zmíněn:



Četnost výskytu sexuálního lexika byla zkoumána, stejně jako narativy závislosti, i s ohledem na pohlaví recenzenta. V tomto případě však nebyly mezi recenzemi žen a mužů zpozorovány žádné signifikantní rozdíly.

4 Synchronní analýza korpusu food blogů

Další příklad aplikace lingvistiky na otázky jídla a gastronomie je zaměřen na lingvistiku korpusovou. Její metody jsou zde použity k analýze relativně nového žánru, a to žánru food blogů.

4.1 *When making pie, all ingredients must be chilled. Including you (2013)*

Tento článek (Diemer a Frobenius 2013) popisuje food blogy jakožto žánr „počítačem zprostředkované komunikace“ (*CMC* – *computer-mediated communication*). Kombinuje metody korpusové lingvistiky s metodami pragmatickými, a odhaluje tak specifické rysy tohoto žánru, který v sobě snoubí rysy několika různých typů diskurzů. Při analýze food blogů je zde použito kvantitativních i kvalitativních metod. Kvantitativní analýza korpusu food blogů se zaměřuje na odhalení typických lexikálních a syntaktických rysů žánru, kvalitativní přístup je pak použit pro popis metod zapojení publika (čtenářů blogu) do diskurzu, tedy nástrojů interakce.

4.1.1 *Definice žánru „food blog“*

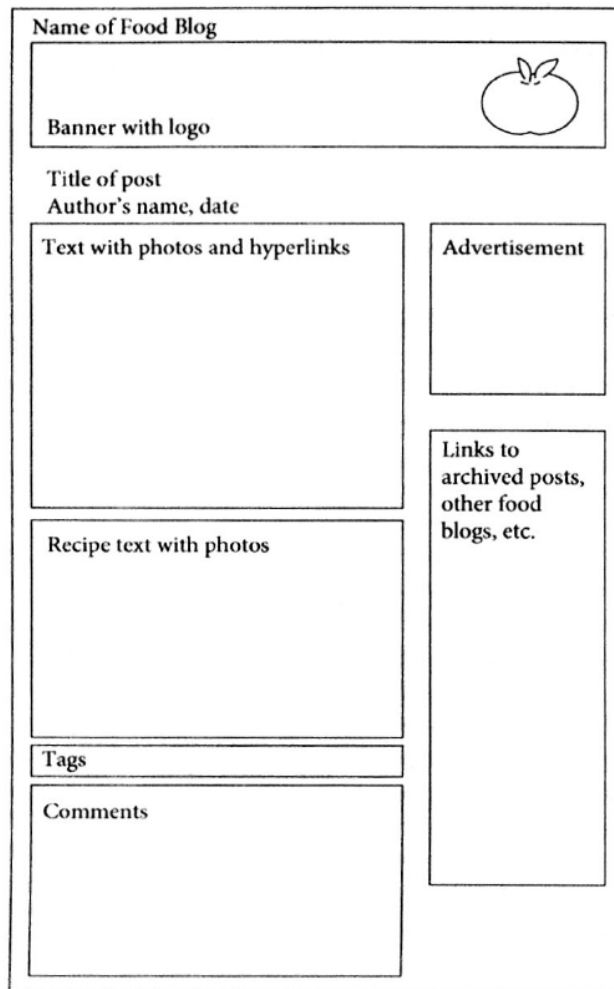
V prvé řadě se autoři na základě dosavadních poznatků snaží vymezit food blog jako žánr. Internetové blogy obecně by se daly definovat jako často aktualizované webové stránky, na kterých jsou datované příspěvky seřazeny v obráceném chronologickém pořadí. Jak zde autoři poznamenávají, je stále předmětem diskuze, zda blogy tvoří jednotný a nezávislý žánr, nebo zda se jedná pouze o pokračování předchozích offline žánrů z jiného druhu média.

Tématický obsah blogů není žádným způsobem omezen, zpravidla se však soustředí na autora příspěvku, což se projevuje také ve specifickém formálním stylu, se značnými odklony od pravopisných a stylistických norem.

Food blogy, jakožto specificky tématicky zaměřenou podskupinu žánru blogů, pak autoři článku definují následovně:

„The present paper considers food blogs a sub-genre, adopting the characteristic design and technical features of blogs, and revolving around preparing, enjoying, buying, and photographing food and drink of all kinds. Topics discussed range from new recipe creations to caloric value and weight loss, from nutritious meals for children to last weekend’s drink at a garden party, from a food critic’s restaurant visit to Martha Stewart’s Everyday Food Magazine. Food blogs contain a large number of photos of the dishes and the events discussed. Pictures and recipes are embedded in a surrounding text, which often recounts an event or the preparation of a dish, and sometimes also the reason for preparing it (e.g. hot weather -> ice cream). Frequently, these texts contain hyperlinks. Thus, this sub-genre combines elements of printed cookbooks, diary like texts and web specific elements, resulting in posts that are often staged as narrative.“ (Diemer a Frobenius 2013, 54)

Svým způsobem se tedy jedná o hybridní žánr kombinující prvky psaného a mluveného diskurzu. Obsahují psané recepty, které jsou podle autorů považovány za *procedural discourse*, a tedy neutrální, co se času a konatele děje týče. Typické grafické rozvržení food blogu autoři ilustrují níže vyobrazeným schématem (Diemer a Frobenius 2013, 56):



Zároveň však doplňují, že ne-všechny prvky musí být v každém food blogu automaticky přítomny (některé příspěvky například nemusí obsahovat recept), a jejich grafické rozvržení se také může lišit. Typické je tedy uvádět v hlavičce název, popřípadě logo daného blogu. Jednotlivé příspěvky jsou pak nadepsány a označeny jménem autora a časem jejich vytvoření. Tělo příspěvku je pak tvořeno třemi oddíly: uvedením popisovaného jídla do kontextu ve formě narativu, samotný recept, a následná sekce s komentáři čtenářů.

4.1.2 The Food Blog Corpus (FBC)

Pro svou analýzu si autoři vytvořili korpus food blogů (*The Food Blog Corpus – FBC*), jež vybírali z žebříčku *The Times Online: 50 of the world's best food blogs*

z roku 2009¹. Ten považují za reprezentativní výčet food blogů, a proto jako vhodný zdroj pro svůj výzkum. Jednotlivé blogy jsou zde seřazeny podle kvality (ač zde nejsou pro toto hodnocení zveřejněna objektivní kritéria).

Samotný korpus byl pak vytvořen z prvních deseti příspěvků food blogů umístěných v žebříčku na prvních deseti místech, čili celkem ze 100 příspěvků. Data byla sesbírána v srpnu 2011. Všechny zkoumané blogy jsou psány anglicky, ne-všechny však rodilými mluvčími. Pro účely co nejrozsáhlejší analýzy byly v korpusu zachovány dvě verze blogů – jedna „syrová“ verze, obsahující všechny metadata, obrázky, odkazy, atd., a také čistě textová verze s otagovanými slovními druhy.

Celkově korpus obsahoval 826 073 slov – 207 938 tokenů a 8039 typů. Type-Token Ratio je zde tedy relativně nadprůměrných 69.53, což signalizuje značnou lexikální variaci a diverzitu korpusu. Průměrná délka slova je pak 4 znaky, je zde 4 559 vět s průměrnou délkou 36 slov. I tyto hodnoty jsou o poznání vyšší než u standartních mluvených a psaných diskurzů.

4.1.3 Lexikální analýza

Z lexikálního hlediska se v analýze svého korpusu FBC autoři zaměřují především na typický slovník tohoto žánru, inovativní jazykové výrazy, nestandardní slovní tvary, a podobně. Jednotlivá zjištění lexikální analýzy jsou popsána v následujících odstavcích.

Zprvu se autoři zaměřili na tzv. **special-purpose vocabulary**, tedy na výrazy (vyjma sloves), které jsou významově specifické pro tento zkoumaný žánr. Lexikum typické pro diskurz food blogů pak na základě kvalitativních kritérií rozdělili do následujících kategorií:

¹ Autoři zde uvádějí odkaz na konkrétní článek ze zpravodajského serveru The Times Online. Ten však v době psaní této práce již nebyl dostupný.

1. *Food jargon*, neboli specializované termíny typické pro diskurz jídla, nebo termíny které v tomto prostředí nabývají speciálního významu (např. *recipe, food, dish*, atd.)
2. *Ingredients, food and recipe types* – nejobsáhlejší kategorie obsahující názvy základních ingrediencí, jako např. *salt* nebo *cream*, kategorií ingrediencí (*fruit, meat*), nebo kategorií jídel (*pie, tart*, atd.). To, že je tato kategorie nejpočetnější autoři interpretují tak, že je v žánru kladen důraz převážně na přípravu jídla, spíše než na komentování výsledného produktu.
3. *Non-English terms* – cizojazyčné názvy jídel (*gelato, strudel*), ale také výrazy jako *Buon Appetito!*, nebo *voilà*, které mají ještě více evokovat spojení s danou částí světa nebo národní kuchyní
4. *Kitchen tools*, tedy kuchyňské pomůcky jako *bowl, pan*, nebo *dish*
5. *Preparation methods*, tedy postupy přípravy, např. *heat, bake, boil*
6. *Amounts and measures* – popisy množství a jednotek (*cup, inch, minute*) jsou v tomto žánru velmi detailní, což naznačuje zaměření na neprofesionální, laickou veřejnost
7. *Blog-specific terminology* – zde patří termíny související s žánrem blogů obecně, tedy například *comment, post, video*, atd.

Dalším zkoumaným lexikálním kritériem je **užití sloves**. Konkrétně autoři analyzovali plnovýznamová slovesa na základě četnosti jejich výskytu. Výsledky této frekvenční analýzy můžeme vidět v následující tabulce (Diemer a Frobenius 2013, 60):

Table 2. Key verbs in the food blog corpus

Most frequent non-auxiliary verbs	make (197), add (170), cook (97), taste (93), know (89), let (83), eat (72), serve (66), take (65), going (60), come (56), find (56), using (53), chopped (51), ground (51), makes (50), say (45), tell (45), cooked (44), bake (44), remove (42), posted (42), feel (40), mix (39), crisp (39), fried (37), try (37), share (36), came (36), comes (36), started (36), turn (36), found (35), give (35), pour (35), said (35), toss (35), bring (33), took (33), wanted (33), print (32), sliced (31), cover (29), look (29), done (28), left (28), spread (28), start (28), eating (27), working (27), buy (26), felt (26), read (26), doing (24), looking (24), realized (24), stick (22), tried (22), ate (21), believe (21), live (21), pick (21), related (21), thinking (21), transfer (21)
-----------------------------------	--

Komentovány jsou pak v článku takto: „Not surprisingly, the most common non-auxiliary verbs are action verbs that describe activities in the lexical field of cooking, like *make, add, cook, serve, take, chop, bake* or *fry*. In addition, there are activities related to food procurement such as *buy* or *pick*, and consumption, such as *eat*.“ (Diemer a Frobenius 2013, 59). Dále také food blogy obsahují relativně vysoký počet evaluativních prvků, např. právě sloves jako *find* a *think*. Dále je také časté užití sloves vágního významu jako *try*, kdy autoři blogů akcentují zdařilé/nezdařilé pokusy o přípravu jídel, nebo nezávazně nabádají čtenáře k vyzkoušení nějaké alternativy v přípravě pokrmu.

Některá frekventovaná slovesa jako *live, do, nebo tell*, signalizují značný osobní a interaktivní charakter žánru. Tomu nasvědčuje i častý výskyt percepčních a emotivních sloves, například *look, feel, want, nebo find*.

Dále jsou zde v hojné míře zastoupena slovesa související s žánrem blogu, tedy výrazy jako *share, post* nebo *print*.

Z užití plnovýznamových sloves tedy vyplývá, že žánr food blogů vychází z tradičního diskurzu o jídle, je však více osobní a silně evaluativní, obsahuje prvky emoce a interakce, a řadu referencí nesouvisejících s jídlem.

Lexikální analýza dále pokračuje zkoumáním **modifikačních a evaluačních adjektiv a adverbíí**, jejichž užívání je pro současné anglické recepty typická. Jak ukazuje tabulka níže (Diemer a Frobenius 2013, 63), časté je také užívání ne-slovesných vágních specifikací (non-verbal hedges):

Table 3. Evaluation and hedges in the food blog corpus

Modification	about (350), more (235), few (135), little (131), well (123), even (122), too (100), small (98), really (94), much (89), medium (73), around (71), most (66), each (65), large (62), another (53), green (53), enough (50), many (48), fine (47), white (46), big (41), brown (41), cold (40), black (39), hard (39), crisp (38), almost (36), better (35), least (35), extra (34), less (30), light (29), ill (27), quickly (27), probably (26), soft (26), thin (26), quick (22)
Evaluation	good (117), very (93), fresh (83), right (80), favorite (73), sure (70), top (64), hot (57), never (53), great (52), cool (50), long (49), sweet (47), nice (44), old (44), different (40), high (40), red (40), dry (35), pretty (34), warm (34), easy (33), happy (33), simple (30), perfect (29), freshly (25), heavy (24), smooth (24), homemade (23), ready (23), beautiful (22), completely (22), special (22), tender (22), quite (21)
Unspecific determiners and hedges	thing (53), kind (34), stuff (22), just (249), actually (31), maybe (29)

Jak autoři komentují, modifikace je typickým rysem diskurzu o jídle, a to ze dvou důvodů. Tím prvním je specifikace množství ingrediencí, postupů nebo času potřebných k přípravě pokrmu, druhým je pak bližší charakteristika ingrediencí. Na rozdíl od standartního žánru receptů jsou u food blogů specifikace množství pouze přibližné (*about, little, small, much, large*). Jedním možným vysvětlením je omezení preskriptivního charakteru postupů. Podle autorů však taky může jít o prostředek uchování know-how bloggerů, a také o preventivní ochranu proti případným stížnostem na nepřesnost receptu:

„It may be more difficult to recreate the recipe if there are no precise measurements, and if the recipe doesn't work, it is more difficult to allocate blame (a technique that many grandmothers seem to be fond of, in our non-representative observation).“ (Diemer a Frobenius 2013, 63)

Časté užití evaluačních prvků je také pro žánr food blogů typické. Zde autoři poznamenávají, že nemusí jít nutně o evaluativní popisy jednotlivých postupů v receptech. Spíše se jedná o prostředek zvýšení estetického dojmu z receptů a poskytnutí emocionálního kontextu.

Frekventovanými lexikálními prvky food blogů jsou **odkazy k místu a času**. Jejich účelem je vytvořit čtenářům regionální a temporální kontext k popisovanému jídlu. Nejčtenější reference k místu (regionu) jsou italské a francouzské, což vzhledem k popularitě tamních kuchyní není nijak překvapivé. Temporální reference pak odkazují k částem dne, týdne, nebo k sezónnosti daných pokrmů. Typický food blogger pak, dle autorů, píše o přípravě francouzského nebo italského jídla, a to většinou jídla na víkend.

Lexikální analýzu autoři uzavírají popisem **nestandardního lexika a pravopisu**. Jak říkají, inovace v oblasti lexika je jednou z klíčových charakteristik žánru blogů obecně, a food blogy v tomto případě nejsou výjimkou. Korpus FBC obsahuje velké množství nestandardních výrazů s frekvencí pod 0,1 % (20 tokenů), v analýze je pak kladen důraz především na hapaxy.

U zkoumaných food blogů je častý výskyt nových adjektiv a adverbí, jako např. *humanly*, *summerish*, *scoopable*, naopak novotvar substantiva objevili autoři jen jeden (*non-breakfaster*). Objevuje se zde řada pravopisných chyb (například *tuscon* namísto *Tuscan*) a netypických plurálů jako *bakerys*. Nestandardního pravopisu je často užito pro účel zdůraznění (*wedddddddding*, *gorrrrrrgeous*, *verrrrry*). Důraz je nestandardními formami kladen také na orální charakter blogů, a to citoslovci, onomatopoetickými výrazy, nebo imitacemi intonací a akcentů (*whaa*, *mhhhhh*, *slurp*, *nom nom*). Autoři také jmenují zajímavé příklady konverze substantiv na verba *to sauce*, *to pesto*. Náležitost blogů do *computer-mediated communication* má také za následek vynechávání apostrofů u zkrácených tvarů, jako např. *couldnt*, *im*, *isnt*, *theyll*, *thats*, atd.

4.1.4 Syntaktická analýza

Zde jsou syntaktické charakteristiky analyzovaných food blogů porovnávány s charakteristikami žánru receptů. Ten je dle autorů typický imperativními větami s nevyjádřeným podmíněním začínajícími verby. To však u food blogů, vzhledem k jejich osobnímu charakteru, není převažující tendence. Vynechávání

podmětu se u food blogů sice objevuje, ale pochopitelně téměř výhradně v sekcích s recepty, které jsou od ostatního obsahu příspěvků syntakticky odlišné:

„This may be due to the bloggers' knowledge and (at least partial) observation of traditional recipe syntax and structure, a hypothesis further strengthened by the fact that these sections also still exhibit the classical bipartite list-step-structure... a list of ingredients and measures, followed by step-by-step instructions.“ (Diemer a Frobenius 2013, 68)

S tradičními recepty mají food blogy společné také užívání kondicionálů a negativních imperativů. Strukturovaná forma sekcí s recepty také do značné míry využívá temporálních a strukturálních adverbii jako *then, first, here, before*, atd.

Oproti žánru tradičních receptů jsou food blogy syntakticky více různorodé. K tomu autoři dodávají: „In addition to a high degree of variation depending on author, topic and format, the syntax of food blogs is also influenced by CMC [*computer-mediated communication*] features such as audience address or the imitation of spoken discourse.“ (Diemer a Frobenius 2013, 69). Běžnou syntaktickou metodou pro interakci s obecností je užívání otázek. Těch korpusem FBC obsahuje 241, což je v diskurzu, který neumožňuje okamžitou interakci a zapětnou vazbu, neobvykle vysoké číslo. Objevuje se zde také spousta případů imitace dialogu prostřednictvím krátkých, neúplných vět oddělených tečkami do jednotlivých prozodických jednotek: „In this respect, food blogs should be considered a sub-genre of blogs or CMC in general, rather than a continuation of the discourse of recipes.“ (Diemer a Frobenius 2013, 69).

4.1.5 Interaktivní prvky diskurzu food blogů

Poslední sekce článku je věnována tomu, jak food blogy komunikují se svými čtenáři, jak je adresují a jak s nimi navazují dialog a tak je zahrnují do děje. Zde je dle autorů na místě si uvědomit, kdo je ve skutečnosti adresátem sdělení food blogů: „The people who actually read those posts make up the real audience, which is to be distinguished from the imagined audience that the writer has in

mind when formulating the texts... A considerable overlap of the two groups is feasible, for the written comments beneath blogs give the blogger not just a list of (user)names of people who have read and responded to a post, but an impression of their interests, sense of humor, the place where they live, etc.“ (Diemer a Frobenius 2013, 70).

Pro navázání kontaktu s adresátem existuje spousta nástrojů v mluveném diskurzu, ty však autoři psaných textů k dispozici nemají, navíc se v případě blogů jedná o asynchronní komunikaci, bloggeři tedy neví, kdo si jejich text přečte a nedostávají okamžitou zpětnou vazbu: „Bloggers must therefore achieve role assignment with those devices available to them: vocatives/terms of address, pronouns, shared knowledge (e.g. expert knowledge, interactional history from previous blog posts) etc.“ (Diemer a Frobenius 2013, 70).

Kvalitativní analýza vybraného příspěvku ukázala, že se u food blogů mísí elementy různých žánrů, a to jak psaných, tak mluvených. Autoři v příspěvku identifikovali dvě stylisticky rozdílné části. První částí je narativní pasáž, která slouží jako úvod do děje, a ve velké míře adresuje čtenáře, a to buď přímo (vokativy), humorem, opakováním, specifickým žargonem z oblasti jídla a používáním minulého času k odkazování na minulé příspěvky, jakožto sdílené znalosti. Následující část – recept samotný, pak sdílí vlastnosti klasického žánru receptu. Informace, které jsou obsaženy v obou částech receptu, a jsou tedy redundantní, signalizují fakt, že food blogy mají za úkol více než předat informace o receptu. Jsou také sociální platformou, která zprostředkovává interakci mezi uživateli internetu se společnými zájmy.

5 Diachronní analýza receptů

Diskurzem jídla se přirozeně zabývá i lingvistika diachronní. Vzhledem k tomu, že jídlo (stejně jako jazyk) patří mezi kulturní univerzálie, objevují se zmínky o něm v historické literatuře, což umožňuje provádět diachronní analýzu vývoje jazykových jevů. Příkladem takové analýzy je níže představený článek.

5.1 *Food for thought – or, what’s (in) a recipe? (2013)*

Jak již podtitul *A diachronic analysis of cooking instructions* (Arendholz, a další 2013) napovídá, zabývá se tento článek stylistickým útvarem kuchařských instrukcí, tedy receptů, a to primárně z diachronního hlediska. Stěžejním prvkem práce je srovnání formálních a funkčních podobností a odlišností mezi dvěma recepty na tentýž pokrm – *beef stew* (dušené hovězí maso), které od sebe dělí téměř 600 let. Pro dobrou srovnatelnost byly recepty vybrány z hlediska jejich zaměření (jedná se o stejný pokrm), a také podobného rozsahu. První z nich – *Beef y-Stywyd* pochází z první poloviny 15. století z *Harleian manuscript MS. 279¹* a je psán střední angličtinou. Druhý – *Beef and ale stew* je převzat ze současných webových stránek britského kuchaře Jamieho Olivera. Výzkumnou otázku zde autoři formulují takto:

„What are the formal and functional differences and parallels between the two recipes, which feature the same content, yet could not be more diverse from a chronological point of view?“ (Arendholz, a další 2013, 120)

Vznik prvního ze dvou analyzovaných receptů se datuje mezi roky 1430 a 1440, tedy do fáze vývoje angličtiny zvané *late Middle English period*. Níže je

¹ *Harleian manuscript MS. 279* je označení jednoho z manuskriptů, jež je součástí tzv. *Harley Collection*, umístěné v Britské knihovně v Londýně. Jedná se o kolekci téměř osmi tisíc historických manuskriptů založenou v 17. století britským státníkem Robertem Harleym. (Wikipedia: The Free Encyclopedia 2016)

vyobrazena jak původní verze receptu neznámého autora psaná v Middle English, tak její přepis do současné angličtiny vytvořený autory článku tak, aby byl originálu po syntaktické a sémantické stránce co nejpodobnější (Arendholz, a další 2013, 122):

.vj. Beef y-Stywyd.—Take fayre beef of þe rybbys of þe fore quarterys, an smyte in fayre pecys, an wasche þe beef in-to a fayre potte; þan take þe water þat þe beef was soþin yn, an strayne it þorw a straynowr, an sethe þe same water and beef in a potte, an let hem boyle to-gederys; þan take canel, clowes, maces, graynys of parise, quibibes, and oynons y-mynced, perceli, an sawge, an caste þer-to, an let hem boyle to-gederys; an þan take a lof of brede, an stepe it with brothe an venegre, an þan draw it þorw a straynoure, and let it be styll; an whan it is nere y-now, caste þe lycour þer-to, but nowt to moche, an þan let boyle onys, an cast safroun þer-to a quantyte;³ þan take salt an venegre, and cast þer-to, an loke þat it be poynaunt y-now, & serue forth.

[Recipe for] Stewed beef. – Take a nice fore-quarter rib piece of beef and cut [it] up into nice chunks.⁴ Rinse the beef in a nice pot and then strain it through a sieve. Pour the same water the beef was washed in into a pot and let the beef boil in it. Then take cinnamon, cloves, mace, grains of paradise, cubebs, and minced onions, parsley, and sage, add [these] thereto and let them boil together. And then take a loaf of bread and steep it with broth and vinegar, and then draw it through a strainer, and leave it. And when it [the beef] is nearly done, add the liquid thereto, but not too

much [of it], and let it boil up once, and add some saffron to it. Then take salt and vinegar and add [it] thereto and see to it that it tastes spicy enough and serve [it] immediately.

Na rozdíl od jednoduchého receptu z 15. století je recept na *Beef and ale stew* Jamieho Olivera graficky i tématicky rozdělen na 2 sloupce. Levý sloupec *Method* obsahuje popis postupu při vaření jídla, v pravém sloupci *Ingredients* je pak uveden seznam potřebných ingrediencí a jejich množství (Arendholz, a další 2013, 124):

method

You are going to love this slow-cooked stew recipe, because it's so simple and gives consistently good results. The meat should be cut into approximately 2cm cubes. Packs from most supermarkets are normally about that size. In stew recipes, you're often told to brown off the meat first. But I've done loads of tests and found the meat is just as delicious and tender without browning it first, so I've removed this stage from the recipe.

If using the oven to cook your stew, preheat it to 180°C/350°F/gas 4 • Trim the ends off your celery and roughly chop the sticks • Peel and roughly chop the onions • Peel the carrots, slice lengthways and roughly chop • Put a casserole pan on a medium heat • Put all the vegetables and the bay leaves into the pan with 2 lugs of olive oil and fry for 10 minutes • Add your meat and flour • Pour in the booze and tinned tomatoes • Give it a good stir, then season with a teaspoon of sea salt (less if using table salt) and a few grinds of pepper • Bring to the boil, put the lid on and either simmer slowly on your hob or cook in an oven for 3 hours • Remove the lid for the final half hour of simmering or cooking • When done, your meat should be tender and delicious • Remember to remove the bay leaves before serving, and taste it to see if it needs a bit more salt and pepper • You can eat your stew as it is, or you can add some lovely dumplings to it.

ingredients

- 3 fresh or dried bay leaves
- 500g diced stewing beef
- 500ml ale, Guinness or stout
- 2 sticks of celery
- 2 medium onions
- 2 carrots
- olive oil
- 1 heaped tablespoon plain flour
- 1 x 400g tin of chopped tomatoes
- sea salt and freshly ground black pepper

Článek dále pokračuje dvěma podkapitolami s rozdílným zaměřením. První srovnává recepty po jejich formální stránce, tedy z hlediska syntaktické struktury, užitého lexika atd., druhá se pak zabývá srovnáním receptů z hlediska funkce.

5.1.1 Formální srovnání receptů

Prvním předmětem formálního srovnání je **nadpis** receptů. Frázová struktura obou nadpisů je velmi podobná. V obou případech jde o jednoduchou nominální frázi, což je dle autorů u receptů běžný jev. K formální jednoduchosti nadpisů také přispívá věcná jednoduchost daného pokrmu.

Prvkem, který se objevuje pouze v receptu Jamieho Olivera, je **seznam ingrediencí**. To autoři zdůvodňují tím, jak bylo ve středověku vaření chápáno –

šlo z velké části o metodu pokus/omyl, navíc se většina lidí učila vařit od útlého věku, protože na tom záviselo jejich přežití, a proto měli o potřebných ingrediencích povědomí.

Recept Jamieho Olivera dále obsahuje, na rozdíl od receptu středověkého, **úvodní slovo autora**, kde popisuje svůj vztah k jídlu, a celý recept uvádí do kontextu. To dle autorů článku není pro žánr receptů typické. Zdůvodňují to tím, že je autorem známá osobnost, a recepty mohou obsahovat pozůstatky příběhu/kontextu z jeho televizních pořadů a také větší demonstraci autorových osobnostních rysů a stanovisek. Tomu také odpovídá Oliverovo užívání osobních zájmen *you* pro označení čtenáře a *I* pro označení sebe sama. Naopak ve středověkých textech tohoto žánru typicky zůstává autor v anonymitě.

Autoři dále srovnávají užívání **interpunkce** v obou receptech. Ta je v obou receptech téměř nepřítomná, v receptu Jamieho Olivera pak její funkci plní odrážky.

Oba recepty jsou si také podobné užíváním **imperativu**. Ve středověkém receptu je ho užito u 21 z 28 sloves. Tento prvek daného žánru se tedy během staletí prakticky nezměnil.

Dle autorů předchozí výzkum historických receptů naznačuje s časem znatelný příbytek **nevyjádřených přímých předmětů**. To se však v tomto srovnání nepotvrdilo. V textu Jamieho Olivera bylo takových případů nalezeno osm, ve středověkém textu pak pět. Vzhledem k tomu, že je středověký recept svým rozsahem o poznání kratší, je pak tento rozdíl zanedbatelný.

Z **lexikálního hlediska** autory zaujal ve středověkém receptu výskyt výrazu *fayre* (*fayre beef*, *fayre pecys*, *fayre potte*), za jehož významový ekvivalent v současné angličtině by se dalo označit adjektivum *nice*. Toto užití se v dnešních receptech neobjevuje. Dalším lexikálním jevem opakujícím se ve starším receptu bylo užití (*and*) *then* jako syntaktického konektoru kompenzujícího nedostatek interpunkce.

Po formální stránce dále v instrukcích středověkého receptu scházejí **informace o množství surovin a dobou přípravy**, což je pro moderní recepty zcela typickým rysem.

Co se týče užití jednotlivých **slovních druhů**, hrají u obou receptů primární roli verba a substantiva. Zde autoři narazili na až zarážející podobnost, kdy tyto slovní druhy tvoří u moderního receptu 38,5 % lexika, u středověkého pak 38,7 %.

Nejčastějšími **slovesy** jednotlivých receptů jsou pak *add* (2x v moderním, 0x ve středověkém) a *take* (0x v moderním, 5x ve středověkém). Dle autorů se však sloveso *add* v textu střední angličtiny vyskytovat pravděpodobně ani nemohlo, jelikož do jejího lexika vstoupilo ve formě latinského *addere* teprve na konci 14. století.

Kompletní srovnání formálních stránek receptů pak autoři shrnují do následujících dvou tabulek (Arendholz, a další 2013, 134 a 135):

Table 1. Parallels and discrepancies of general formal criteria

General formal criteria	ME text	ModE text
simple syntax: (A)SVO(A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
(asyndetic) connector <i>and then</i> (ME <i>an þan</i>)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
occurrences of zero-anaphors (elliptical objects)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
sketchy punctuation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
favoured modifiers: adjective (ME: <i>faire</i>) vs. adverb (ModE: <i>roughly</i>)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
distribution of verbs + nouns within text (approx. 40%)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2nd person addressee (ME: implicit vs. ModE: explicit)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
personalized preface (I > you)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Table 2. Parallels and discrepancies of structuring devices

Structuring devices	ME text	ModE text
heading	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
introductory part	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
list of ingredients	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
measurements (<i>viz.</i> numerals) for the exact preparation of the dish	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
formulaic cooking expressions	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
further sectioning devices for better overview (i.e. bullet points)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

5.1.2 Funkční srovnání receptů

Tato sekce článku pojednává o funkčních odlišnostech zkoumaných receptů, konkrétně srovnává důvody jejich vzniku, a pro jakého typického adresáta jsou určeny. Právě v těchto funkčních charakteristikách spočívá mezi oběma formálně velmi podobnými recepty (zvláště s ohledem na jejich časový rozestup), největší rozdíl.

Zde autoři poznamenávají, že zapisování receptů nebylo ve středověku zdaleka tak běžným jevem, jako dnes. Vzhledem k velkým nákladům spojeným se středověkými rukopisy si je tehdy mohli dovolit pořizovat jen ty nejmajetnější vrstvy. Vzhledem k tehdejší nízké gramotnosti bylo i jejich samotné čtení výsadou vyšších, vzdělaných společenských vrstev. Účelem sepisování receptů tak bylo podle autorů, spíše než jejich užívání při každodenním vaření, jejich uchování jakožto součást kulturního dědictví.

Jak již napovídá předchozí odstavec, bylo vlastnictví rukopisů výsadou bohatých a gramotných, což také nasvědčuje tomu, že typickými čtenáři a uživateli receptů mohly být domácnosti u královského dvora. Také je možné, že je vzdělaní šéfkuchaři předčítali negramotnému personálu tehdejších kuchyní.

V dnešní době se naopak recepty staly běžně užívaným a dostupným médiem. Zkoumaný recept Jamieho Olivera je umístěn na jeho webových stránkách, které

jsou dostupné široké veřejnosti po celém světě, a dokonce nabízejí několik jazykových mutací. Čtení receptů se stalo nejen formou přísunu informací o kulinářských postupech, ale také formou zábavy a součástí životního stylu.

Z hlediska srovnání zkoumaných funkčních charakteristik jsou tedy oba zkoumané recepty diametrálně odlišné. Jak však v závěru sami autoři dodávají, v dnešní době již tyto funkční rozdíly mezi recepty nehrají příliš velkou roli:

„Even if the date of the creation of these two recipes is centuries apart, the fact that both these texts are equally accessible freely and for free on the Internet by now broadens the pool of readers, thus giving both, and particularly the medieval text and the dish it stands for, a platform to be passed on even further.“
(Arendholz, a další 2013, 136)

6 Tématika jídla v kognitivní lingvistice

V člancích představených v následující kapitole je tematika jídla nahlížena očima kognitivní lingvistiky. Článek *Talking about taste: Starved for Words* (Ankerstein a Pereira 2013) je psycholingvistickou studií anglické slovní zásoby pro popis chutí, v následujícím *Rebaking the Pie: The WOMAN AS DESSERT Metaphor* (Hines 1999) pak autorka vychází z teorie koncepčních metafor Lakoffa a Johnsona a demonstruje implicitní sexismus jazyka na příkladu přirovnávání žen k dezertům.

6.1 *Talking about taste: Starved for words (2013)*

Výzkum provedený v tomto článku úzce souvisí s otázkami jazykového relativismu Sapira a Whorfa, jež autorky parafrázuji takto: „Do linguistic phenomena parallel perceptual or cognitive phenomena? In other words, can our language affect the way we perceive, interpret and experience the world?“ (Ankerstein a Pereira 2013, 305). Zabývají se zde anglickými výrazy pro popis chuťových vjemů, konkrétně tím, že jich má angličtina relativně málo, a zda tento fakt znamená omezenou schopnost mluvčích jednotlivé chutě vnímat.

Jako nejběžněji uváděné anglické pojmy pro popis chutí zde uvádí 4 základní, a to *sweet*, *sour*, *salty* a *bitter*. Občas se pak k této čtveřici přidává ještě *umami*, neboli tzv. pátá základní chuť, s tou však autorky ve své analýze neoperují, protože není v běžném povědomí mluvčích. Uvádějí zde, že výrazy pro čtyři základní chutě by byly velmi pravděpodobně nejužívanějšími popisy chuťových vjemů v jakékoli kultuře:

„People even seem to go so far as to think that humans are only capable of sensing these four tastes. However, Erickson (2008)¹ has shown this not to be true, arguing that we have a greater range of taste perception using evidence from psychophysics, taste receptor research and neuroscience. He argues ,we tend to believe in the reality and validity of our words. Allowing scientific theory to be constrained or led by the terminology in common use would have made out current understanding of mathematics or physics impossible“ (Ankerstein a Pereira 2013, 306).

Relativní nedostatek slov pro popis chuti v angličtině autorky demonstrovaly empirickým testem, kdy porovnávali verbální popis objektů s bodovým hodnocením jejich znalosti. V první části experimentu mělo 30 zúčastněných (15 mužů a 15 žen) popsat 8 druhů ovoce a zeleniny verbálně, v druhé části pak hodnotili svou znalost daných druhů ovoce a zeleniny na stupnici od jedné do pěti odpověďmi na otázky jako např.: „In your knowledge of an apple, how much do you know about tasting it?“

Verbální popisy vlastností byly následně rozříděny do kategorií encyklopedických, a to *origin*, *category membership* a *associations*, a perceptuálních – *visual*, *tactile*, *auditory*, *olfactory*, *gustatory*. Z celkové množiny použitých deskripcí tvořily popisy chutí pouze 6 %. Nejvíce jmenovaných vlastností bylo encyklopedických (36 %), vizuálních (33%) a taktilních (10 %).

V druhé části experimentu však byla znalost ovoce/zeleniny po chuťové stránce hodnocena nejsilněji, se střední hodnotou 5.0, až za ní se umístila stránka vizuální (4.9) a čichová (3.4). Nedostatek verbálních prostředků pro popis chuti se tedy neprojevil v úrovni znalosti chuťových vjemů.

¹ Erickson, Robert P. 2008. A study of the science of taste: On the origins and influence of the core ideas. *Behavioral and Brain Sciences* 31:59–105

Autorky dále analyzovaly konkrétní verbální prostředky pro popis chutí zaznamenané v první části experimentu. Jejich souhrn můžeme vidět v následující tabulce (Ankerstein a Pereira 2013, 309):

Table 1. Taste features given in Feature Generation Task

	Apple	Banana	Carrot	Lemon	Lettuce	Pear	Strawberry	Tomato	Total
Acidic_taste	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Bitter	0	0	0	15	0	1	1	0	17
Crunchy_taste	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Taste_Lovely	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Taste_Nice	1	1	0	0	0	0	0	0	2
No_flavor	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Not_tart	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Sharp	0	0	0	6	0	0	0	0	6
Sour	1	0	0	13	1	0	0	0	15
Sweet	9	5	3	0	1	6	10	5	39
Tangy	0	0	0	2	0	0	0	0	2
Tasty	5	0	0	0	0	2	2	1	10
Zesty	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Total	16	7	4	36	3	10	13	7	96

Celkově tedy bylo použito 13 různých výrazů pro popis chutí, z nichž však dohromady 74 % tvořily tři základní chutě *sweet* (40 %), *bitter* (18 %) a *sour* (16 %). Většina zbývajících slov pak byla použita pouze jednou nebo dvakrát. V experimentu se tedy ukázalo, že účastníci sice mají vysokou znalost chutí jednotlivých druhů ovoce a zeleniny, pro jejich popis však používají velmi omezenou slovní zásobu.

Dále se autorky rozhodly prověřit, jak velkou slovní zásobu pro popis chutí angličtina má a jak je užívá. Pro tyto účely použily seznam osmadvaceti anglických deskriptivních výrazů pro popis chutí ze stránek descriptivewords.org (Ankerstein a Pereira 2013, 310):

Table 2. List of descriptive words and adjectives for taste from descriptivewords.org

alkaline	overripe
bitter	peppery
bittersweet	raw
bland	ripe
burnt	salty
buttery	sour
crisp	spicy
fishy	spoiled
fruity	sugary
gingery	sweet
hearty	tangy medicinal
hot	tasteless
mellow	unripe
oily	vinegary

Pro výzkum užití jednotlivých výrazů v angličtině byl dále použit korpus současné angličtiny COCA (*Corpus of Contemporary American English*). Zde bylo provedeno základní vyhledávání kolokátů těchto výrazů, a to na vzdálenost dvou, v někdy v případě potřeby až čtyř slov. Výsledky ukázaly, že výrazy pro čtyři základní chutě opravdu referují převážně k chuťovému popisu jídel. Spousta deskriptorů, jako např. *sugary*, *vinegary*, je odvozena od substantiv, a nepopisují chuť přímo, ale odkazují k přidaným ingrediencím. Mnoho zkoumaných výrazů je polysémných, např. *crisp* může odkazovat jak ke *křupavému* pokrmu, tak v *crisp air* k čerstvému vzduchu, . Své poznatky z výzkumu chuťového výraziva v COCA shrnuly autorky takto:

„In sum, the COCA searches showed that many of our taste words, including the taste primary *salty*, are derivative, based on noun stems. Many of the taste words listed were also shown to be ambiguous (polysemous) or vague, describing not only taste but food quality. Other words were also not specific, for example *sweet*. It can describe the taste of an apple, pear or banana and does not offer a clear description of a particular taste. Taste words such as *gingery*, *buttery* and *fishy* are more descriptive of components in the sense of ingredients than they are taste

descriptors. Thus we argue that taste words do not necessarily refer to the essence of the perception.“ (Ankerstein a Pereira 2013, 312)

6.2 *Rebaking the Pie: The WOMAN AS DESSERT Metaphor (1999)*

V tomto článku z roku 1999 se autorka Caitlin Hines z San Francisco State University zabývá otázkou sexismu v jazyce, a to z pohledu kognitivní lingvistiky, konkrétně teorie metafor George Lakoffa a Marka Johnsona.

Ti ve svém díle *Metaphors we live by* z roku 1980¹ představili metaforu jakožto stěžejní stavební prvek konceptualizace myšlenek, který je demonstrován jazykem. Jazyk je zde chápán jako prostředek k nahlížení těchto koncepčních metafor. Jak říkají Lakoff a Johnson: „Metafory jsou primárně záležitostí myšlení a činnosti a pouze odvozeně záležitostí jazyka“ (2002, 170).

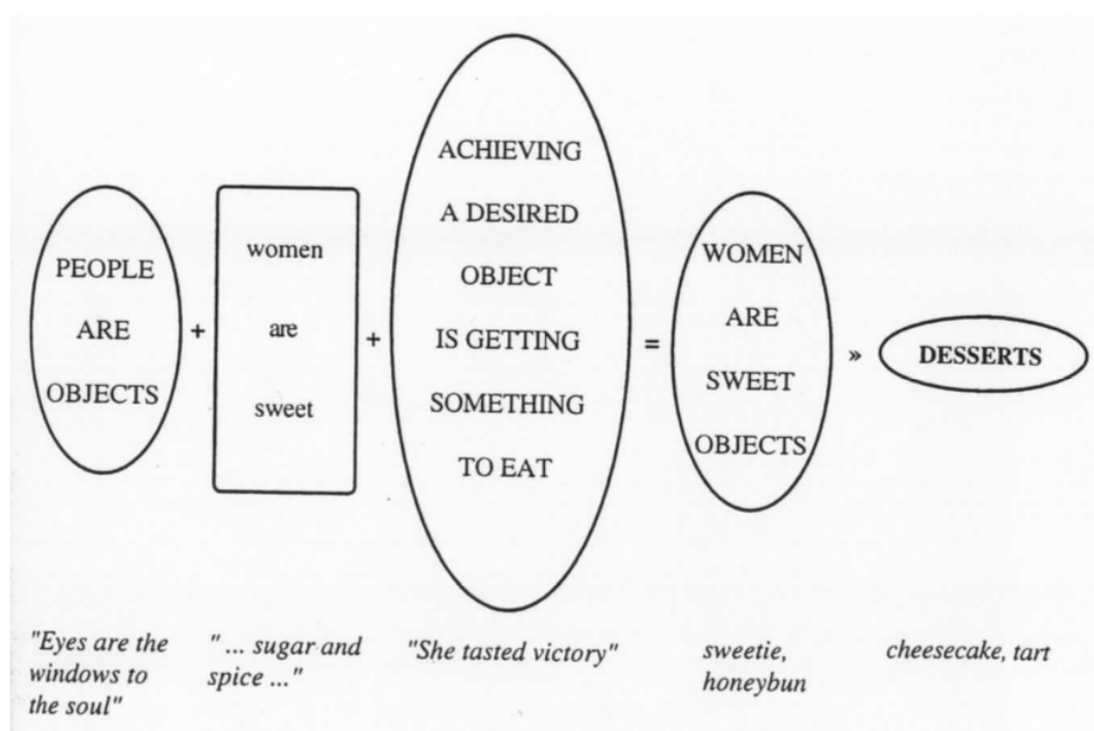
Konkrétní koncepční metaforou, které se autorka v tomto článku věnuje je pak metafora *WOMAN AS DESSERT*:

„There is a consistent, widespread, generally unconscious and undocumented metaphor in English equating women-as-sex-objects with desserts, manifested both in linguistic expressions (such as *cheesecake*, *cookie*, *tart*, and so on) and in customs (such as women jumping out of cakes).“ (Hines 1999, 145)

Postupný vývoj této metafory ilustruje autorka na obrázku níže. Vše začíná klasickou metaforou George Lakoffa *PEOPLE ARE OBJECTS*, konkrétně jejím speciálním příkladem *PEOPLE ARE BUILDINGS*. Tato metafora se dále kombinuje s kulturním stereotypem „women are sweet“ (jako příklad je zde uvedena dětská říkanka „What are little girls made of?/Sugar and spice and everything nice...“ (Hines 1999, 147)). Po kombinaci s další běžnou metaforou

¹ Česky tato kniha vyšla pod názvem *Metafory, kterými žijeme* v roce 2002 v překladu Mirka Čejky.

ACHIEVING A DESIRED OBJECT IS GETTING SOMETHING TO EAT pak vzniká WOMEN ARE SWEET OBJECTS, tedy WOMEN ARE DESSERTS.



Jak říká autorka, vnímání žen jako objektů (a s tím související implikace neživotnosti, bezmoci, nebo komodifikace žen) je ve společnosti běžné. Stejně tak běžná asociace žen a jídla (např. *The way to a man's heart is through his stomach*). Metafora *WOMAN AS DESSERT* však podle Hines svou trivializací ženského pohlaví, omezováním žen pouze na jejich sexualitu a jejich srovnáváním s jídlem postranního charakteru zachází mnohem dále:

„As desserts, women can be bought and sold, eaten, elaborately decorated..., admired for their outward appearance, dismissed as *sinful* and *decadent* – or, in the ultimate degradation, simply done without: desserts are optional/inessential, frivolous, perhaps even a waste of time.“ (Hines 1999, 148)

Pro další zkoumání této metaforu autorka musela autorka nashromáždit co nejvíce instancí jejího použití v jazyce. Čerpala jak z akademické literatury, tak z nejrůznějších slangových slovníků, populárních magazínů a také z dotazníků studentů lingvistiky na University of California v Berkeley. Z nasbíraných pojmů

pak vybrala pouze ty, které jsou pro tuto metaforu nejcentrálnější, a to podle dvou kritérií:

1. Dané slovo/fráze musí mít i nemetaforický význam, čili musí popisovat jak ženu jako sexuální objekt, tak i nějaký konkrétní dezert. Tímto se vyřadily pojmy jako např. *sweetie* nebo *cutie pie*.
2. Dané slovo/fráze musí být zmíněno ve více zdrojích.

Po aplikaci těchto kritérií pak Hines došla k těmto centrálním termínům: (*piece of) cake, cheesecake, cookie, crumpet, cupcake, (a tasty bit of) pastry, (cherry) pie, poundcake, pumpkin (pie, tart), punkin, (jam) tart, tartlet/-lette*. Tyto termíny pak podrobuje výzkumu z několika různých hledisek, viz. podkapitoly níže. Dále také uvádí, že její závěry se týkají pouze „Standard English, which largely means white, heterosexual, middle-class English“ (Hines 1999, 149).

6.2.1 Změny významu: pejorace a ameliorace

Zde se autorka zabývá sémantickými posuny jednotlivých výrazů, konkrétně pejorací (přijetí negativního evaluativního významu, a tím zúžení možného významového užití) a ameliorací (přijetí pozitivního nebo neutrálního evaluativního významu, a tím rozšíření pole možného užití výrazu). Přitom autorka označuje pejoraci za jev v jazyce běžnější:

„Again and again in the history of the language, one finds that a perfectly innocent term designating a girl or woman may begin with totally neutral or positive connotations, but that gradually it acquires negative implications, at first perhaps only slightly disparaging, but after a period of time becoming abusive and ending as sexual slur.“ (Hines 1999, 150)

Jako příklad termínu, který postupem času podlehnul procesu pejorace uvádí slovo *tart*, jehož definice ze slovníku slangu z roku 1864 zní: „a term of approval applied by the London lower orders to a young woman for whom some affection is felt. The expression is not generally employed by the young men, unless the

female is in ‚her best‘.“ Význam tohoto výrazu se pak za více než sto let proměnil v dnešní běžný význam (v americké angličtině) *prostitutka*.

Naopak ameliorací prošel např. výraz *easy as pie*, který je dnes běžně používaný ve významu *snadný jako facka*. Původně však mělo slovo *pie* ve svém metaforickém významu negativní konotace: „*Pie* A woman considered sexually. From the expression ‚as easy as pie,‘ also reinforced by ‚nice piece of pie,‘ which is euphemistic for ‚nice piece of ass.‘ (Hines 1999, 150)

Hines říká, že jejím cílem není podnitit vymýtní pojmu, které v jazyce vznikly původně jako prostředek ponižování ženského pohlaví. Jak zde sama tvrdí: „in the mouths of sexists, language can always be sexist“. Jde jí pouze o to poukázat na způsoby, jakými se tyto metafory v jazyce vyvíjejí, a jak reflektují celkový postoj společnosti k ženám.

6.2.2 Společné sémantické vlastnosti metafor

Metaforická vyjádření popisující ženy jako dezerty mají podle autorky hned několik společných sémantických vlastností:

„They are semantically isomorphic: firm on the outside, soft or juicy in the middle, and either able to be cut into more than one piece (*cheesecake, cherry pie, poundcake*) or conceptualized as one (snatched) serving of an implied batch (*cookie, crumpet, cupcake*).“ (Hines 1999, 152)

To, že jsou dezerty, k nimž jsou ženy přirovnávány, dělitelné na více dílů, zdůvodňuje Hines posilováním stereotypu promiskuity. Jeden kousek dortu implikuje zbytek dortu, stejně tak jako jeden koláček implikuje koláčky zbývající. Jinými slovy mají být dezerty sdíleny, a zmíněné metafory tak naznačují podobný přístup i k ženám. Tyto metafory také ženy připravují o jejich jedinečnost: jednotlivé kousky dortu, nebo koláče jsou si vzájemně velmi podobné. Jako příklad je zde uveden kanadský výraz „*Next time you make a pie, will you give me a*

piece?“, jehož významem je „a male hint to a girl that she should sexually cooperate with him“ (Hines 1999, 154).

Jako další společný znak dezertů užívaných v metaforách *WOMAN AS DESSERT* je zde ten, že se jedná o pečené (*baked*) dezerty. Tuto souvislost vysvětluje autorka následovně:

„The semantic distinction is that baking refers to the preparation of cakes and other things which are sold in bakeries and prepared by professional bakers... This corresponds nicely with the inescapable conflation of *WOMAN AS DESSERT* and *WOMAN AS PROSTITUTE*: both kinds of *tart* can be sold in specialty shos, and both can be prepared by „professionals,“ in the sense that a pimp or madam grooms his or her girls. A tart or cookie purchased in a shop can be entirely consumed there with few or no dishes and utensils to clean up, just as a man can have sex with a prostitute in a brothel or a hotel and then return home with few or no domestic complications. The extensions *cakeshop* (Australian) and *tart shop* (British), meaning ‚brothel‘, and *cake eater* (ladies‘ man) rely on this correspondence, which also complements the metaphors for lust described by George Lakoff: *THE OBJECT OF LUST IS FOOD* and *LUST IS HEAT*. Such cross-domain structural coherence allows the perception of similarity, so that women as heated desserts can be easily seen as the objects of lust.“ (Hines 1999, 153)

6.2.3 Fonetické vlastnosti

Autorka dále přišla na to, že metaforická vyjádření z domény *WOMAN AS DESSERT* mají společné fonetické vlastnosti:

„There is an overwhelming tendency for each of the central terms to begin each stressed syllable with one of the three possible English voiceless stops, /p/, /t/, or /k/ (as in *pumpkin [pie]*, *tart*, *cookie*); terms such as **gingerbread*, **scone*, and **sherber* do not occur with this meaning, and occurring terms that violate this sound-symbolic pattern either do not catch on (*?biscuit*, *?golden doughnut*,

?sweet-potato-pie), are fanciful coinages (*baby cake(s)*, *cinnamon girl*, *sweet thing*), or are not typical dessert foods (*gum drop*, *lollipop*, *muffin*)... even the peripheral terms show an unusual preponderance of initial stops (*baby cake*, *biscuit*, *buttered bun*)... There is also strong pressure to conform to the monolexic prototype, so that *punkin* appears for *pumpkin pie* and *pastry* for *a tasty bit of pastry*." (Hines 1999, 155)

Jako možné vysvětlení autorka nabízí častou asociaci anglických neznělých exploziv /p/, /t/ a /k/ se zdobnělinami a triviálními, femininními koncepty, např. u kontrastujících párů adjektiv /t/iny versus /d/eep, nebo /c/ute versus /g/reat.

Centrální pojmy metafory *WOMAN AS DESSERT* pak podle autorky splňují vždy buď fonetické nebo sémantické kritérium příslušnosti.

Hines svým článkem ukazuje, jak analýza kognitivních metafor může přispět k pochopení vnímání genderu ve společnosti. Za cíl si zde neklade tyto genderově zabarvené metafory vymýtit, ale odhalit a uvědomit si jejich fungování:

„Awareness of the underlying cognitive metaphors by which thought and language are constructed at least brings this ‚metaphoric derogation of women‘ to a conscious level.“ (Hines 1999, 157)

7 Kritická analýza diskurzu stravování

Dalším odvětvím lingvistiky, ve kterém se můžeme setkat s tematikou jídla a gastronomie je kritická analýza diskurzu (CDA). Jedná se o přístup, jež zkoumá jazyk jako nástroj moci a ideologie, a jehož hlavními představiteli jsou Norman Fairclough, Ruth Wodak a Teun van Dijk (Prokopová, Orságová a Martinková 2014). S ohledem na charakteristiku CDA se jejich metod nejčastěji užívá k analýze diskurzů politických, na tyto však není v žádném případě omezena. V následující podkapitole je vidět, jak lze metod CDA využít i k analýze diskurzu vztaheného k tématu této diplomové práce – diskurzu jídla a genderu.

7.1 *Men Eat for Muscle, Women Eat for Weight Loss (2013)*

Příkladem výzkumu kritické analýzy diskurzu zaměřeného na tematiku jídla je článek z roku 2013 *Men Eat for Muscle, Women Eat for Weight Loss: Discourses about food and gender in Men's Health and Women's Health magazines* (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner). Jedná se o sociologickou studii zabývající se diskurzem o jídle a genderu ve dvou amerických časopisech – *Men's Health* a *Women's Health*¹ (zkráceně MH a WH). Konkrétně autorky poukazují na to, jak diskurzy zaměřené zdánlivě pouze na jídlo a stravování spoluutvářejí společenské stereotypy o „ideálních mužích a ženách“.

7.1.1 *Předchozí výzkum v oblasti diskurzu jídla a genderu*

V úvodu článku se autorky ohlížejí za poznatky předchozích studií týkajících se diskurzu jídla a genderu. Hovoří zde o dichotomii *good food* versus *bad food*, tedy *zdravé* a *nezdravé* stravy, a o tom, jak je v každé společnosti tato opozice vnímána.

¹ Jedná se o lifestyleové časopisy se zaměřením na fitness, výživu, módu a sexualitu – *Men's Health* pro muže, *Women's Health* pro ženy.

Obecně podle nich platí to, že se představa „ideálního stravování“ napříč kulturami zásadně neliší:

„...the underlying principle for all models of the ideal diet is that there are fixed ideas about what one should eat, and these do not vary across cultures or individuals. This ‚balanced diet Discourse‘ is well-represented in WH and MH.“
(Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 263)

Diskurz časopisů MH a WH tedy dle autorek popírá roli jídla a stravovacích návyků jako vyjádření individuality každého jedince, naopak se snaží svým čtenářům podsunout myšlenku jediného ideálu „zdravého životního stylu“. Například recepty v těchto časopisech vyzývají k přesnému dodržování množství jednotlivých surovin, a s tím dodržování předepsaného množství kalorií a cukrů. Implicitně tak naznačují, že individualismus je v tomto případě nebezpečný, a čtenář může dělat „zdravá“ rozhodnutí jen na základě doporučení vybraných expertů na výživu.

Dále autorky hovoří o tom, jak si společnost na základě známého rčení „jste to, co jíte“ utváří kolektivní podvědomí o lidech s určitými stravovacími návyky. Citují zde výzkum Kittlerové a Sucherové z roku 2008¹, který zkoumal jaké asociace mají lidé spojené s určitými druhy stravování:

„Vegetarians were considered to be pacifists and likely to drive foreign cars. Gourmets were believed to be liberal and sophisticated. Health food fans were described as antinuclear activists and Democrats. Fast food and synthetic food eaters were believed to be religious, conservative and fond of polyester clothing.“

Výzkumy v oblasti jídla a genderu také zmiňují o ideologii vnímání určitých stylů stravování jako „morálních“, jedná se například o tzv. „cult of slimness“. Být štíhlý je v dnešní společnosti známkou kontroly a nadřazenosti, což se do velké míry

¹ Kittler, Pamela Goyan & Sucher, Kathryn P. 2008. *Food and Culture*. Belmont CA: Thomson Wadsworth.

odráží také v člancích MH a WH. O poznání silnější společenský tlak je pak v souvislosti s udržováním štíhlé postavy kladen na ženy:

„Men gain control of women not only by making them feel insecure about their weight and food consumption, but by having the ‚right‘ to be judges of their weight. In fact, women are much more likely than men to be the targets of judgemental comments made by both women and men on all topics related to eating. The acceptance of this fact and its constant reproduction by women as well as men reinforces the subordinate position of women, the judged, relative to men, the judges.“ (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 264)

7.1.2 Použitá data

Vzhledem k tomu, že informace o čtenářské základně MH a WH nejsou veřejně dostupné, a jejich vydavatelství tyto informace nebylo ochotno poskytnout, musely se autorky při určování typického čtenáře obou časopisů spolehnout na vlastní introspekci na základě informací dostupných v jednotlivých vydáních.

Jako cílovou skupinu časopisu *Women's Health* tak označily heterosexuální ženy ve věku 18-35 let. Sexualita je určena na základě implikovaných znaků v inzerci, člancích a tématech. Věkové rozmezí je pak určeno tím, že většina obsahu časopisu je zaměřeno na čtenářky žijící osamotě, nebo s mužským protějškem, nemají děti a můžou si dovolit utrácet peníze za fitness a kosmetické vybavení, stejně jako za drahé značkové potraviny. Čtenářky se na WH obracejí pro rady a návody jak zhubnout, správně se stravovat a dosáhnout tak ideální ženské postavy.

Typickým čtenářem časopisu *Men's Health* jsou pak heterosexuální muži ve věku 18-45 let, kteří jsou výdělečně činní, mají dostatek času na posilování a vaření, a kteří kladou důraz na zvětšování svalové hmoty a odbourávání tuků. Také se od čtenářů předpokládá, že jsou buď ve vztahu, nebo alespoň udržují sexuální kontakt se ženami.

Pro svůj výzkum si autorky vybraly osm vydání časopisu *Men's Health*, a osm vydání časopisu *Women's Health* vydaných v letech 2010 a 2011. Přístup k analýze dat je zde kvalitativní. Po studiu jednotlivých vydání obou časopisů autorky vytvořily seznam několika opakujících se témat (z oblasti stravování), k těmto potom přiřazovaly jednotlivé články, sloupky a také inzerci. Vybraná témata a to, jak s nimi MH a WH nakládají v závislosti na genderu, jsou prezentována v následující podkapitole.

7.1.3 Diskurz o jídle a genderu v Men's Health a Women's Health

Způsob, jakým časopisy MH a WH prezentují svým čtenářům a čtenářkám realitu je takový, že existuje jen jeden ideální způsob jak být maskulinní nebo femininní, a správné stravování je toho nedílnou součástí. Jídlo je zde nástrojem nejen fyzického, ale také duševního a společenského rozvoje. Lepší stravování nás činí po všech stránkách lepší osobnosti.

Velkým tématem článků je tak koncept „**good food**“, tedy správného stravování. Například WH obsahuje pravidelnou sekci *Slim-Down Strategies*, čímž časopis podsouvá čtenářkám, aby na sebe nahlížely jako na někoho kdo potřebuje zhubnout, a způsobem, jak toho dosáhnout, je právě správné stravování. Jídlo musí plnit dvojí roli – musí člověku prospívat z výživového hlediska, ale také zařídít, aby měl ze sebe dobrý pocit. S tím souvisí také spousta tipů na zdravé alternativy běžně nezdravých, ale oblíbených pokrmů: „...instead of eating that ice cream sundae, if you are craving decadence, eat a chocolate covered pretzel instead“ (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 267).

Zatímco WH obsahuje spoustu doporučení, jak žena může stravováním dosáhnout dokonalé postavy, a na jídlo je tak nahlíženo jako na prostředek k naplnění pomyslného ideálu, MH větší důraz na to, aby si muži jídlo užívali. Např. namísto pravidelné sekce *Slim-Down Strategies*, obsahuje mužská verze časopisu sekci *The Best Life*, která popisuje jak žít život na plno a získat co největší užitek z jídla.

Dalším tématem, v jehož nahlížení se MH a WH liší, je přístup k **posilování**. Zatímco u žen je důraz kladen především na úbytek tělesné hmotnosti, u mužů se naopak klade důraz na fyzickou výkonnost a přírůstek svalové hmoty. Ten je často demonstrován v názvech článků a receptů, jako např. *Small Muscles, Big Results, Free Your Muscles, Muscle Ice Cream*, nebo *Muscle Salad Matrix*.

Ještě znatelnější rozdíl je pak v nahlížení **pokrmů z masa**. V WH se o mase neobjevují skoro žádné zmínky. Pokud se takové objeví, jsou to spíše rady jak přisun masa omezit: „slice meat thin to cut about a quarter of the calories“ (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 269). Rady pro muže v MH jsou pravým opakem. Konzumace masa je spojena s přírůstkem svalové hmoty, který je pro čtenáře zásadní, proto časopis obsahuje spoustu rad na přípravu masa, grilování, atd., a také reklamy na masné výrobky. Maso je zde označováno jako „guy food“ a vaření jako „guy skill“.

Podobná situace panuje v MH a WH také u zmínek **alkoholu**. MH obsahuje mnohem více inzerce alkoholických nápojů, převážně piva, jsou zde recepty obsahující pivo, hodnocení piv, atd. Podobná tematika se v časopise WH nevyskytuje – ženskost je zde spojena s tichostí a kontrolovaností, čemuž pití alkoholu odporuje.

Velkým tématem časopisů MH a WH je **sebekontrola** co se stravování týče. Jak říkají autorky: „In a culture where cheap, fatty foods are more accessible, available and affordable than healthy ones, tactics for overcoming cravings abound.“ (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 271). Oba časopisy pak k problematice sebekontroly zaujmají podobné postoje, větší důraz je však v tomto ohledu kladen na ženy, mužům je v tomto dovolena jistá míra benevolence.

Se sebekontrolou ve stravování souvisí i tzv. „**bad eating**“, čili to, co společnost považuje za špatné stravovací návyky. Za ty se považuje právě nedostatek sebekázně ve stravování: „...appetite is something that needs to be suppressed, not adressed.“ (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 71). Nedostatek této

sebekázně pak MH a WH rámcují dvěma způsoby: vyvoláním pocitu viny, nebo nahlížením na toto chování jako nemorální.

Jak říkají autorky, jídlo je jasně spojeno s emocemi. Zkoumané časopisy pak pracují na prvním místě s negativními emocemi, a to především WH. To podporuje kulturní stereotyp, kdy jsou ženy označovány za emocionálnější než muži.

Nejčastější emocií se kterou MH a WH pracují, je **pocit viny**. Čtenářům je v textech sugerováno, že špatné stravovací návyky vedou k provinilosti a že by se měli cítit vinni, pokud se např. přejídají a nejde o tzv. *guilt-free treat*: „A growling stomach, after all, is much less cumbersome than a heavy conscience.“ (Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 272).

Dalším motivem souvisejícím se „špatným“ stravováním je apel na **morálku** čtenářů. Ideologie MH a WH společensky vyzdvihuje „správné“ stravování, a to „špatné“ naopak shazuje a implicitně označuje za nemorální. Pro muže i ženy to znamená, že fyzické nedostatky nutně implikují nedostatky charakterové. Střídmé stravování je tak v časopisech, stejně jako v celé americké společnosti morálně na výši, a přejídání je naopak vyobrazováno jako hřích.

Diskurz týkající se jídla a genderu v časopisech *Men's Health* a *Women's Health* jasně ukazuje na hegemonickou konstrukci genderových identit. Snaží se ve čtenářích vyvolat dojem, že existuje pouze jedna správná cesta jak být ideálním mužem/ženou, vše ostatní pak znamená nižší pozici ve společenské hierarchii. Své poznatky z kritické analýzy diskurzu v lifestylových časopisech shrnují autorky výstižně:

„The images of the ideal woman and ideal man as portrayed in the Discourses about Food in WH and MH are, we argue, counterproductive to the development of physical and mental health, which is supposedly the goal of these magazines.

They frame readers as inadequate and morally lacking in their diets, and present unrealistic goals for improvement. Individuality is squelched, and the consequence of poor eating – which is almost a certainty by WH and MH standards – is being unattractive to the opposite sex and guilt-ridden about failure and loss of control.“
(Fuller, Briggs a Dillon-Sumner 2013, 277)

8 Tezaurus LanguaL

Unikátní propojení metod lingvistiky s problematikou gastronomie představuje tezaurus LanguaL. Jedná se o mezinárodní nástroj pro popis a ukládání informací o potravinách a jejich následné vyhledávání napříč databázovými systémy. Název LanguaL je zkratkou slov „Langua aLimentaria”, čili „jazyk jídla” (Møller a Ireland 2014). Práce na tomto projektu započala v 70. letech 20. století v amerických organizacích CFSAN (*Center for Food Safety and Applied Nutrition*) a FDA (*United States Food and Drug Administration*), a to v rámci interdisciplinární spolupráce mezi specialisty z potravinářství, informatiky a medicíny. Později se na vývoji LanguaL podílel také US National Cancer Institute, od roku 1996 pak spravuje tezaurus European LanguaL™ Technical Committee. Od r. 2005 se stala agenda tezauru součástí mezinárodního projektu European Food Information Resource EuroFIR, v rámci kterého byl LanguaL použit databázovými centry sdruženými v EuroFIR pro standardizovaný popis více než 29 000 potravin uvedených v evropských národních databázích složení potravin. (Macháčková 2011)

Záměrem LanguaL je standardizovat popis informací o potravinách v databázích po celém světě. Jedná se o standardizovaný značkovací jazyk pro popis potravin, především pak pro dohledání informací o jednotlivých potravinách, jako například jejich biologický původ, metody tepelné úpravy, konzervace, nebo technologického zpracování.

Tezaurus LanguaL je multilinguální - kromě angličtiny existují také verze česká, dánská, francouzská, německá, maďarská, italská, portugalská a španělská. To s sebou přináší tradiční překladatelský problém, kdy korespondující termíny ve dvou jazycích mají odlišný sémantický rozsah. Proto jsou popisy v LanguaL „language-independent” - jednotlivé vlastnosti potravin jsou tak označeny unikátními kódy, které následně odkazují k jejich popisu v daném jazyce.

8.1 Popis potravin v systému LanguaL

Koncepce LanguaL vychází z předpokladu, že každou potravinu lze systematicky popsat kombinací jednotlivých charakteristik. Tyto charakteristiky jsou nazývány *deskriptory*. Deskriptory jsou rozděleny do 14 hlavních kategorií, tzv. *faset*, které charakterizují potravinu jako celek (fasety A-E), informují o způsobu jejich zpracování (F-J), balení (K-N), zahrnují spotřebitelské hledisko (P) a poskytují doplňující charakteristiky (Z). Jednotlivé fasety jsou podrobněji popsány v tabulce níže (Macháčková 2011):

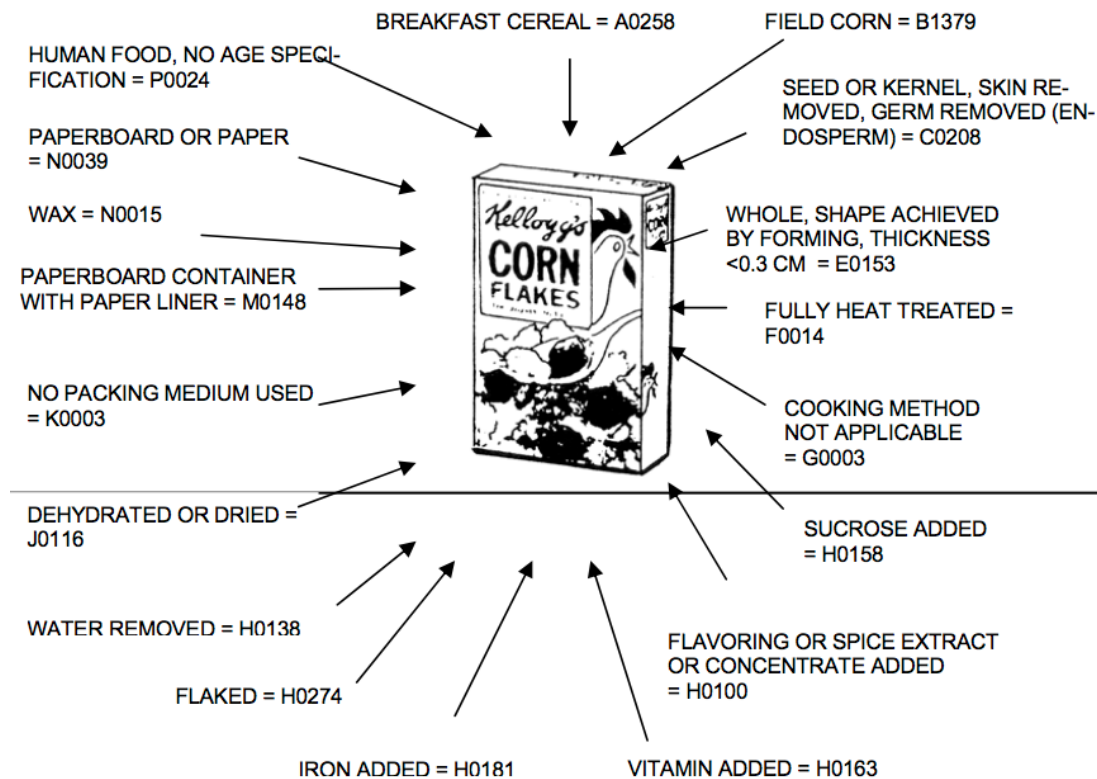
Tabulka 1. Přehled faset tezauru LanguaL (5) (v závorce u stručného popisu počet povolených deskriptorů pro danou fasetu u povinně indexovaných faset)

Kód	Název	Stručný popis
A	Typ výrobku	Indexace podle spotřebitelských, funkčních, technologických a legislativních charakteristik. Faseta zahrnuje třináct klasifikačních systémů, které lze jednotlivě použít pro popis potraviny (1 pro každý ze zvolených klasifikačních systémů)
B	Potravinářské suroviny	Specifikace suroviny pro potravinářský výrobek - uvedení názvu rostliny nebo zvířete, případně chemického původu (1)
C	Část rostliny nebo zvířete	Anatomická část rostliny nebo zvířete, ze které je potravina vyrobena (nebo její podstatná část) (1)
E	Fyzikální stav, tvar nebo forma	Rozlišení mezi kapalinami a pevnými látkami, popis pevné látky z hlediska tvaru a konzistence (1)
F	Použití tepelného ošetření	Charakteristika potraviny podle rozsahu tepelného ošetření (úplné, částečné, bez tepelného ošetření) (1)
G	Postupy tepelné úpravy	Charakterizace způsobů tepelné úpravy (např. vaření, ohřívání...) (min. 1)
H	Použité ošetření	Popis komponent přidávaných nebo odstraněných, případně procesů využívaných při výrobě nebo zpracování (min. 1)
J	Konzervační metody	Popis metod pro prevenci nebo zpomalení kažení potravin působením mikroorganismů nebo enzymů (min. 1)
K	Balící médium	Popis média, ve kterém je potravina balena za účelem konzervace, manipulace a/nebo zvýraznění chuti (min. 1)
M	Nádoba nebo obal	Charakteristika materiálu hlavního obalu včetně uzávěrů, víček, přebalu (min. 1)
N	Povrchy přicházející do styku	Materiál obalů s přímým stykem s potravinou včetně uzávěrů (min. 1) s potravinami
P	Skupina spotřebitelů	Definování cílové skupiny spotřebitelů (min. 1) /Výživový účel/Tvrzení na obalu
R	Geografická místa a území	ISO kód (ISO 3166) pro označení země původu, lokální kódy pro regiony (nepovinné)
Z	Doplňující vlastnosti potravin	Deskriptory pro další popis potraviny (nepovinné)

Každému deskriptoru je pak přiřazen jedinečný alfanumerický kód ve tvaru písmeno (kód fasety) a čtyřmístné číslo, např. H0247 pro deskriptor *TUK ZČÁSTI ODSTRANĚN* (Macháčková 2011). Jednotlivé potraviny jsou pak indexovány jednotlivými kódy deskriptorů, viz obrázek níže (Møller, Ireland a Smith 2008):

FIGURE 3.3. HOW ARE FACET TERMS IDENTIFIED ?

Each is assigned a CODE for computer processing.
Example: corn flakes



Pod jednotlivými alfanumerickými kódy pak v tezauru LanguaL nalezneme kromě názvu deskriptoru také podrobnější informace, jako např. náležitost do vyšší třídy deskriptorů, alternativní pojmenování, detailní popis vlastností atd. Níže je uveden příklad popisu deskriptoru v LanguaL (Møller, Ireland a Smith 2008):

CHICKEN

FTC B1457
BT POULTRY OR GAME BIRD [B1563]
UF gallus domesticus
UF gallus gallus domesticus
AI <SCIFAM>Phasianidae [ITIS 175861]
 <SCINAM>Gallus gallus (Linnaeus, 1758) [ITIS 176086]

Indexace potravin pomocí LanguaL umožňuje potraviny porovnávat a začleňovat do mezinárodních databázových systémů bez ohledu na jazykové bariéry v národních databázích a přispívá k efektivnější spolupráci expertů při specifických

aplikacích dat o složení potravin, jako např. v projektech nutriční epidemiologie (Macháčková 2011). Díky LanguaL je také možné třídit a vyhledávat potraviny podle jednotlivých deskriptorů, tedy např. podle obsahu určitých přidaných látek, nebo materiálu balení. Indexace potravin tezaurem LanguaLTM je v současné době povinný postup pro zpracování dat v rámci mezinárodní sítě pro DB složení potravin EuroFIR pro všechna centra, která mají zájem o začlenění národní databáze do jednotného vyhledávacího rozhraní EuroFIR Search Facility, jež umožňuje vyhledávat data o složení potravin napříč národními databázemi složení potravin a řadou dalších databázových systémů. (Møller, Ireland a Smith 2008)

9 Tématika jídla v českém lingvistickém prostředí

Díla s tematikou jídla a gastronomie se v českém jazykovědném prostředí vyskytují pouze zřídka. Vzhledem k tomu, že se v lingvistice jedná spíše o okrajové téma, je tato situace pochopitelná, a to zejména s přihlédnutím k rozsahu české jazykovědné tvorby ve srovnání např. s anglickou. Zájem o otázky diskurzu jídla je u nás viditelný pouze v několika dílech z oblasti pravopisu a etymologie.

Autorkou, která se otázce názvů jídel ve svém výzkumu věnuje, je brněnská lingvistka Pavla Valčáková (*1945). Ta momentálně působí na Etymologickém oddělení Ústavu pro jazyk český AV ČR, a zabývá se především etymologií pojmenování pokrmů (KDO JE KDO v české slavistice 2005). V roce 1979 napsala disertační práci na téma *Některé české názvy jídel*, v roce 1986 pak publikovala kandidátskou disertační práci *Některé české a slovenské názvy jídel a jejich ekvivalenty ve slovanských jazycích*. Obdobným tématům se věnuje ve své publikační činnosti nadále, např. (Valčáková 2000) nebo (Valčáková 2005).

Články věnující se názvům jídel a surovin lze nalézt také ve vybraných článcích časopisu *Naše řeč* z druhé poloviny 20. století. Jedná se však převážně o krátké příspěvky zaměřené na správný pravopis a gramatické užití názvů přejatých, např. (Svobodová 1987), (Hrušková 1958), nebo (Mejstřík 1978).

Na téma názvosloví pokrmů se zaměřují také některé vysokoškolské kvalifikační práce. Například (Chudárková 2014) se zabývá pravopisnými jevy v českých jídelních lístcích, (Juklová 2006) pak názvy jídel ve staré češtině (pod vedením výše zmíněné Pavly Valčákové).

Z česky psaných děl s gastronomickou tematikou stojí za zmínku také anglicko-český výkladový slovník kulinářských kuriozit *Nadívaný pštros* (Morton 2003).

10 Shrnutí

Úkolem této diplomové práce bylo popsat, jakým způsobem lingvistika pojednává o otázkách jídla a gastronomie. Rozdílné oblasti diskurzu o jídle byly představeny pohledem několika různých jazykovědných přístupů, a to prostřednictvím ilustrativních příkladů – nejčastěji lingvistických článků.

Z oblasti žánrů týkajících se jídla a gastronomie zde byly zastoupeny jídelní lístky, časopisy o stravování, recenze restaurací, recepty pokrmů, nebo například internetové food blogy.

V jednotlivých kapitolách pak byly tyto žánry analyzovány za pomoci široké škály lingvistických přístupů, a to včetně lexikologie, lexikografie, korpusové lingvistiky, sociolingvistiky, kvantitativní lingvistiky, nebo například kritické analýzy diskurzu. Ilustrováno zde bylo užití metod synchronní i diachonní lingvistiky.

Na příkladu tezauru LanguaL bylo demonstrováno, jak mohou být metody lingvistiky využívány v ostatních oborech – zde konkrétně metody lexikografie v potravinářském průmyslu.

Většina probíraných děl byla psána anglicky, a zabývala se tedy lingvistikou angličtiny. Důvodem byl především fakt, že v českém lingvistickém prostředí není tomuto tématu věnováno příliš pozornosti, což také bylo diskutováno ve zvláštní kapitole.

Celkově tato diplomová práce ukázala, že ač je diskurz jídla a gastronomie pro lingvistiku pouze okrajovým tématem, může být i jako takový zdrojem zajímavých a přínosných poznatků o vývoji jazyka, komunikačních strategiích nebo společenském chování člověka.

Použitá literatura

Chahuneau, Victor, Kevin Gimpel, Bryan R. Routledge, Lily Scherlis, a Noah A. Smith. 2011. „Word Salad: Relating Food Prices and Descriptions.“ *Proceedings of the Joint Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP) and Computational Natural Language Learning (CoNLL)*. ACL. 1357-67.

Chudárková, Adriana. 2014. *Vybrané pravopisné jevy v českých jídelních lístcích (Bakalářská diplomová práce)*. Brno: Filozofická fakulta Masarykovy univerzity.

Černý, Jiří. 1996. *Dějiny lingvistiky*. Praha: Votobia.

2016. *About JBF Awards*. Přístup získán 29. 11. 2016. <https://www.jamesbeard.org/awards/about>.

Ankerstein, Carrie A., a Gerardine M. Pereira. 2013. „Talking about taste: Starved for words.“ V *Culinary Linguistics: The chef's special*, autor: Cornelia Gerhardt, Maximiliane Frobenius a Susanne Ley, 305-15. Amsterdam: John Benjamins.

Arendholz, Jenny, Wolfram Bublitz, Monika Kirner, a Iris Zimmermann. 2013. „Food for thought - or, what's (in) a recipe - A diachronic analysis of cooking instructions.“ V *Culinary Linguistics: The chef's special*, autor: Cornelia Gerhardt, Maximilienne Frobenius a Susanne Ley, 119-37. Amsterdam: John Benjamins.

Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.

- Diemer, Stefan, a Maximiliane Frobenius. 2013. „When making pie, all ingredients must be chilled. Including you: Lexical, dyntactic and interactive features in online discourse - a synchronic study of food blogs.“ V *Culinary linguistics: The chef's special*, autor: Cornelia Gerhardt, Maximiliane Frobenius a Susanne Ley, 53-81. Amsterdam: John Benjamins.
- Freedman, Joshua, a Dan Jurafsky. 2011. „Authenticity in America: Class Distinctions in Potato Chip Advertising.“ *Gastronomica* Winter: 46-54.
- Fuller, Janet M., Janelle Briggs, a Laurel Dillon-Sumner. 2013. „Men eat for muscle, women eat for weight loss: Discourses about food and gender in Men's Health and Women's Health magazines.“ V *Culinary Linguistics: The chef's special*, autor: Cornelia Gerhardt, Maximiliane Frobenius a Susanne Ley, 262-79. Amsterdam: John Benjamins.
- Gerhardt, Cornelia. 2013. „Food and language - language and food.“ V *Culinary linguistics: The chef's special*, autor: Cornelia Gerhardt, Maximiliane Frobenius a Susanne Ley, 3-49. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.
- Gerhardt, Cornelia, Maximiliane Frobenius, a Susanne Ley. 2013. *Culinary Linguistics: The chef's special*. Amsterdam: John Benjamins.
- Hines, Caitlin. 1999. „Rebaking the Pie: The WOMAN AS DESSERT Metaphor.“ V *Reinventing Identities: The Gendered Self in Discourse*, autor: Mary Bucholtz, A. C. Laing a Laurel A. Sutton, 145-62. New York: Oxford University Press.
- Hrušková, Zdena. 1958. „Fazol, nebo fazole?“ *Naše řeč* 41 (1-2): 63-4.
- Juklová, Eva. 2006. *Některé názvy jídel ve staré češtině: Původ a vývoj (Bakalářská diplomová práce)*. Brno: Filozofická fakulta Masarykovy univerzity.

- Jurafsky, Dan. 2014. *The Language of Food: A Linguist Reads the Menu*. New York: W. W. Norton & Company.
- Jurafsky, Dan, Victor Chahuneau, Bryan R. Routledge, a Noah A. Smith. 2016. „Linguistic Markers of Status in Food Culture: Bourdieu's Distinction in a Menu Corpus.“ *Journal of Cultural Analytics*.
- Jurafsky, Dan, Victor Chahuneau, Bryan R. Routledge, a Noah A. Smith. 2014. „Narrative framing of consumer sentiment in online restaurant reviews.“ *First Monday* 19 (4).
- KDO JE KDO v české slavistice. 2005. VALČÁKOVÁ, Pavla, PhDr. CSc. Přístup získán 6. 12 2016. <http://www.slaviste.cz/index.php?page=detail&id=425-valcakova-pavla-phdr-csc>.
- Lakoff, George, a Mark Johnson. 2002. *Metaforý, kterými žijeme*. Překlad: Mirek Čejka. Brno: Host.
- Lakoff, Robin Tolmach. 2006. „Identity a la carte: you are what you eat.“ V *Discourse and Identity*, autor: Anna De Fina, Deborah Schifffrin a Michael Bamberg, 142-65. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lehrer, Adrienne. 1972. „Cooking Vocabularies and the Culinary Triangle of Lévi-Strauss.“ *Anthropological Linguistics* 155-71.
- Lévi-Strauss, Claude. 2007. *Mythologica ***: Původ stolničení*. Praha: Argo.
- . 1963. *Structural Anthropology*. New York: Basic Books, Inc., Publishers.
- Lévi-Strauss, Claude. 2008. „The Culinary Triangle.“ V *Food and Culture: A Reader*, autor: Carole Counihan a Penny Van Esterik, 36-43. London: Routledge.

- Møller, Anders, a Jayne Ireland. 2014. „LanguaL™ - an international framework for food description.“ Přístup získán 24. 11. 2016. <http://www.langual.org/download/LanguaL2014/LanguaL%202014%20Thesaurus%20-%20Final.pdf>.
- Møller, Anders, Jayne Ireland, a Elizabeth Smith. 2008. „LanguaL™ - an international framework for food description.“ Přístup získán 24. 11. 2016. <http://www.langual.org/download/LanguaL2008WS/LanguaL%202008%20reports/LanguaL%202008%20Introduction.pdf>.
- Macháčková, Marie. 2011. „Tezaurus LanguaL™ - nástroj pro popis potravin v databázových systémech.“ *Výživa a potraviny* 4: 102-5.
- Mejstřík, Vladimír. 1978. „Pepř, nebo paprika?“ *Naše řeč* 61 (4): 217-9.
- Morton, Mark. 2003. *Nadívavý pštros aneb anglicko-český výkladový slovník kulinářských kuriozit*. Překlad: Tamara Vosecká, Silvie Dušková a Vlastimil P. Fiala. Praha: Volvox Globator.
- Prokopová, Kateřina, Zuzana Orságová, a Petra Martinková. 2014. *Metodologie výzkumu v oblasti kritické analýzy diskurzu*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Svobodová, Ivana. 1987. „Ražniči, čevapčiči a fondue.“ *Naše řeč* 70 (3): 165.
- Valčáková, Pavla. 2005. „Některé staročeské názvy jídel (jucha, jelito, bachoř, varmužě, piškot, biskvit, bošek, kestránek, holipy, predlík, hažmuka, valdyně).“ *Verba et historia* 373-9.
- Valčáková, Pavla. 2000. „Sémantická motivace některých názvů pečiva ve slovanských jazycích (od sloves gybati, krotiti, viti, vrtěti, kladati, gožva).“ *Studia Etymologica Brunensia* 1 261-5.

Wikipedia: The Free Encyclopedia. 2016. *Harleian Library*. 23. 6. Přístup získán
5. 12 2016. https://en.wikipedia.org/wiki/Harleian_Library.