

Літвінчук А.Р., бакалавр, Фесак Є.М., бакалавр, Колісниченко Т.О., доц.

Київський національний університет технологій та дизайну

ФУД-ДИЗАЙН ТА ФУДСТАЙЛІНГ – ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ ЕСТЕТИЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ І ПРЕЗЕНТАЦІЇ РЕСТОРАННИХ СТРАВ

Анотація. В статті розглянуто ключові аспекти формування інтеграційних напрямків розвитку сучасного фуд-дизайну та системного підходу до вирішення такої найважливішої проблеми, як цілісна організація процесів харчування у підприємствах ресторанного господарства. Пояснюється розуміння змісту нового напрямку діяльності, пропонується розглядати фуд-дизайн як симбіоз предметного та процесуального дизайну приготування, подавання та споживання страв у підприємствах ресторанного господарства.

Ключові слова: фуд-дизайн; софт-дизайн; гастрономія; гастрономічна культура.

Litvinchuk A.R., Fesak Y.M., Kolisnychenko T.O.

Kyiv National University of Technologies and Design

FOOD DESIGN AND FOODSTYLING – INNOVATIVE DIRECTIONS OF AESTHETIC DESIGN AND PRESENTATION OF RESTAURANT DISHES

Abstract. The article discusses the key aspects of the formation of integration directions for the development of modern food design and a systematic approach to solving such an important problem as the holistic organization of food processes in restaurants. The understanding of the content of the new direction of activity is explained, it is proposed to consider food design as a symbiosis of the subject and procedural design of the preparation, serving and consumption of dishes at restaurant enterprises.

Keywords: food design; soft design; gastronomy; gastronomic culture.

Вступ. Залежно від світових подій та попиту ресторанна сфера постійно змінюється. Але глобальна пандемія перевернула все з ніг на голову: одні тенденції втратили актуальність, інші – набули. За останній час індустрія ресторанного бізнесу зіткнулася з безліччю проблем через інфекцію Covid-19 і нововведення, які вона привнесла в наше життя. Те, що тільки планувалось упроваджувати, нині стало життєвою потребою, а те, що було звичним, стало ледь не розкішшю. Гостям довелося пристосовуватись до нових реалій, а власникам – змінювати формати, щоб утриматись на плаву.

У зв'язку з цим на перше місце для кожного з нас зараз постає турбота про своє здоров'я і здоров'я близьких. Цю тенденцію впроваджують багато компаній, в тому числі і ресторанний бізнес, ставлячи на перше місце ідею безпечного споживання з максимальною користю для гостя. Коронавірус безповоротно змінив світову економіку, а разом з нею і ресторанну галузь, змістивши вектор її розвитку на роки вперед.

Сучасні процеси харчування, крім своєї технологічної складової, пов'язаної з особливостями приготування їжі, мають ще один аспект – образний, в якому виявляє себе візуальна компонента оформлення продукту, а також контекстний формат процесу, який визначається тим або іншим подібним рішенням.

Нестандартне подавання їжі в ресторанах останнім часом набирає дуже великої популярності: смак страви, звичайно, має першорядне значення, але й те, як воно виглядає на тарілці – не менш важливо. Фуд-дизайн вже називають модним, хоч і дуже молодим, видом сучасного мистецтва, в якому поєднуються креативний підхід до продуктів харчування, безпосередньо процес приготування їжі, дизайн упаковки продуктів, дизайн інтер'єру, маркетинг, дизайн текстилю та посуду.

Постановка завдання. Розглянути основні характеристики та формування основних напрямків розвитку сучасного фуд-дизайну, виявити переваги цього виду кулінарного мистецтва.

Результати досліджень. Гастрономію давно прирівнюють до візуального мистецтва. Приготування кулінарного шедевра захоплює не менше, ніж робота над мальовничим полотном, а готовий продукт часто не поступається дизайн-об'єкту. Відвідувачі ресторанів стають все більш вимогливими не тільки до смакових характеристик страв, а й до того, як вони оформлені.

Прагнення зробити їжу більш привабливою стало однією з причин появи окремого напрямку мистецтва. Твори фуд-дизайнерів не тільки привабливі з естетичної точки зору, але і їстівні. Творче натхнення, небагато фантазії та звичний набір продуктів може прийняти абсолютно неймовірну форму. Це не єдиний факт, що дає привід обговорювати появу перспективного модного напрямку для сфери ресторанного бізнесу – фуд-дизайн (від англ. food – їжа), що об'єднує дизайн зовнішнього вигляду готових страв, представлення їх у меню, а також дизайн столового приладдя, способів сервірування та проектування процесу харчування в цілому. Він уже безперечно входить у наше життя зараз.

Фуд-дизайн – один із найбільш перспективних напрямів сучасного дизайну. Цей термін означає не тільки сукупність естетичних прийомів, а й цілісну культурно-філософську концепцію, що містить у собі комплексний підхід до презентації та виготовлення страв або продуктів харчування, співпрацю та обмін досвідом між фахівцями споріднених спеціальностей: дизайнерами, технологами і шеф-кухарами.

У процесах вивчення ситуацій потреб та векторів сфери харчового виробництва та споживання, а також можливостей освітніх інституцій, нами було сформовано предмет дослідження – фуд-дизайн як нове напрямком у проектній діяльності та позначено завдання актуалізації даного напрямку.

Ключові пункти цієї концепції ми пов'язуємо: із дизайном харчової продукції; дизайном декорування гастрономічного продукту та оснащення процесів харчування; оформленням процесів харчування; формування рекламних макетів харчових продуктів; проектуванням унікальних комплексів гастрономічного характеру для пікніків, корпоративів, урочистостей та інших заходів. Не виключається у змісті фуд-дизайну також дизайн упаковки. Фуд-дизайн у пропонованому нами проекті – це система проектних дій, спрямованих на естетизацію процесів харчування та самого гастрономічного продукту.

В ході дослідження виявлені характерні риси та основні напрями розвитку сучасного фуд-дизайну:

- актуалізація і популяризація засобами фуд-дизайну ідеї збереження не тільки екологічного середовища, а й духовної та культурної ідентичності страв у підприємствах ресторанного господарства;

- спрямованість на поширення ідей здорового способу життя, зокрема здорового харчування;

- проектування предметного оснащення, обладнання процесів харчування (повсякденного характеру, урочистих, масових, унікальних розважальних);

- вивчення та поширення світового досвіду фуд-дизайну (проведення фестивалів, майстер-класів за участю запрошених відомих фахівців із Європи);

- естетичне оформлення та проектування зовнішнього вигляду, форми, упаковки та рекламного забезпечення, просування гастрономічного продукту;

- визначення локальних просторів для процесів харчування (майданчиків, інтер'єрних просторів, фрагментів столів тощо).

Пошук нових способів споживання та сприйняття їжі виражений у великій кількості концептуальних проектів та робочих прототипів. Фуд-дизайн не обмежується дизайном їжі, її об'ємно-пластичної структури. Це і організація процесу приготування їжі та процесу її поглинання. Його можна розділити на процесуальний і предметний, які включають кілька інших видів дизайну, адаптованих до його цілей.

У предметному фуд-дизайні можна виділити дизайн матеріально-предметного середовища зберігання, продажу та обробки продуктів харчування, а також фуд-дизайн як мистецтво або їжа як арт-об'єкт.

Процесуальний фуд-дизайн існує в інтеграції з предметним, в рамках якого може проводитися сценарне проектування для організації та проведення різноманітних заходів (весіль, дегустацій, корпоративних та ділових зустрічей тощо). Сам процес їжі вже говорить про те, що ситуація постійно змінюється: одні страви зникають, інші з'являються, постійно змінюється і сервірування столу.

У предметному фуд-дизайні є можливість виділити дизайн матеріально-предметного середовища зберігання, продажу та обробки продуктів харчування, а також фуд-дизайн як мистецтво або їжа як арт-об'єкт. До другої групи можна віднести картини із харчових продуктів, арт-об'єкти. При створенні абстрактної або предметної композиції з продуктів харчування художній компонент може стати настільки домінуючим, що твір фуд-дизайну може бути прирівняний до твору мистецтва і стане твором фуд-арту. Поняття «фуд-арт», що включає такі кластери, як оформлення страв, кулінарний карвінг, фуд-інсталяції та гастрономічні репрезентації представлені на рис. 1.

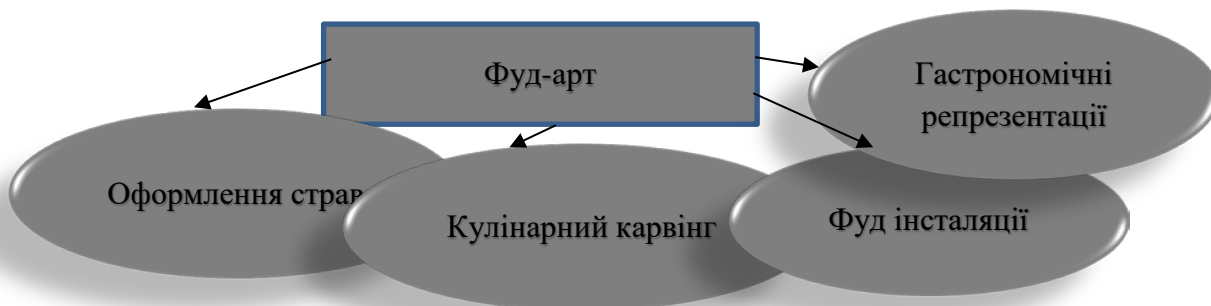


Рис. 1. Концептуальна схема фуд-арту

Фуд-дизайн доцільно представити такими основними складовими, як кухня, зал, меню, кейтеринг. Меню (фр. le menu, походить від латинського minutus – щось невелике) як графічний дизайн.

Концепція дизайну меню повинна стати результатом поєднання мистецтва, наукового і математичного підходу. Основним із елементів наповнення такої концепції є наявність візуального відображення процесу приготування страв із затвердженого меню (за вибором: страви складного приготування, інноваційні та креативні, авторські від шеф кухаря тощо). Міститься технологічна інформація у вигляді фото-фіксації (ілюстрації) чи відео-зйомки процесу поопераційного (покрокового) приготування страви з пояснюванням чи коментарями технологічних особливостей кожної операції, з відзначенням контрольних точок та їх технологічних параметрів (температури при тепловій обробці, температури охолодження, часу приготування та ін.), що впливають на формування якісних показників напівфабрикатів та страв в цілому.

Для вирішення даного завдання необхідно дотримуватися наступних рекомендацій: виробництво рекламних фотографій силами food-стилістів і food-фотографів.

Одним із заходів щодо розробки та впровадження меню в діяльність ресторану є фотографування і відеозйомка страв, фіксація приготування та подавання. Професійний фудстайлінг і фотографування їжі вимагаються будь-якому бренду, що має справу з продуктами харчування: виробничим холдингам, ритейлерам, розробникам дизайну упаковки, кафе, кондитерським, ресторанам і іншим проектам сегменту *hogesa* – словом, кожному бренду, в чій рекламі потрібно апетитне подання, яке дає тільки професійне фотографування їжі і фудстайлінг.

Фудстайлінг – це створення і оформлення страв для візуальної привабливості. У минулому люди використовували ілюстрації їжі в журналах, кулінарних книгах і рекламі. Однак у зв'язку зі зміною тенденцій і розвитком технологій, люди почали займатися фудстайлінгом для фуд-фотографії. Фудстайлінг став популярнішим і змусив людей більше цікавитися тим, як готується і подається їжа. Для успіху в фудстайлінгу необхідні базові кулінарні навички, так як це дозволить фудстайлеру безпечно і правильно поводитися з продуктами харчування. Базові навички приготування і нарізки також можуть допомогти в створенні різноманітних форм і різьблення для овочів. Використання гарніру покращує текстуру, смак і колір страв. Крім того, хороша презентація страв може дати гостю уявлення про те, які вони на смак. Реквізит, такий як серветки, скатертини і столовий посуд, може відігравати важливу роль у створенні сюжету для презентації страв. Фотографія їжі може також змінити настрій і тон їжі, застосовуючи управління світлом, композицію, пост-обробку, стилізацію і реквізит. Це робиться для того, щоб простежити взаємозв'язок між стилізацією страв для фотокамери і поглядом гостя на презентацію страв в кафе та ресторанах.

Фуд-фотографія – це не просто фотозйомка, а й створення тренда і стилю сервірування, який привертає увагу відвідувачів. Фуд-фотографія може використовуватися як інструмент в соціальних медіа, таких як журнали, кулінарні книги, веб-сайт, Facebook і Instagram для створення реклами. Харчова фотографія грає важливу роль в рекламі, оскільки вона може допомогти залучити інтерес споживача. Більш того, щоб домогтися найкращої ефективності реклами, фуд-фотограф повинен знати, як виділити основну фокусну точку і розповісти історію. Фуд-фотографія впливає на гостя, викликаючи бажання придбати продукт, який він ще не скуштував, але який візуально для нього привабливий. Крім того, існує безліч способів створення реклами продуктів харчування, які вимагають різних навичок. Наприклад, використання фотографії їжі для реклами в журналі, на сайті кулінарної книги, в Facebook, Instagram і блогах, де необхідно вміти спеціалізуватися на концепції ідеї страви в цілому. Фудстайлінг дозволяє гостям побачити і зрозуміти трохи більше про страву, а також гарантувати що можна очікувати.

Харчова фотографія грає важливу роль в рекламі, оскільки вона може допомогти залучити інтерес споживача. Більш того, щоб домогтися найкращої ефективності реклами, фуд-фотограф повинен знати, як виділити основну фокусну точку і розповісти історію. Фуд-фотографія впливає на гостя, викликаючи бажання придбати продукт, який він ще не скуштував, але який візуально для нього привабливий. Крім того, існує безліч способів створення реклами продуктів харчування, які вимагають різних навичок. Наприклад, використання фотографії їжі для реклами в журналі, на сайті кулінарної книги, в Facebook, Instagram і блогах, де необхідно вміти спеціалізуватися на концепції ідеї страви в цілому.

Фудстайлінг дозволяє гостям побачити і зрозуміти трохи більше про страву, а також гарантувати що можна очікувати. Тому фудстайлінг дуже корисний для веб-сайтів та блогів в соціальних мережах.

Більше того, за допомогою фудстайлінгу можна просувати меню через соціальні мережі. Наприклад пост в Instagram показує фотографію загальних страв в ресторані, що дозволяє гостю, натиснувши на одне з фото, переглянути обрану страву і не тільки подивитися на гарну світліну, а й дізнатися склад страви, її вартість та енергетичну цінність.

Крім того, відвідувач може натиснути кнопку поділитися з друзями і зайти в профіль, щоб дізнатися адресу і контактний номер для відвідування закладу. В даний час реклама є ще одним способом використання в якості маркетингового інструменту, де фуд-фотографія і фуд-стайлінг грають важливу роль, щоб надати візуальну привабливість страв і сприяти підвищенню продажів.

Ресторани зможуть залучати більше відвідувачів завдяки використанню фудстайлінга і фудфотографії, які відіграють важливу роль в приготуванні та поданні страв. Це показує важливість взаємозв'язку між фудстайлінгом і фудфотографією. За допомогою фудстайлінга створюється історія їжі, яка допомагає стравам виглядати цікавіше. Застосування техніки фуд-стайлінгу з використанням реквізиту в якості підказок може описати враження від їжі і додати візуальний інтерес до фотографії. Крім того, інтеграція фудстайлінга і фудфотографії підсилює смак, текстуру і колір страви, що змінює перспективу презентації їжі.

Крім того, щоб стати професійним фуд-стилістом і фуд-фотографом, потрібні сильні кулінарні та художні таланти, щоб вибрати кращу привабливу фотографію для будь-якого конкретного виду реклами. Це призводить до висновку, що презентація їжі через привабливість для очей гостя відіграє важливу роль для досягнення великого успіху у роботі підприємств ресторанного господарства.

Висновки. Можна зробити висновок, що фуд-дизайн в ресторанному бізнесі з кожним роком стає все більш багатогранним і розвивається швидкими темпами, шеф-кухарі стають більш професійними, а сам фуд-дизайн в кулінарному мистецтві стає самостійним напрямком. Варто зазначити, що естетичному фактору у «фуд-дизайні» належить важлива роль на підставі того, що гастрономічне (їжа, їжа) носить характер гастрономічно-духовного, що відбивається в культурі. Фуд-дизайн доцільно представити такими основними складовими, як кухня, зал, меню, кейтеринг, атмосфера. У виділених кластерах знаходять відображення естетичні компоненти, пов'язані з прийняттям їжі в різних формах організації (бенкетах, банкетах, кейтерингу та ін).

Крім того, застосування фудстайлінга в фотографії допомагає закладам зробити кращі знімки, які можна використовувати для реклами, оскільки в наш час люди вважають за краще обідати не вдома і більше уваги приділяють тому, як подається їжа. Це допоможе підприємствам дати те, що очікує гість, і дозволить створити історію страви. Крім того, фудстайлінг і фудфотографія допомагають надати стравам більш привабливого і гарного вигляду. Також, фудстайлінг здатний стимулювати п'ять почуттів, що повертає інтерес гостя до страв за рахунок привабливості. Таким чином, фудстайлінг - це оформлення страв в презентабельному вигляді із застосуванням художніх знань і кулінарних навичок для досягнення найкращого враження від фотографії. Це також може запропонувати інший погляд на їжу і дозволити гостям закладу більше зрозуміти про її походження. І останнє, але не менш важливе: власник повинен вміти використовувати фудстайлінг і фудфотографію як маркетингові інструменти в більш широкому діапазоні, для збільшення продажів і отримання більшого прибутку. Тому, щоб побудувати міцні відносини зі своїми гостями, заклади можуть використовувати техніку фуд-фотографії для створення тенденцій і стилів в їжі, щоб бути конкурентоздатними. В цілому, ці інструменти допоможуть поліпшити

присутність кафе в соціальних мережах і відіграють важливу роль в підвищенні інтересу гостя з першого погляду.

Список використаної літератури

1. Мусийчук В. В. Фуд-дизайн как симбиоз эстетических компонентов в гастрономической культуре. *Мир науки. Социология, филология, культурология*. 2020. № 2. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/08KLSK220.pdf>.
2. Степанов А. В., Чувашов А. С. Фуд-дизайн: социальные, эстетические и образовательные перспективы. *Наука и современность*. 2017. № 2 (12). С. 55–63.
3. Чувашов А. Фуд-дизайн и его структурная схема. *Визуальные образы современной культуры: светские и религиозные стратегии построения жизненного мира. Сборник научных статей по материалам VI Всероссийской научно-практической конференции* (Омск, 09–10.06.2017).
4. Малюга Л. М., Загороднюк О. В. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 2 (25). С. 241–243.
5. Дизайн меню. URL: https://restostart.ru/services/razrabotka_dizajna_menyu/
6. Меню, що само себе продає або як тримати руку на пульсі гостя. URL: https://restostart.ru/news_lent_1/programma_seminara_prodayuwee_menyu_ili_kak_derzhat_ruku_na_pulse_gostya.
7. Kozhukhivska R., Sakovska O., Maliuga L., Maslovata S. The Formation of a System of Investment Prospects of Ukrainian Tourism and Recreation Sector Enterprises on Terms of Benchmarking. *Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, 10–11 April 2019, Granada, Spain. P. 5282–5290.
8. Фудстайлінг: мистецтво готування їжі до фотосесії. URL: <https://mmr.ua/show/fudstajling-mistecztvo-gotuvannya-yizhi-do-fotosezii/>
9. Якименко-Терещенко Н. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу під час складання бізнес-плану. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 24. С. 299–303.