

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2020, №2, Том 11 / 2020, No 2, Vol 11 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2020.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/08KLSK220.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мусийчук В.В. Фуд-дизайн как симбиоз эстетических компонентов в гастрономической культуре // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2020 №2, <https://sfk-mn.ru/PDF/08KLSK220.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Musiychuk V. V. (2020). Food design as a symbiosis of aesthetic components in gastronomic culture. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 2(11). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/08KLSK220.pdf> (in Russian)

УДК 7.05

ГРНТИ 13.01.11

Мусийчук Владимир Васильевич

ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», Краснодар, Россия

Магистрант, специальность дизайн среды

E-mail: gektor174@gmail.com

Фуд-дизайн как симбиоз эстетических компонентов в гастрономической культуре

Аннотация. Актуальность проблемы фуд-дизайна как симбиоза эстетических компонентов в культуре обусловлена рядом положений: широкое распространение гастротуризма – форма знакомства с кухней как культурной составляющей разных народов; историческая изменчивость норм гастрономической культуры и форм репрезентации сервисной реальности. Фуд-дизайн переживает процесс динамического роста и значительных трансформаций. Показано, что основное предназначение фуд-дизайна заключается в гармонизации предметного бытия, как основы духовных составляющих сервисной реальности.

Новизна авторского подхода заключается в концептуальной разработке понятия «фуд-дизайн». Фуд-дизайн целесообразно представить такими основополагающими составляющими, как: кухня, зал, меню, кейтеринг и софт-дизайн. Выделен ряд кластеров. Кластер «кухня» – как объект промышленного дизайна кулинарного оборудования и помещений кухни; кластер «зал» – дизайн интерьера, как помещения для приема пищи в зависимости от характера еды, тематики застолья, условий, места и времени ее поедания, мебель, дизайн и сервировка банкетного стола (посуда, столовые приборы в стилях – техностиль, фьюжн, экостиль, гламур, черно-белый шик, белый этюд с позолотой, флористический вальс, свежий весенний прованс и т. д.), дизайн интерьеров разрабатывается в соответствии с гастрономической концепцией (барокко и рококо, японский стиль, лофт, хай-тек и др.); кластер «меню» – как графический дизайн (виды меню различны: в виде стендов, каталога, брошюр, публикации в Интернете, может распространяться в форме рекламы в специализированных изданиях и печатной рекламы и др.); дизайн среды в ситуации кейтеринга целесообразно рассматривать как событийный кейтеринг.

В статье приводится описание авторского проекта событийного кейтеринга на примере «Фестиваля адыгейского сыра». На данном примере иллюстрируется симбиоз эстетических компонентов в фуд-дизайне как части гастрономической культуры.

Ключевые слова: фуд-дизайн; софт-дизайн; кейтеринг; гастротуризм; меню; гастрономическая культура; сервисная реальность

Актуальность проблемы фуд-дизайна обусловлена значительным ростом интереса к сфере питания в современном обществе. Получает распространение такая отрасль туризма, как гастротуризм или кулинарный туризм, целью которого является знакомство с кухней разных народов. Отметим такой важный момент, что интерес вызывает как приготовление пищи, так и процесс ее потребления. Пища является не только средством удовлетворения физиологических потребностей человека, но и важнейшим элементом культуры. Отметим, что исследователи подчеркивают историческую и культурную изменчивость как норму гастрономической культуры, так и форм репрезентации сервисной реальности, в том числе в форме фуд-дизайна.

В настоящее время фуд-дизайн (от англ. food – еда) как одна из основных составляющих сервисной реальности переживает процесс динамичного роста и значительных трансформаций. В «образной подаче» продукта питания зачастую заключен едва ли не самый главный смысл, мотивирующий потребителя, формирующий возникновение аттрактивности к предложению, создающий такое контекстное поле, в которое потребитель «входит», ориентируясь не только на удовлетворение первичных потребностей жизнедеятельности организма, но и на эстетический потенциал предлагаемого «совокупного» продукта. В этом плане значительный интерес представляет диссертационное исследование М.В. Капкан о феномене гастрономической культуры, рассматривающей специфику форм гастрономической репрезентации на примере России XIX и XX вв. [1].

Обратим внимание также и на то, что эстетический фактор проявляет себя не только в роли дополнения к пищевому контенту, но и в роли равноправного с ним «партнера» [2]. Для нашего исследования важна мысль, высказанная А.В. Степановым и А.С. Чувашовым об «образной подаче» продукта как эстетическом факторе.

Смысл дизайна – стать уникальным, мощным и эффективным возбудителем эстетической и облагороженной активности общества. Установка на создание эстетической привлекательности до возникновения дизайна была прерогативой исключительно искусства, но при этом утилитарное приходит к диалектическому единству с эстетическим. Это происходит благодаря формированию собственной концепции, программы, мировоззренческой позиции. Эстетическая функция дизайна является необходимой в любом предмете дизайна, с ее помощью удается достичь гармоничного сочетания пользы и привлекательности. Модная линия, форма, способ отделки приобретают значение, определяющее выбор из группы однородных по утилитарным характеристикам и комфортности продуктов.

Расширение массового производства и потребительского рынка привело к обособлению ценности продукта от его утилитарной функции. Всё большее значение приобретает дополнительная социально-культурная потребительская ценность продукта, обусловленная качествами, принесёнными особым трудом. Стилистические признаки продукта, создающие веер символических различий однородных продуктов потребления, становятся самостоятельной ценностью. Эшфорд называл это извлечением максимального «визуального капитала».

О синтезе пищи как фактора удовлетворения физиологических потребностей и пищи для души пишет В.С. Филимонов (1787–1858), в частности, в поэме «Обед» [3; 4] автор восклицает:

Людей огромная семья!

Обед есть жизни обновленье,

Такое всеединое рожденье,

Твой возжигатель бытия!
Обед с разумным веком ровный,
Гастрономически-духовный,
В связи и с сердцем, и умом...

Интересную мысль высказывает Т.А. Воронина, рассуждая о традициях в пище русских на рубеже XX–XXI вв.: «Результаты опроса городских и сельских жителей показали, что традиции питания – один из наиболее консервативных, а значит, хорошо сохранившихся элементов материальной культуры» [5]. О гастрономической культуре как ресурсе наследия пишет С.А. Соловьева. В процессе анализа автор опирается на раскрытие темы в философском ракурсе, осмысливая гастрономическую культуру и вкусовой опыт на основе деятельности социальных институтов и экзистенциального опыта человека. «Таким образом, гастрономическая культура гармонично соединяет в себе индивидуальный характер экзистирования, присутствия (индивидуальные акты вкушения) и бытие-вместе (трапеза, пир). Питание – это не просто акт утоления голода и поглощения съедобных продуктов, это целый мир, соединяющий сущее, человека, культуру, и придающий этому синергетическому синтезу событийный, уникальный характер здесь-и-сейчас. В гастрономической культуре важны две вещи: ценность вкушения, вкуса (которая уходит своими корнями в телесность человека) и ценность пира, совместной трапезы (которая отсылает к бытию-вместе, к коллективному телу, образуемому за одним столом)» [6].

Продолжим рассуждения по проблеме исследования. Фуд-дизайн не ограничивается дизайном еды, ее объемно-пластической структурой, это и организация процесса приготовления пищи, и процесса ее поглощения. Еще одним актуализирующим фактором дизайна еды может стать туризм. Родиной фуд-дизайна является Италия, где фуд-дизайну уже официально обучают в Istituto Europe odi Design с 2008 г. Вместе с тем, на современном этапе идет формирование основных направлений развития фуд-дизайна. Подчеркнем, что в итальянском искусстве все изображения пищи носят глубоко символический характер. Также обратим внимание на то, что «еда связывает этнические группы через поколения, через океаны и государственные границы» [7].

Есть различные подходы к определению фуд-дизайна. Так, например, А.С. Чувашовым рассматривается фуд-дизайн как симбиоз предметного и процессуального дизайна сферы питания. Понятие «фуд-дизайн» объединяет дизайн внешнего вида готовых продуктов питания, представление их в меню [8]. Например, предметный фуд-дизайн связан с дизайном упаковки, рекламы, мебели, интерьера, а также создания арт-объектов из еды. Процессуальный фуд-дизайн связывается со сценарным моделированием процесса питания, где важной компонентой становится время. Сценарии подачи еды, питания и отдыха, оформления и смены сервировки, интерактивного и мультимедийного сопровождения во многом зависят от тематического направления застолья (корпоративный вечер, свадьба, юбилей, презентация, дегустация и т. д.), а также от реставрации культурных традиций питания разных стран и эпох.

Смысл фуд-дизайна – стать уникальным, мощным и эффективным возбудителем эстетической и облагороженной активности общества. Установка на создание эстетической привлекательности до возникновения дизайна была прерогативой исключительно искусства, но при этом утилитарное приходит к диалектическому единству с эстетическим. Это происходит благодаря формированию собственной концепции, программы, мировоззренческой позиции. Потребительская идеология выражается не в накоплении аналогичных по полезности вещей, а в их замене. Товаром становится потребительская ценность, а не практическая полезность.

Основное предназначение фуд-дизайна заключается в гармонизации человеческого бытия. И еще одно высказывание Владимира Сергеевича Филимонова, с нашей точки зрения,

отчётливо передающее атмосферу сервисной реальности: «Нет! Без ума, без доброй воли / Обед – покормка, не обед» [3; 4].

В предметном фуд-дизайне есть возможность выделить дизайн материально-предметной среды хранения, продажи и обработки продуктов питания, а также фуд-дизайн как искусство или еда как арт-объект. Ко второй группе можно отнести картины из пищевых продуктов, арт-объекты. При создании абстрактной или предметной композиции из продуктов питания художественный компонент может стать настолько доминирующим, что произведение фуд-дизайна может быть приравнено к произведению искусства и станет произведением фуд-арта. основополагающими составляющими являются понятия «фуд-дизайн» и «фуд-арт». В данной статье остановимся на понятии «фуд-дизайн». Понятие «фуд-арт», включающее такие кластеры, как оформление блюд, кулинарный карвинг, фуд-инсталляции и репрезентации гастрономического будут представлены в дальнейших публикациях. Новизна авторского подхода заключается в концептуальной разработке понятия «фуд-дизайн». Рассмотрим концептуальную схему фуд-дизайна, представленную на рис. 1.

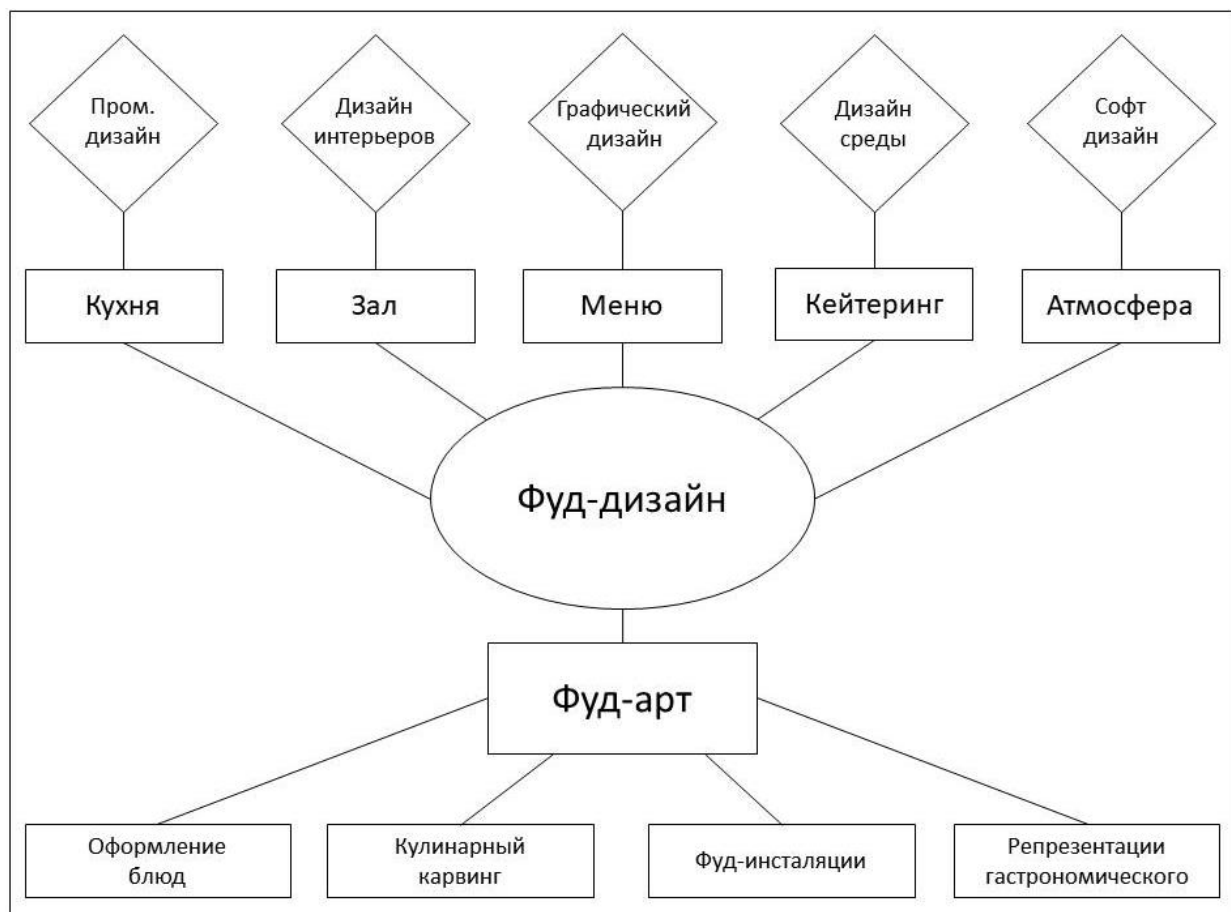


Рисунок 1. Концептуальная схема фуд-дизайна

Фуд-дизайн целесообразно представить такими основополагающими составляющими, как кухня, зал, меню, кейтеринг. Рассмотрим подробнее выделенные кластеры.

Кухня – как объект промышленного дизайна кулинарного оборудования и помещений кухни; зал – дизайн интерьера, как помещения для приема пищи, в зависимости от характера еды, тематики застолья, условий, места и времени ее поедания, мебель, сервировка (посуда, столовые приборы). Рассматривая проблему символизации пищи в современном обществе, С.А. Кириленко подчеркивает, что процесс принятия пищи превратился в процесс потребления для самоидентификации личности как принадлежности к определенной социальной группе [9].

Зал – дизайн интерьеров разрабатывается в соответствии с гастрономической концепцией. Стили могут быть различными – от барокко и рококо – как эстетическое величие: японский стиль – минимум декора и максимум смысла; модерн как гармония старины и современности; лофт – шик экстравагантного духа свободы при отсутствии внешнего лоска; хай-тек как ультрасовременные решения для комфорта; готика как очарование средневековья. Ю. Трухина и О.Г. Владимирова проводят, например, обзор ресторанов, выполненных в готическом стиле [10].

Одной из важных составляющих компонентов интерьера зала является дизайн банкетного стола. Вопрос формирования эстетических и функциональных качеств в индустрии питания и сервиса на примере меню и в оформлении банкетных столов актуален в настоящее время [11]. И. Волчкова и А. Нейфельд излагают историю появления сервировки и анализируют современный дизайн банкетного стола: техностиль, фьюжн, экостиль, гламур, черно-белый шик, белый этюд с позолотой, флористический вальс, свежий весенний прованс. Авторами рассмотрена сервировка на примере свадебного стола. Описаны элементы оформления стола и используемые материалы.

Меню (фр. le menu, происходит от латинского minutus – что-либо небольшое) как графический дизайн. В работе «Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи» Э. Туэмлоу пишет, что дизайн поддерживает развитие социально-экономической и культурной жизни через формирование значимого визуального ландшафта [12]. Меню представляет собой перечень блюд и напитков, подаваемых в кафе, ресторане или баре. Виды меню в этом значении различны: в виде стендов, каталога, брошюр, публикации в Интернете, может распространяться в форме рекламы в специализированных изданиях и печатной рекламы. Дизайн меню с точки зрения эстетического наполнения в настоящее время эксперты относят к важнейшим преимуществам сервисной реальности.

Многие знаменитые художники работали над созданием парадных обедов конца XIX – начала XX века. Исследователи нашего времени проводят исследования, посвященные изучению меню парадных обедов. Так, например, Е.А. Савинова проанализировала меню знатных обедов для коронационных обедов в Кремле, парадных полковых обедов, неофициальных, дружеских обедов по эскизам художника-акварелиста Альберта Николаевича Бенуа [13]. Проекты этих меню хранятся в фондах Государственного исторического музея, Третьяковской галереи, Русского музея, Музея истории Санкт-Петербурга.

Следующий компонент схемы «фуд-дизайн» – кейтеринг (англ. catering; от cater «поставлять провизию»). Обратим внимание, что дизайн среды в ситуации кейтеринга, целесообразно рассматривать как событийный кейтеринг. При этом отметим, что основным интересом промышленного дизайнера стало получение удовлетворенности пользователя. Одним из примеров такого интереса является изучение культурной среды общества, и того, как культура влияет на поведение пользователя, принятие продукта и эмоциональные реакции на продукт. В учебных планах Краснодарского государственного института культуры при подготовке дизайнеров-магистров выполняются учебные проекты по созданию средового события. В этом плане рассмотрим проект автора статьи «Фестиваль сыра Сулугуни». Вдохновило на разработку проекта автора статьи то, что «Сули» и «Гули» – в переводе с грузинского – «душа» и «сердце». Один из самых любимых и популярных грузинских сыров называется сулугуни. Сулугуни насчитывает десятки разновидностей, рецепт зависит от региона: сулугуни аджарский, кахетинский, мингрельский. Вкусы зависят от особенностей природно-климатических условий в регионе. Грузинские сыры внесены в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Это значит, что рецепты их приготовления – исконно грузинские и не заимствованы у европейских сыроделов. В основу разработки

дизайнерского проекта «Фестиваль сыра сулугуни» положена легенда о любви Этериани¹. Сыру посвящают значительное количество мероприятий. Так, в Тбилисском этнографическом музее каждую осень проходит фестиваль сыра, на который приезжают производители со всей Грузии, из Армении и Азербайджана. Примечательно, что в музее представлена экспозиция «20 веков грузинского сыра».

Рассматривая региональную кухню на примере Дальнего Востока как фактор гастрономического туризма, В.Г. Ден и Г.А. Гомилевская отмечают, что гастрономический компонент должен обладать уникальными чертами (аутентичность, местное производство продуктов, блюда из исключительно характерных для региона ингредиентов) [14].

Процессуальный фуд-дизайн существует в интеграции с предметным, в рамках которого может проводиться сценарное проектирование для организации и проведения различных мероприятий (свадеб, дегустаций, корпоративных и деловых встреч и т. п.). Сам процесс приема пищи уже говорит о том, что ситуация постоянно изменяется: одни блюда исчезают, другие появляются, постоянно меняется и сервировка стола. Прием пищи часто сопровождается активным общением участников между собой. Поэтому очень важную роль здесь играет временная компонента. Должна быть продумана организация всего процесса вплоть до последовательной смены материально-предметной среды, в которой происходит мероприятие. Это могут быть материально-предметные пространства, создающие различные образы с использованием интерактивных средств или без таковых. Особое место занимают театрализованные представления, связанные с процессами питания.

Дизайн проект предметного комплекса для событийного кейтеринга в рамках фестиваля адыгейского сыра



Рисунок 2. Дизайн-проект предметного комплекса для событийного кейтеринга в рамках фестиваля адыгейского сыра

¹ Сказания и легенды. Содержание – Этериани <https://www.booklot.org/genre/starinnaya-literatura/mifyi-legendyi-epos/book/skazaniya-i-legendyi/content/3546321-eteriani/> (Дата обращения: 10.12.2018).

Дизайн среды способен воплощать весьма высокие ценностные ориентиры и быть «способным в образах проектируемой среды воспроизводить прообразы высокой социальной культуры» [15]. Форме в дизайне среды событийного кейтеринга отводится одна из ключевых функций. А.Я. Флиер в статье «Форма культурная» дает следующее ее определение: «Совокупность наблюдаемых признаков и черт всякого культурного объекта (явления), отражающих его утилитарные и символические функции, на основании которых производится его идентификация и атрибуция» [16]. Рассмотрим в качестве примера дизайн-проект предметного комплекса для событийного кейтеринга в рамках гастрономического фестиваля (рис. 2).

Принимая за основу проекта событийного кейтеринга «Фестиваль адыгейского сыра» форму круга, сошлемся на мнение У. Хогарта по поводу прямых линий и круглых линий. «Следует заметить, что прямые линии отличаются друг от друга только длиной и поэтому наименее декоративны» [17]. И еще одна цитата: «Поэтам это известно так же, как и художникам; не раз поэты описывали своенравные колечки кудрей, колеблемые ветром» [17].

За основу дизайн-проекта предметного комплекса взята геометрическая форма «Волшебный круг». Согласно схеме «Волшебного круга», круг разрезается на части как показано на рис. 3. Ориентиром служит центр круга. Получается 4 равных треугольника, остальные части попарно равны между собой, похожие на фигуры треугольной формы (сегменты), имеющие закругленную сторону.

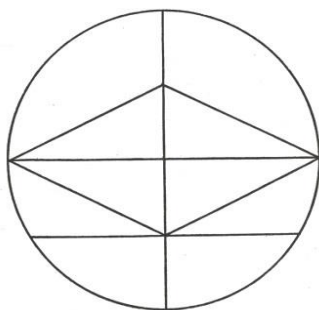


Рисунок 3. Схема геометрической формы «Волшебный круг»

Выбор формы круга для реализации дизайн-проекта обусловлен рядом факторов. Подчеркнем то, что в словаре символов *круг* имеет следующее толкование: «Круг. Универсальный символ. Означает целостность, непрерывность, первоначальное совершенство. Округлость священна как наиболее естественное состояние, содержащее самость, неявленное, бесконечное, вечность» [18]. Обратимся к образу «Круглого стола» раннего средневековья, возникшего в цикле романов о короле Артуре и «рыцарях Круглого стола». В одном из романов описано, как волшебник Мерлин, советник вождя бриттов Утера (отца Артура), излагает ему мысль о создании рыцарского ордена Круглого стола. Рыцарям на пирах у короля полагалось сидеть за круглым столом, во избежание споров о худшем и лучшем месте. В Большом зале Винчестерского замка, построенного в XVIII в. предусмотрено 24 мест для участников пира. Таким образом, вдохновившись универсальной символикой круга и литературным воплощением формы круглого стола для пиршеств, мы приняли решение о форме «круг» для дизайн-проекта событийного кейтеринга, посвященного Фестивалю Адыгейского сыра. И, доводя цепочку рассуждений до логического конца, отметим, что «головка» сыра тоже традиционно имеет форму круга.

Рассмотрим кластер «фуд-дизайн» – атмосфера. Термин «атмосфера» в переносном значении означает *окружающие условия, обстановка*. В экспериментальном исследовании автора, проведенном в 2009 г., рассматривались представления о сервисной реальности в обыденном сознании через призму понятия «ресторан». Применялась методика

«Неоконченные предложения». Испытуемым было предложено пять раз завершить предложение «Ресторан – это...». Эксперимент проведен в Магнитогорском государственном университете на трех факультетах: экономики и управления, психологическом и педагогики начального образования. Всего опрошено 189 студентов 4-го курса, из них 120 женщин и 69 мужчин. Для обработки результатов применен метод кластерного анализа. Выделены следующие кластеры: атмосфера (общение, музыка, интерьер, концепция), кухня (меню), сервис (шеф-повар, официант, посуда), цены, бизнес. Сумма выделенных показателей не равна ста процентам, поскольку в ряде случаев испытуемые в одном ответе выделяли несколько факторов. Например, *сервис и бизнес*.

«Процентное соотношение выделенных кластеров представлено следующим образом: атмосфера – 52,1 % самый высокий показатель. Этот показатель нашел отражение в следующих высказываниях испытуемых: где можно вспомнить все хорошее (для души); публичное заведение с культурными ценностями; место, куда можно пойти в вечернем платье; сочетание вкуса и образа жизни; мир, в котором есть какие-то свои тайны; место, где можно почувствовать себя настоящей женщиной; красивая сервировка; приятная обстановка; живая музыка; всегда красиво; там можно отметить сдачу сессии (если сдал)» [19].

На современном этапе развития наук атмосферу заведения гастрономического типа целесообразно рассматривать через понятие «софт-дизайн». Определимся с понятием «софт-дизайн». Термин «софт» в русском языке образован от английского слова *soft*, которое, в свою очередь, соответствует термину «*software*» – программное обеспечение, в отличие от компьютерного железа (какое можно потрогать) – «*hardware*». По аналогии с компьютерным софтом, образуется *софт-дизайн* применительно к гастрономической сфере. Атмосферу, применительно к гастрономической культуре, сервисной реальности будем понимать как софт, порождаемый запахом, вкусом, впечатлениями в целом. И обедать является сама душа, и возникает атмосфера, порождающая впечатления, перерастающие в культурную память. Дж. Пайн, Дж.Х. Гилмор совершенно справедливо подметили, что что сегодня потребитель выше ценности товаров и услуг ставит впечатления от них: «как люди экономят на товарах, чтобы купить больше услуг, так они экономят время и средства на услуги, чтобы приобрести более ценные для них впечатления» [20].

Н. Михалков в предисловии к книге «Душа обедает сама» пишет: «Потому что главное, что унаследовали мы от тех славных лет, так это радость предвкушения трапезы, суэта подготовки к ней, мечты о предстоящем общении с любимыми и друзьями. И всегда – надежда, что сегодня-то точно будет лучше, чем вчера. Отсюда – наш незначительный обеденный размах, мера которому – совсем не недостаток, а, как уже сказал знакомец Пушкина, душа»². С. Капур рассуждает о гастрономическом опыте: «Мы все обладаем зрением, обонянием, осязанием (воспринимаем текстуру и температуру), слухом и вкусом. Они неотъемлемы от нашего гастрономического опыта...» [21].

За заслуги в исследовании физиологических процессов пищеварения академику И.П. Павлову в 1904 г. была присуждена Нобелевская премия в сфере медицины. И.П. Павлов выступил с докладом в 1902 г. по результатам своих исследований и в 1910 г. в Лондоне была выпущена его работа под названием «Функции пищеварительных желез». Интересен так же и тот факт, что академик отмечал гедонистические чувства как составляющие еды.

В свое время, размышляя о вкусах, И. Кант предпринимал попытки соединить физиологические реакции и моральные качества личности. А. Хеллер в статье «Иммануил Кант

² Душа обедает сама... Обед в русской культуре конца XVIII – начала XX века / Сост. альбома и авт. ком. М.А. Бубчикова, М.В. Фалалеева, Е.П. Смирнова. М.: Издательский дом «Сибирский цирюльник», Изд-во «Пинакотека». 2005. 336 с.

приглашает на обед» приводит интересные мысли философа о наслаждении длительной трапезой мыслителя с друзьями [22].

Значительный интерес представляет работа А.И. Костяева «Вкусовые метафоры и образы в культуре» [23]. Автор устанавливает связь между вкусовыми ощущениями и процессом осмысления мира. Феномен вкуса представлен на основе мнений Г. Гегеля, М. де Унамуно, Х. Ортеги-и-Гассета, Х. Борхеса, У. Эко и др. особое внимание А.И. Костяев уделяет вкусовым предпочтениям русского человека на основе особенностей русской культуры.

Отметим, что ученые из Рурского университета в старинном немецком г. Бохум диагностировали участок мозга, связанный с «эффектом Пруста» – способностью ассоциировать запахи с воспоминаниями. Университетские исследователи полагают, что главная роль в процессе принадлежит пириформной коре – части обонятельного мозга. Таким образом, в фуд-дизайне важной составляющей являются вкус и запах пищи.

Переходя к выводам, отметим, что эстетическому фактору в «фуд-дизайне» принадлежит важная роль на основании того, что гастрономическое (пища, еда) носит характер гастрономически-духовного, что находит отражение в культуре. Фуд-дизайн целесообразно представить такими основополагающими составляющими, как: кухня, зал, меню, кейтеринг, атмосфера. В выделенных кластерах находят отражение эстетические компоненты, связанные с принятием пищи в различных формах организации (пирах, банкетах, кейтеринге и др.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Капкан М.В. Феномен гастрономической культуры: специфика форм репрезентации (на примере России XIX–XX веков). Екатеринбург, 2010. Автореф. дис. ... канд. культурологии. 26 с.
2. Степанов А.В., Чувашов А.С. Фуд-дизайн: социальные, эстетические и образовательные перспективы // Наука и современность. 2017. № 2(12). С. 56.
3. Филимонов В.С. Обед. Поэма (Нарва, 1832).
4. В.С. Филимонов «Я не в Аркадии, в Москве рождён». М., 1988.
5. Воронина Т.А. Традиция в пище русских на рубеже XX–XXI веков / Т.А. Воронина // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. – Москва: Наука, 2001. С. 43.
6. Соловьева С.А. Гастрономическая культура как ресурс наследия // Национальное культурное наследие России: региональный аспект. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией С.В. Соловьевой. 2017. Самара, 29 марта 2017 г. С. 231.
7. Боб Холмс. Вкус: Наука о самом малоизученном человеческом чувстве. М.: Альпина Пабlishер, 2017. С. 4.
8. 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 июня. 2017. С. 148.

9. Кириленко С.А. Особенности символизации пищи в современном обществе. URL: http://www.redyar.samara.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=422&Itemid=382 (дата обращения: 10.02.2019).
10. Трухина Ю., Владимирова О.Г. Обзор ресторанов, оформленных в готическом стиле / Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма. Материалы первой научной студенческой конференции. Орёл. 18–22 февраля 2013 г. С. 193–197.
11. Волчкова И., Нейфельд А. Современные тенденции оформления банкетных столов / Инновации в индустрии питания и сервиса. Материалы научно-практической конференции. Калининград, 15 апреля 2016 г. С. 51–54.
12. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. М.: Астрель, АСТ, 2006. 256 с.
13. Савинова Е.А. Меню знатных обедов по эскизам Альберта Николаевича Бенуа // Научные труды. 2015. № 32. С. 118–130.
14. Ден В.Г., Гомилевская Г.А. Дальневосточная кухня как фактор развития гастрономического туризма // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона и стран АТР: материалы междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей. Владивосток: ВГУЭС, 2017. С. 127–132.
15. Генисаретский О.И. Дизайн, городская среда и проектная культура // Дизайн и город. – М.: ВНИИТЭ, 1988. С. 25.
16. Флиер А.Я. Форма культурная // Культурология. XX век. Словарь. СПб., 1997. С. 499.
17. Хогарт У. Анализ красоты / пер. с англ. / вступ. ст. и прим. М.П. Алексеева; 2-е изд., испр. и доп. Л.: Искусство, 1987. 254 с. С. 138.
18. Купер Дж. Энциклопедия символов. Серия «Символы». Книга IV. М., 1995. Ассоциация Духовного Единения "Золотой Век". С. 160.
19. Мусийчук В.В. Представление о сервисной реальности в обыденном сознании и процессе подготовки специалистов сервиса // Ананьевские чтения – 2009: современная психология: методология, парадигмы, теория. Материалы научно-практической конференции 20–22 октября 2009 года Выпуск II. Методологический анализ теорий, исследований и практики в различных областях психологии. С. 354–356.
20. Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. – М.: Издательство «Вильямс», 2005. С. 11.
21. Капур Сибил. Вид. Запах. Ощущение. Вкус. Звук. Новый путь в искусстве кулинарии / Пер. с англ. О. Ивенской. М.: Эксмо. 2019. 239 с.
22. Хеллер А. Иммануил Кант приглашает на обед // Вопросы философии. 1992. № 11. С. 129–138.
23. Костяев А.И. Вкусовые метафоры и образы в культуре. М.: Изд-во ЛКИ. 2007. 160 с.

Musiychuk Vladimir Vasilievich

Krasnodar state institute of culture, Krasnodar, Russia
E-mail: gektor174@gmail.com

Food design as a symbiosis of aesthetic components in gastronomic culture

Abstract. The relevance of the problem of food design as a symbiosis of aesthetic components in culture is due to a number of provisions: the wide spread of gastro-tourism, a new form of acquaintance with cuisine as a cultural component of different peoples; historical variability of the norms of gastronomic culture and forms of representation of service reality. Food design is undergoing a process of dynamic growth and significant transformations. It is shown that the main purpose of food design is to harmonize the subject being as the basis of spiritual components of service reality.

The novelty of the author's approach lies in the conceptual development of the concept of "food design". Food design should be represented by such basic components as: kitchen, hall, menu, catering and soft design. A number of clusters are highlighted. Cluster "kitchen" – as an object of industrial design of cooking equipment and kitchen facilities; cluster "hall" – interior design, as a room for eating, depending on the nature of the food, the subject of the feast, conditions, place and time of its eating, furniture, design and serving of the Banquet table (dishes. Cutlery in the styles – techno-style, fusion, eco-style, glamour, black and white chic, white etude with gilding, floral waltz, fresh spring Provence, etc.), interior design is developed in accordance with the gastronomic concept (Baroque and Rococo, Japanese style, loft, high tech, etc.); cluster "menu" – as a graphic design (types of menus are different: in the form of stands, catalogues, brochures, publications on the Internet, can be distributed in the form of advertising in specialized publications, etc. print advertising, etc.); the design of the environment in a catering situation, it is advisable to consider as event catering.

The article describes the author's project of event catering on the example of the "Festival of Adygea cheese". This example illustrates the symbiosis of aesthetic components in food design as part of a gastronomic culture.

Keywords: food design; soft design; catering; gastronomy; menu; gastronomic culture; service reality

REFERENCES

1. Kapkan M.V. (2010). Fenomen gastronomicheskoy kul'tury: spetsifika form reprezentatsii (na primere Rossii XIX–XX vekov). [*The phenomenon of gastronomic culture: the specifics of the forms of representation (on the example of Russia of the XIX–XX centuries).*] Yekaterinburg, p. 26.
2. Stepanov A.V., Chuvashov A.S. (2017). Food design: social, aesthetic and educational prospects. *Science and Modernity*, 2(12), p. 56 (in Russian).
3. Filimonov V.S. (1832). Obed. Poehma. [*Dinner. Poem.*] Narva.
4. Filimonov V.S. (1988). Ya ne v Arkadii, v Moskve rozhdyon. [*I'm not in Arcadia, born in Moscow.*] Moscow.
5. Voronina T.A. (2001). Traditsiya v pishche russkikh na rubezhe XX–XXI vekov. [*Tradition in Russian food at the turn of the XX–XXI centuries.*] Moscow: Science, p. 43.
6. Solov'eva S.A. (2017). Gastronomicheskaya kul'tura kak resurs naslediya. Ed. by S.V. Solov'eva. [*Gastronomic culture as a heritage resource.*] Samara, p. 231.

7. Bob Kholms (2017). *Vkus: Nauka o samom maloizuchennom chelovecheskom chuvstve. [Taste: The science of the least studied human feeling.]* Moscow: Alpina Publisher, p. 4.
8. Chuvashov A. (2017). *Fud-dizayn i ego strukturnaya skhema. [Food design and its structural scheme.]* Omsk, p. 148.
9. Redyar Samara. (n.d.). *Kirilenko S.A. Features of food symbolization in modern society.* [online] Available at: http://www.redyar.samara.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=422&Itemid=382 (in Russian) [Accessed 10.02.2019].
10. Trukhina Yu., Vladimirova O.G. (2013). *Obzor restoranov, oformlennykh v goticheskom stile. [Overview of Gothic-style restaurants.]* Eagle, pp. 193–197.
11. Volchkova I., Neyfel'd A. (2016). *Sovremennye tendentsii oformleniya banketnykh stolov. [Modern trends in the design of banquet tables.]* Kaliningrad, pp. 51–54.
12. Tuehmlou Eh. (2006). *Graficheskiy dizayn: firmennyy stil', noveyshie tekhnologii i kreativnye idei. [Graphic Design: Corporate Identity, Latest Technology and Creative Ideas.]* Moscow: Astrel, AST, p. 256.
13. Savinova E.A. (2015). *Menu of distinguished dinners based on sketches of Albert N. Benoit. Scientific works, 32, pp. 118–130 (in Russian).*
14. Den V.G., Gomilevskaya G.A. (2017). *Dal'nevostochnaya kukhnya kak faktor razvitiya gastronomicheskogo turizma. [Far Eastern cuisine as a factor in the development of gastronomic tourism.]* Vladivostok: Vladivostok State University of Economics and Service, pp. 127–132.
15. Genisaretskiy O.I. (1988). *Dizayn, gorodskaya sreda i proektnaya kul'tura. [Design, urban environment and design culture.]* Moscow: All-Russian Research Institute of Technical Aesthetics, p. 25.
16. Flier A.Ya. (1997). *Forma kul'turnaya. [Cultural form.]* Saint Petersburg, p. 499.
17. Khogart U. (19877). *Beauty Analysis.* [Russ. ed.: *Analiz krasoty.* Ed. by M.P. Alekseev. Leningrad: Art, p. 254, p. 138].
18. Kuper Dzh. (1995). *Ehntsiklopediya simvolov. Seriya «Simvoly». Kniga IV. [Encyclopedia of characters. Series "Symbols". Book IV.]* Moscow: Association of Spiritual Unity "Golden Age", p. 160.
19. Musiychuk V.V. (2009). *Predstavlenie o servisnoy real'nosti v obydennom soznanii i protsesse podgotovki spetsialistov servisa. [The idea of service reality in the ordinary mind and the process of training service specialists.]* pp. 354–356.
20. Payn Dzh., Gilmor Dzh. (2005). *Ehkonomika vpechatleniy. [Economy of impressions.]* Moscow: Williams Publishing House, p. 11.
21. Kapur Sibil (2019). *View. Smell. Sensation. Taste. Sound. A new path in the art of cooking.* [Russ. ed.: *Vid. Zapakh. Oshchushchenie. Vkus. Zvuk. Novyy put' v iskusstve kulinarii.* Authorized transl. by O. Ivenskaya. Moscow: Exmo, p. 239].
22. Kheller A. (1992). *Immanuel Kant invites to dinner. Questions of Philosophy, 11, pp. 129–138 (in Russian).*
23. Kostyaev A.I. (2007). *Vkusovye metafory i obrazy v kul'ture. [Taste metaphors and images in culture.]* Moscow: LKI Publishing House, p. 160.