

Визуальная ассоциация, эмоциональное воздействие и аутентичность в фуд дизайне в современной гастрономии

Анастасия В. Копылова ¹	tasyta7@ya.ru	 0000-0001-9700-8989
Дарья В. Гурова ¹	gurovadv@mail.ru	 0009-0000-3500-7323
Анна Д. Мартынович ¹	martynovich.anya@mail.ru	

¹ Новосибирский государственный технический университет, пр-т К.Маркса, 20, г. Новосибирск, 630073, Россия

Аннотация. В статье изучено, как сохранение традиционных ценностей и их интерпретация в современном ключе способствует созданию пищевых концепций, соответствующих желаниям и ожиданиям современного потребителя, роль визуального аспекта в создании эмоционального воздействия на потребителя через особенности цветовых сочетаний, текстурных контрастов и композиционных приемов в кулинарном дизайне. Методами исследования являются проведение эксперимента по применению фуд дизайна на традиционном блюде «Том Ям» и опрос аудитории 18–24 лет в количестве 40 человек. Респондентам были заданы вопросы, связанные с их ассоциативными навыками в области общественного питания, актуальности и необходимости применения фуд дизайна. Исследование показывает, что гастрономический рынок постоянно меняется и развивается под влиянием новых тенденций, требований и ожиданий потребителей, гибкость в адаптации и инновации играет важную роль для успешных кулинарных проектов. Исследование фокусируется на важности визуальной привлекательности блюд как на факторе, влияющем на восприятие вкуса и общее эмоциональное впечатление от потребления. Результаты исследования позволяют лучше понять важность визуальной составляющей в фуд дизайне и ее влияние на потребительский выбор. Выявлено, что привлекательная визуальная компонента блюда имеет прямое отражение на восприятии его вкусовых качеств и общее эмоциональное впечатление от потребления блюд. Цветовые сочетания играют ключевую роль в формировании ассоциаций и эмоциональных реакций у потребителей, а текстурные контрасты в кулинарном дизайне могут значительно повысить привлекательность и интерес к блюду.

Ключевые слова: фуд дизайн, потребительское поведение, эмоциональное восприятие, гастрономическая культура, аутентичность, гастрономия, культура питания, современная кулинария.

Visual association, emotional impact, and authenticity in food design in modern gastronomy

Anastasia V. Kopylova ¹	tasyta7@ya.ru	 0000-0001-9700-8989
Daria V. Gurova ¹	gurovadv@mail.ru	 0009-0000-3500-7323
Anna D. Martynovich ¹	martynovich.anya@mail.ru	

¹ Novosibirsk State Technical University, K. Marx Ave., 20, Novosibirsk, 630073, Russia

Abstract. The article examines how the preservation of traditional values and their interpretation in a modern way contributes to the creation of food concepts that meet the desires and expectations of the modern consumer, the role of the visual aspect in creating an emotional impact on the consumer through the features of color combinations, textural contrasts and compositional techniques in culinary design. The research methods include conducting an experiment on the use of food design on the traditional dish “Tom Yam” and surveying an audience of 18–24 years old in the amount of 40 people. The respondents were asked questions related to their associative skills in the field of catering, the relevance and need for the use of food design. The study shows that the gastronomic market is constantly changing and evolving under the influence of new trends, consumer demands and expectations, flexibility in adaptation and innovation plays an important role for successful culinary projects. The study focuses on the importance of food visual appeal as a factor influencing taste perception and overall emotional consumption experience. The results of the study allow us to better understand the importance of the visual component in food design and its impact on consumer choice. It was revealed that the attractive visual component of a dish has a direct reflection on the perception of its taste and the overall emotional impression of consuming the dish. Color combinations play a key role in shaping associations and emotional responses among consumers, and textural contrasts in culinary design can significantly enhance the appeal and interest of a dish.

Keywords: food design, consumer behavior, emotional perception, gastronomic culture, authenticity, gastronomy, food culture, modern cooking..

Введение

В связи с постоянным развитием индустрии питания и повышенной конкуренцией на рынке, вопрос совершенствования маркетинговой политики становится все более актуальным для предприятий этой отрасли. В данном контексте одним из ключевых инструментов, способствующим привлечению потребителей и укреплению позиций компаний, является фуд дизайн. Он раскрывает возможности визуального представления

продукции, подчеркивает индивидуальность бренда и способствует формированию потребительских предпочтений.

Фуд дизайн переживает процесс значительных трансформаций, появляется все больше инструментов влияния на психику человека и ее возбуждение, однако, потребителю наиболее важно оставаться в гармонии, безопасности и познавать самого себя через ту пищу, которую он потребляет [1]. Здесь фокус переходит на новое понятие «аутентичности». Слово года

Для цитирования

Копылова А.В., Гурова Д.В., Мартынович А.Д. Визуальная ассоциация, эмоциональное воздействие и аутентичность в фуд дизайне в современной гастрономии // Вестник ВГУИТ. 2024. Т. 86. № 2. С. 107–122. doi:10.20914/2310-1202-2024-2-107-112

For citation

Kopylova A.V., Gurova D.V., Martynovich A.D. Visual association, emotional impact, and authenticity in food design in modern gastronomy. Vestnik VGUIT [Proceedings of VSUET]. 2024. vol. 86. no. 2. pp. 107–112. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2024-2-107-112

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

по версии словаря Merriam-Webster's – «аутентичность» – максимально часто встречалось в 2023 году на поварских симпозиумах и конгрессах. В самом словаре это понятие определяется как связанное с идентичностью, будь то национальная или личная. Этот тренд подтверждается ресторанным опытом, где потребители все больше ценят происхождение и аутентичность блюд и готовы платить больше за эти факторы. При разработке новых концепций необходимо сохранить традиционные ценности, интерпретировав их на языке современности, таким образом презентация блюда, его внешний вид отражает время, которому оно принадлежит [2].

При разработке фуд дизайна необходимо понимать, какую реальность ожидает потребитель, его ассоциации, предпочтения. Ключевыми составляющими фуд дизайна являются цвет, текстура и композиция, симбиоз которых позволяет разработать новые гастрономические решения. На психологическое восприятие также влияют музыкальное, тактильное и визуальное сопровождение [3].

По словам психолога Чарльза Спенса, сладкие вкусы ассоциируются с высокими нотами, такими как флейта или верхние октавы на рояле, глубокие басовые звуки могут усилить горькие вкусовые ощущения. Известные повара-экспериментаторы, такие как британец Хестон Блюменталь, используют звуковой дизайн для улучшения вкуса блюд [4].

Восприятие цвета остаётся индивидуальной реакцией, которая часто основана на личном опыте потребителя: стереотипы, детские ассоциации, эмпирический опыт, менталитет и культура [5].

Разнообразие текстур добавляет интерес и разнообразие в каждый кулинарный проект, обогащая не только визуальное и вкусовое восприятие, но и тактильные ощущения. Комбинируя различные текстуры в блюдах, шеф-повары могут добиться удивительного гармоничного сочетания вкуса, внешнего вида и тактильного ощущения. Текстуры играют ключевую роль в создании уникальных кулинарных шедевров, заставляют гостей оценить не только вкус и аромат блюда, но и его текстурное богатство и ощущения, которые оно вызывает.

Цель работы – выявление факторов в фуд дизайне, влияющих на восприятие и эмоциональное состояние потребителя того или иного вида продукции, сохраняющих ее аутентичность.

Материалы и методы

Материалами исследования являются аналитические данные опросов более 3000 жителей крупных городов России старше 18 лет.

Проанализировав данные системы автоматизации ресторанов Absolut POS, были выявлены популярные типы заведений, лидерами среди которых оказались рестораны смешанной и русской кухни (27,6% опрошенных) и рестораны азиатской кухни, включая суши-бары (19% опрошенных) [6]. Таким образом, современные технологические, вкусовые и визуальные решения паназиатской кухни привлекают потребителей, при этом паназиатская кухня – сборный экспортный вариант и полной аутентичности не предполагает, большей части опрошенных наиболее интересна традиционная русская кухня. На основе полученных данных возникает необходимость в поиске оптимального решения, которое закроет все вышеупомянутые потребности аудитории.

Методами исследования являются проведение эксперимента по применению фуд дизайна на традиционном блюде «Том Ям» и опрос аудитории 18–24 лет в количестве 40 человек. Респондентам были заданы вопросы, связанные с их ассоциативными навыками в области общественного питания, актуальности и необходимости применения фуд дизайна.

Результаты и обсуждение

За основу разрабатываемого продукта была взята рецептура супа «Том Ям» с заменой одного из ингредиентов [7]. Новая рецептура включает в себя сибирскую рыбу – судак (таблица 1).

В контексте аутентичности у разрабатываемого блюда потребитель ожидает пикантный яркий пряный вкус, свежесть, интенсивный аромат. Новый ингредиент не противоречит ассоциативному образу, возникающему в голове, напротив пробуждая интерес к его потреблению необычным технологическим решением. Путем адаптации блюд возможно создавать уникальные кулинарные комбинации, сочетающие в себе элементы различных кухонь – фьюжн [8].

В ходе опроса респондентам был задан вопрос о предпочитаемой текстуре блюд. Некоторые предпочитают хрустящие текстуры (69,2%) за их динамичность и игру контрастов, в то время как другие отдают предпочтение кремообразным текстурам (61,5%) за их легкость и воздушность (рисунок 1).

Проведенное исследование позволило выявить текстуры в блюдах чаще всего вызывающие негативные эмоции и нелюбовь у опрошенных: жидкая (38,5%) и рассыпчатая (35,9%) (рисунок 2).

Интересным аспектом исследования является описание реакций людей на различные нелюбимые текстуры, некоторые респонденты описывают их как причину отторжения блюда,

другие испытывают физическое неприятие в ответ на определенные текстуры. Важной частью описания результатов исследования является анализ причин, почему определенные текстуры вызывают негативные эмоции у опрошенных. Это могут быть как биологические особенности организма, так и психологические факторы [9].

Исследование взаимосвязи вкуса, формы и цвета направлено на выявление связи между визуальным восприятием пищи и ее вкусовыми характеристиками. Цвет и форма блюда может влиять на восприятие его вкуса и текстуры,

а также оказывать эмоциональное воздействие на потребителя. Для изучения ассоциации респондентам был задан перечень вопросов, на основе которого была составлена таблица 2 взаимосвязи трех аспектов.

Результаты исследование показали, чтобы повлиять на потребителя необходимо добиться таких цветовых сочетаний и форм, которые наиболее эффективно позволяют выстроить позитивный ассоциативный ряд к тому или иному блюду. Помимо этого, необходима работа с контрастами для усиления эмоций при потреблении блюд.

Таблица 1.

Рецептура супа «Том Ям» с добавлением судака

Table 1.

Recipe for Tom Yum soup with pike perch

Ингредиент Content	Расход ингредиентов на 1 порцию, г Consumption products per 1 serving, g	
	брутто gross	нетто net
Бульон рыбный Fish broth	300	300
Молоко кокосовое Coconut milk	100	100
Сорго лимонный стебель Lemongrassstem	10	10
Каффир-лаймлистья Kaffir lime leaves	5	5
Галангал или корень имбиря Galangal or ginger root	12	10
Перец чили Chili pepper	2	1
Перец сладкий Sweet pepper	10	7
Судакфилеочищенное Pike perch fillet cleaned	150	150
Грибы Шиитаке или шампиньоны свежие Shiitake mushrooms or fresh champignons	38	28
Соус рыбный тайский или соус соевый Thai fish sauce or soy sauce	20	20
Сахар коричневый Brown sugar	5	5
Чеснок Garlic	3	5
Масло растительное Oil	20	20
Масло кунжутное Sesame oil	5	5
Кинзасвежаяили лукзеленый Fresh cilantro or green onion	5	3
Крупа рисовая Rice groats	20	20
ВЫХОД DISH YIELD	500	

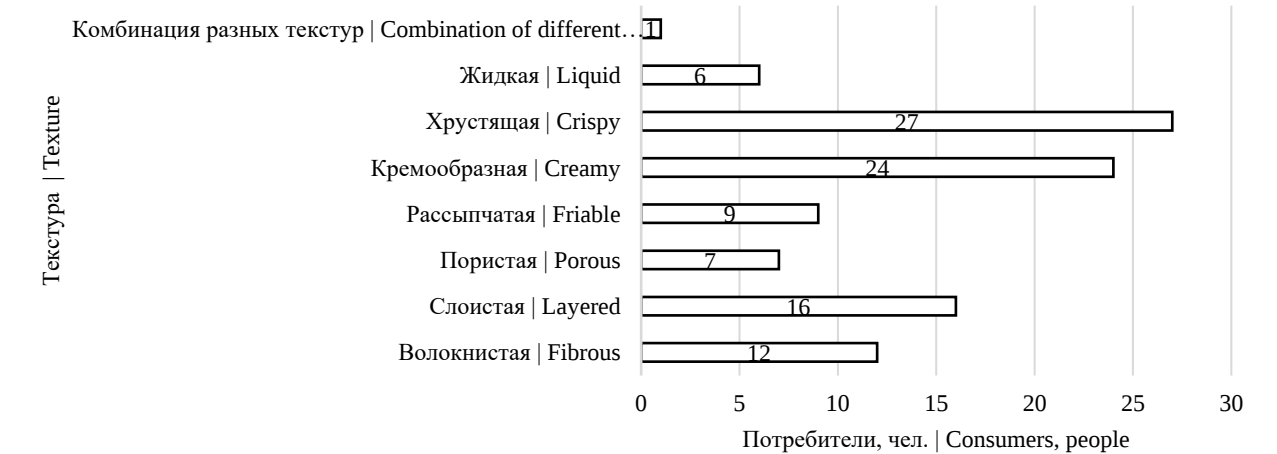


Рисунок 1. Результаты опроса потребителя на тему предпочитаемой текстуры блюд

Figure 1. Results of a consumer survey on preferred food texture

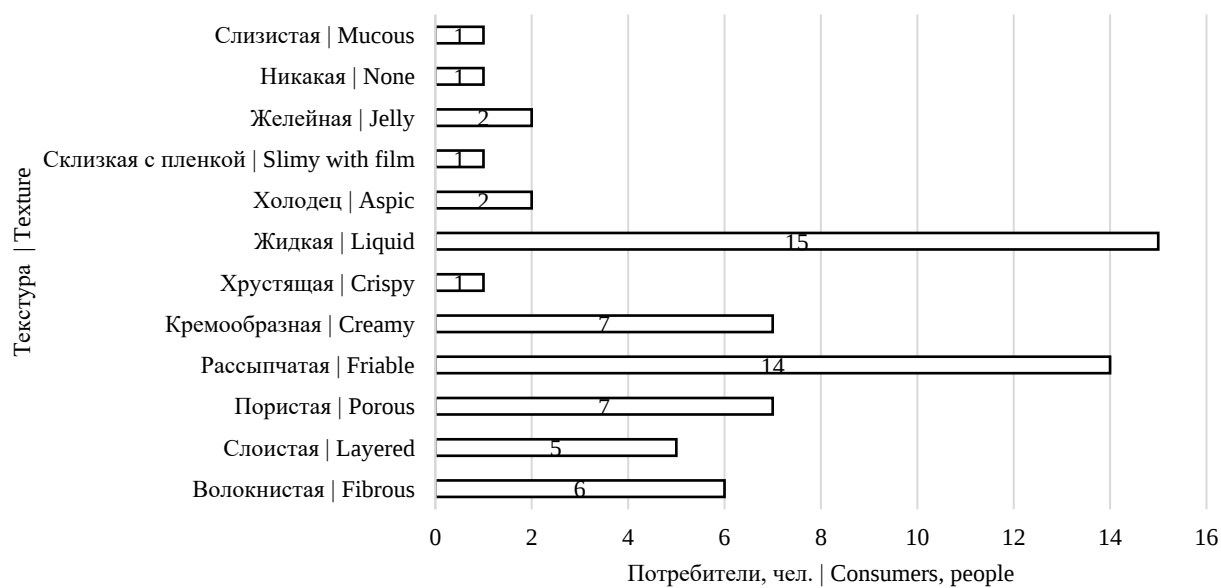


Рисунок 2. Результаты опроса потребителя на тему неприятной текстуры блюд
Figure 2. Results of a consumer survey on the topic of unpleasant food texture

Ассоциативное сравнения вкуса, формы и цвета блюд
Table 2. Associative comparison of taste, shape and color of dishes

Вкус Taste	Геометрическая фигура Geometric figure	Цвет Color
Кислый Sour	 (48,7%)	Желтый Yellow (69,2%)
Сладкий Sweet	 (61,5%)	Розовый Pink (74,4%)
Горький Bitter	 (35,9%)	Черный Black (74,4%)

Заклучение

Сохранение аутентичности в гастрономических предложениях позволяет сохранить наследие и традиции кулинарного искусства различных культур, делая опыт питания более глубоким и ценным. Одновременно с этим, эволюция фуд дизайна открывает возможности для экспериментов, инноваций и слияния различных кулинарных традиций для создания уникальных, современных блюд [10].

Фуд дизайн становится не только искусством приготовления пищи, но и способом коммуникации и создания связей между людьми через культуру и традиции, а глубокое изучение взаимосвязи между визуальным восприятием блюд и их вкусовыми качествами позволяет расширить данные горизонты [11].

Цветовая гамма, игра текстур и грамотно построенная композиция оказывают воздействие на восприятие пищи, формируя первое впечатление и влияя на уровень удовлетворенности в процессе потребления пищи, при этом в дизайне блюд следует учитывать не только визуальные аспекты, но и сохранять баланс между эстетикой и вкусом. Фуд дизайн не только отражает современные тенденции гастрономической индустрии, но и влияет на формирование культурных предпочтений и стереотипов, связанных с питанием.

Исследование имеет значение для пищевой индустрии, помогая разрабатывать новые продукты и улучшать существующие для соответствия вкусовым предпочтениям широкой аудитории.

Литература

- 1 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
- 2 Зачем шеф-повару фуд-дизайн? URL: <https://design-mate.ru>
- 3 Степанов А.В., Чувашов А.С. Фуд-дизайн: социальные, эстетические и образовательные перспективы // Наука и современность. 2017. № 2(12). С. 56.
- 4 Капур Сибил. Вид. Запах. Ощущение. Вкус. Звук. Новый путь в искусстве кулинарии; пер. с англ. М.: Эксмо, 2019. 239 с.
- 5 Норман Д. Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 497 с.
- 6 Самые популярные концепции общепита. URL: <https://www.retail.ru/news/samymi-populyarnymi-kontseptsiyami-obshchepita-v-rf-stali-fastfud-russkaya-i-aziatskaya-kukhnya>
- 7 Мглинца А.И., Ловачевой Г.И., Алексина Л.М. и др. Справочник технолога общественного питания. М.: Колос, 2000. 410 с.
- 8 Bordewijk M., Schifferstein H.N.J. The specifics of food design: Insights from professional design practice // International Journal of Food Design. 2020. V. 4. №. 2. P. 101-138. doi: 10.1386/ijfd_00001_1
- 9 Соловьева С.А. Гастрономическая культура как ресурс наследия // Национальное культурное наследие России: региональный аспект: материалы V Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 224-232.
- 10 Schifferstein H.N.J. Supporting food design with consumer research: from inspiration and validation to participation and integration // Current Opinion in Food Science. 2023. P. 101020. doi: 10.1016/j.cofs.2023.101020
- 11 Aguilera J.M. Rational food design and food microstructure // Trends in Food Science & Technology. 2022. V. 122. P. 256-264. doi: 10.1016/j.tifs.2022.02.006
- 12 Мусийчук В.В. Фуд-дизайн как симбиоз эстетических компонентов в гастрономической культуре // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. Т. 11. №. 2. С. 7-7.
- 13 Крапива Т.В., Маюрникова Л.А. Обзор современных трендов индустрии питания в России // Актуальные направления научных исследований: технологии, качество и безопасность. 2020. С. 50-52.
- 14 Шумилова А.Д., Николаева Т.А., Головачева О.В. Современные тенденции в индустрии общественного питания // StudNet. 2020. V. 3. №. 12. P. 591-604.
- 15 Massa A., Arboleya J.C., Castillo F., Axpe E. et al. Structure design for gastronomy applications // Food Structure Engineering and Design for Improved Nutrition, Health and Well-Being. Academic Press, 2023. P. 139-155.
- 16 Pérez-Rodrigo C., Aranceta-Bartrina J. Role of gastronomy and new technologies in shaping healthy diets // Gastronomy and food science. Academic Press, 2021. P. 19-34.
- 17 Božić A., Milošević S. Contemporary trends in the restaurant industry and gastronomy // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2021. V. 45. №. 5. P. 905-907.
- 18 Godoi F.C., Prakash S., Bhandari B.R. 3d printing technologies applied for food design: Status and prospects // Journal of Food Engineering. 2016. V. 179. P. 44-54.
- 19 Yu P., Low M.Y., Zhou W. Design of experiments and regression modelling in food flavour and sensory analysis: A review // Trends in Food Science & Technology. 2018. V. 71. P. 202-215.
- 20 Vanderroost M., Ragaert P., Devlieghere F., De Meulenaer B. et al. Intelligent food packaging: The next generation // Trends in food science & technology. 2014. V. 39. №. 1. P. 47-62.

References

- 1 Kirilenko S.A. Features of food symbolization in modern society. Available at: http://www.redyar.samara.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=422&Itemid=382
- 2 Why does a chef need food design? Available at: <https://design-mate.ru>
- 3 Stepanov A.V., Chuvashov A.S. Food design: social, aesthetic and educational perspectives. Science and modernity. 2017. no. 2(12). pp. 56. (in Russian).
- 4 Kapoor Sybil. View. Smell. Feeling. Taste. Sound. A new path in the art of cooking. M., Eksmo, 2019. 239 p. (in Russian).
- 5 Norman D. Design of familiar things. M., Mann, Ivanov and Ferber, 2018. 497 p. (in Russian).
- 6 The most popular catering concepts. Available at: <https://www.retail.ru/news/samymi-populyarnymi-kontseptsiyami-obshchepita-v-rf-stali-fastfud-russkaya-i-aziatskaya-kukhnya> (in Russian).
- 7 Mglintsa A.I., Lovachevoy G.I., Aleksina L.M. et al. Directory of public catering technologist. M., Kolos, 2000. 410 p. (in Russian).
- 8 Bordewijk M., Schifferstein H.N.J. The specifics of food design: Insights from professional design practice. International Journal of Food Design. 2020. vol. 4. no. 2. pp. 101-138. doi: 10.1386/ijfd_00001_1
- 9 Solovyova S.A. Gastronomic culture as a heritage resource. National cultural heritage of Russia: regional aspect: materials of the V All-Russian scientific and practical conference. 2017. pp. 224-232. (in Russian).
- 10 Schifferstein H.N.J. Supporting food design with consumer research: from inspiration and validation to participation and integration. Current Opinion in Food Science. 2023. pp. 101020. doi: 10.1016/j.cofs.2023.101020
- 11 Aguilera J.M. Rational food design and food microstructure. Trends in Food Science & Technology. 2022. vol. 122. pp. 256-264. doi: 10.1016/j.tifs.2022.02.006
- 12 Musiychuk V.V. Food design as a symbiosis of aesthetic components in gastronomic culture. World of Science. Sociology, philology, cultural studies. 2020. vol. 11. no. 2. pp. 7-7. (in Russian).
- 13 Nettle T.V., Mayurnikova L.A. Review of modern trends in the food industry in Russia. Current directions of scientific research: technology, quality and safety. 2020. pp. 50-52. (in Russian).

- 14 Shumilova A.D., Nikolaeva T.A., Golovacheva O.V. Current trends in the catering industry. StudNet. 2020. vol. 3. no. 12. pp. 591-604. (in Russian).
- 15 Massa A., Arbolea J.C., Castillo F., Axpe E. et al. Structure design for gastronomy applications. Food Structure Engineering and Design for Improved Nutrition, Health and Well-Being. Academic Press, 2023. pp. 139-155.
- 16 Pérez-Rodrigo C., Aranceta-Bartrina J. Role of gastronomy and new technologies in shaping healthy diets. Gastronomy and food science. Academic Press, 2021. pp. 19-34.
- 17 Božić A., Milošević S. Contemporary trends in the restaurant industry and gastronomy. Journal of Hospitality & Tourism Research. 2021. vol. 45. no. 5. pp. 905-907.
- 18 Godoi F.C., Prakash S., Bhandari B.R. 3d printing technologies applied for food design: Status and prospects. Journal of Food Engineering. 2016. vol. 179. pp. 44-54.
- 19 Yu P., Low M.Y., Zhou W. Design of experiments and regression modelling in food flavour and sensory analysis: A review. Trends in Food Science & Technology. 2018. vol. 71. pp. 202-215.
- 20 Vanderroost M., Ragaert P., Devlieghere F., De Meulenaer B. et al. Intelligent food packaging: The next generation. Trends in food science & technology. 2014. vol. 39. no. 1. pp. 47-62.

Сведения об авторах

Анастасия В. Копылова к.т.н., доцент, кафедра технологии и организации пищевых производств, Новосибирский государственный технический университет, пр-т К.Маркса, 20, г. Новосибирск, 630073, Россия, tasyta7@ya.ru
 <https://orcid.org/0000-0001-9700-8989>

Дарья В. Гурова ассистент, кафедра технологии и организации пищевых производств, Новосибирский государственный технический университет, пр-т К.Маркса, 20, г. Новосибирск, 630073, Россия, gurovadv@mail.ru
 <https://orcid.org/0009-0000-3500-7323>

Анна Д. Мартынович магистр, кафедра технологии и организации пищевых производств, Новосибирский государственный технический университет, пр-т К.Маркса, 20, г. Новосибирск, 630073, Россия, martynovich.anya@mail.ru

Вклад авторов

Все авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут ответственность за плагиат

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about authors

Anastasia V. Kopylova Ph.D., Associate Professor, technology and organization of food production department, Voronezh State University of Engineering Technologies, K. Marx Ave., 20, Novosibirsk, 630073, Russia, Russia, tasyta7@ya.ru
 <https://orcid.org/0000-0001-9700-8989>

Daria V. Gurova assistant, technology and organization of food production department, Novosibirsk State Technical University, K. Marx Ave., 20, Novosibirsk, 630073, Russia, gurovadv@mail.ru
 <https://orcid.org/0009-0000-3500-7323>

Anna D. Martynovich master, technology and organization of food production department, Novosibirsk State Technical University, K. Marx Ave., 20, Novosibirsk, 630073, Russia, martynovich.anya@mail.ru

Contribution

All authors are equally involved in the writing of the manuscript and are responsible for plagiarism

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Поступила 25/03/2024	После редакции 02/04/2024	Принята в печать 10/04/2024
Received 25/03/2024	Accepted in revised 02/04/2024	Accepted 10/04/2024