

Фотография еды в Instagram: отражение традиций и современных вкусов Ташкентской кухни

Бойко Данил Александрович

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан

E-mail: ldmyeah@gmail.com

Тезисы:

- 1) **Введение: Актуальность темы**
- 2) **Понятие особенностей фуд-фотографии и специфики отражения предпочтений еды пользователей, а также анализ механизмов привлечения внимания через фотографии еды в Instagram**
- 3) **Средства влияния фотографии еды на Instagram на стадии привлечения внимания (Attention) целевой аудитории.**

1. Введение: Актуальность темы.

В современном мире социальные медиа играют ключевую роль в формировании культурных представлений и взаимодействии между различными культурными сообществами. В этом контексте Instagram, как одна из самых популярных платформ для обмена визуальным контентом, является идеальным пространством для изучения влияния современных тенденций на отражение культурных традиций через фотографии еды. Тем более актуально это исследование в контексте Ташкентской кухни, богатой традициями и культурными особенностями. В середине XX в. представители поп-арта начали вводить привычные предметы обихода человека в искусство. Изображения с массовым продуктом стали основой современных художников во всём мире. Фотореалистичные художники, такие как Ральф Гоингс¹, выбирали интенсивное освещение и увеличивали контраст цвета, заставляя пищу выглядеть более пластичной и совершенно неестественной, живущей своей жизнью.

2. Понятие особенностей фуд-фотографии и специфики отражения предпочтений еды пользователей, а также анализ механизмов привлечения внимания через фотографии еды в Instagram

Тема еды будет объединять нас всех, даже если мы будем жить на разных континентах, даже разные языки, даже если мы будем говорить на непонятных для друг друга языках. В самых разных контекстах все культуры, начиная с древних цивилизаций, тема еды будет общей и вызывать дискуссии. В античных и египетских росписях, изображения еды было не на последнем месте. В то время люди верили, что человек пограбленный в гробницу, которая на внутренних стенках имеет изображение пищи, будет питаться и насыщаться ею. Еда, любовь и смерть — это три универсальные темы, которые всегда будут актуальны для человека, отражая его стремление к самореализации и поиску ответов на фундаментальные вопросы бытия. Творцы искусства всегда стремились запечатлеть красоту и многообразие еды, используя различные техники и стили, чтобы передать не только ее внешний вид, но и вкус, запах и атмосферу, окружающую трапезу. Для художников искусство еды — это не просто отображение действительности, а язык, на котором творцы говорят о важных вещах: о жизни и смерти, о богатстве и бедности, о любви и

ненависти. Фотография еды вышла за рамки простого искусства, превратившись в мощный инструмент продаж. Эпоха кулинарных книг ознаменовалась появлением красочных фотографий, которые не только украшали страницы, но и пробуждали аппетит потенциальных покупателей. Эстетически привлекательные фотографии еды стали катализатором развития кулинарной индустрии, стимулируя интерес к новым рецептам и пробуждая желание попробовать что-то новое. В 1940-х гг. такие бренды, как Crisco и Aunt Jemima, начали выпускать рекламные брошюры, содержащие рецепты в сопровождении ярких фотографий.

3. Средства влияния фотографии еды на Instagram на стадии привлечения внимания (Attention) целевой аудитории.

В современном мире фотография еды переживает настоящий бум. Множество блогов и страниц в социальных сетях посвящены этой теме, привлекая внимание людей к искусству создания аппетитных снимков. Не просто красивые изображение блюд, но и подробные инструкции по настройке камеры, освещению и другим нюансам съемки — вот что отличает современные food-блоги. Фотография еды выходит за рамки простого документирования — она становится инструментом для самовыражения, творчества и привлечения внимания к гастрономическим шедеврам. Социальные сети стали настоящим гастрономическим альбомом, где миллионы людей ежедневно делятся фотографиями еды, запечатлевая свой опыт и вкусовые предпочтения. Около 70% представителей поколения миллениалов, рожденных в 80-х и 90-х годах, регулярно публикуют в Интернете изображения блюд, прежде чем их съесть, превращая процесс трапезы в своеобразных ритуал. Фотографии еды в социальных сетях — это не просто демонстрация кулинарных шедевров, но и способ поделиться впечатлениями, рекомендациями и рецептами с друзьями и единомышленниками. Мобильные телефоны стали незаменимым инструментом для фуд-фотографов-любителей, позволяя им в любой момент запечатлеть аппетитные блюда и поделиться ими с аудиторией. Хотя «Instagram Food» служит валютой в социальных сетях, просто невозможно щелкнуть и броситься². Ожидается, что вы съедите блюдо, потратив пять минут на поиск лучшего фильтра для фотографии и настройку его света. Это приводит нас к еще одной дилемме: феномен еды в Instagram заставляет нас набирать вес. Точно так же научно доказано, что один лишь взгляд на еду уже вызывает у человека чувство голода. Еда глазами — это версия обжорства нынешнего поколения. Есть исследование, которое утверждает: «Прошло 38 лет, прежде чем 50 миллионов человек получили доступ к радио». Телевидению понадобилось 13 лет, чтобы заработать аудиторию такого размера. Instagram понадобилось всего 1,5 года!³

Источники и литература

- 1) Цыганков Василий Аркадьевич, Большакова Валентина Андреевна Food art. Искусство есть // Бизнес и дизайн ревю. 2018. №4 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/food-art-iskusstvo-est> (дата обращения: 21.04.2024).
- 2) URL: <https://www.esquiremag.ph/the-good-life/pursuits/food-has-become-a-status-symbol-a00184-20170726-lfrm3> (дата обращения 19.04.2024)
- 3) URL: <https://medium.com/@pawanmanglani456/instagram-photography-food-trends-1344baca8ffd> (дата обращения 19.04.2024)