



Послы кулинарной культуры: Фуд-фотография и Фуд-фотографы*

Elzar KUŞTARALI UULU¹ Ümit SORMAZ² Gülmira SAMATOVA³

Резюме

В наши дни фуд-фотография становится все более важной благодаря усилению социальных сетей и цифрового маркетинга. Рестораны и кафе стремятся привлечь клиентов и повысить узнаваемость бренда, визуально привлекательно представляя приготовленные блюда и напитки. Кроме того, фуд-фотография становится важным элементом, который влияет на выбор еды людьми. Данное исследование подготовлено с целью представить кыргызских фуд-фотографов, живущих и работающих в Кыргызстане. В рамках этой цели планируется представить фуд-фотографов, которые через свои фотографии показывают кыргызские блюда, культуру питания, а также другие культурные и туристические элементы страны и кыргызского народа. Исследование проводилось в период с ноября 2023 года по февраль 2025 года. В рамках исследования сначала были определены фотографы, проживающие в Кыргызстане и акцентирующие внимание на кыргызской кухне и культуре. Однако, из-за ограничений в доступе к этим людям, исследование было сосредоточено на сборе информации о тех фуд-фотографах, которые имеют

Atif için: / Please Cite As:

Kuştaralı Uulu E., Sormaz, Ü., & Samatova, G. (2024). Послы кулинарной культуры: Фуд-фотография и Фуд-фотографы. *Journal of Turkic Civilization Studies*, 5(2), 345-359.

Geliş Tarihi / Received Date: 19.11.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 16.12.2024

* Это исследование основано на диссертации под названием «Интересы, использование и уровень знаний работников ресторанных предприятий в области фуд-фотографии». Оно было представлено в виде устного доклада на симпозиуме «Ашчы Деде Атеш Базы Вели».

¹ Kirgizistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek. elzarsmaylov@gmail.com



ORCID: 0009-0001-5108-4422

² Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya. usormaz@erbakan.edu.tr & Kirgizistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek. umit.sormaz@manas.edu.tr



ORCID: 0000-0001-7514-1500

³ Dr., Kirgizistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek. gulmira.samatova@manas.edu.tr



ORCID: 0009-0008-5199-3467

Послы кулинарной культуры: Фуд-фотография и Фуд-фотографы

страницы, где они представляют себя и свои работы в интернете, а также делятся личной, профессиональной и образовательной информацией о своем опыте в социальных сетях. В результате исследования были разработаны рекомендации для повышения осведомленности студентов, обучающихся в области гастрономии и туризма, а также сотрудников сектора, с целью увеличения их интереса и формирования осведомленности о фуд-фотографии, чтобы больше студентов и работников туризма могли стать специалистами в этой области.

Ключевые слова: туризм, гастрономия, фуд-фотография, Кыргызстан.

Ambassadors of Food Culture: Food Photography and Food Photographers

Abstract

Nowadays, food photography has become increasingly important with the strengthening of social media and digital marketing. Food and beverage businesses aim to attract customers and increase brand awareness by presenting the meals and beverages they prepare in a visually appealing way. In addition, food photography has gained importance as a visual element that affects people's food choices. This research was prepared to introduce Kyrgyz food photographers living and working in Kyrgyzstan. In accordance with this purpose; It is aimed to introduce food photographers who introduce Kyrgyz food, Kyrgyz food culture, and other cultural and touristic elements of the country and Kyrgyz people with their photographs. Research; It was conducted between November 2023 and February 2025. In the scope of the research; First of all, photographers who live in Kyrgyzstan and who are famous for Kyrgyz cuisine and culture were determined. However, due to the limitations in reaching these people, the research was compiled by collecting only the information of food photographers who have pages introducing themselves and their workplaces on the internet and who share their personal, professional and educational information and information about their professional experiences on social media. As a result of the research; suggestions have been developed to increase the knowledge of students studying in the field of gastronomy and tourism and employees working in the sector about the field of food photography, to raise awareness by attracting their attention, and thus to enable more tourism students and employees to work as field experts in the field of food photography.

Key Words: Tourism, gastronomy, food photography, Kyrgyzstan.

ВВЕДЕНИЕ

Отношения человека с едой всегда были важны с момента появления человеческого рода, и на протяжении веков люди потребляли разнообразные продукты для удовлетворения своих потребностей в питании. Однако со временем роль еды в жизни человека вышла за пределы простой необходимости питания. Еда стала культурной формой самовыражения, играющей значительную роль в передаче традиций, идентичности и культуры как отдельных людей, так и целых обществ. Продукты, выращиваемые в разных географических районах, методы их приготовления, подача и культура питания важны для понимания прошлого, ценностей и истории того или иного общества.

Желание человека сделать прекрасное ещё более красивым и продемонстрировать это никогда не угасает. С появлением технологий и множества нововведений форма этой передачи продолжает меняться. В наши дни визуальное внимание к еде привлекается преимущественно с помощью фуд-фотографий (Сарыташ и Сормаз, 2023). Сейчас фуд-фотографии можно найти повсюду: в социальных сетях, ресторанах, блогах о еде, кулинарных книгах и других научных источниках. Эти фотографии, визуально привлекательно демонстрируя вкусные блюда, могут пробудить аппетит у людей. Яркость цветов, текстура блюда, его подача и эстетичный внешний вид могут повысить интерес к еде и разжечь аппетит. Поэтому визуально привлекательные фуд-фотографии широко используются не только в ресторанах, но и в других заведениях общественного питания, блогах о еде и кулинарных книгах, чтобы привлечь внимание людей к еде.

В последние годы предприятия общественного питания в туристическом секторе придают большое значение фуд-фотографии по ряду причин. Применение фуд-фотографии не только помогает удовлетворить клиентов, но и способствует увеличению продаж, маркетинга и рекламной деятельности предприятия. Фуд-фотография в ресторане привлекает внимание клиентов, помогая им визуально оценить аппетитные блюда, и позволяет потенциальным гостям заранее получить представление об опыте, который предлагает ресторан. Поэтому предприятия придают большое значение фуд-фотографии, а работники начали интересоваться этой областью из-за её пользы в отрасли.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Это исследование было подготовлено с целью представления фуд-фотографов. В соответствии с этой целью было поставлено задачу представить фуд-фотографов, которые фотографируют кухонные и гастрономические традиции стран и обществ, а также туристические элементы, и выделяются на международных платформах.

Исследование проводилось с ноября 2023 года по февраль 2024 года. В рамках исследования были определены фотографы, которые выделяются съёмкой национальной кухни и кулинарных традиций. Однако, из-за ограничений в доступе к этим лицам, исследование было ограничено сбором и компиляцией информации только о тех фуд-фотографах, которые представляют себя и своё дело на интернет-ресурсах, а также делятся личной, профессиональной и образовательной информацией о себе и своём опыте на международных платформах и в социальных сетях.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Фуд-фотография

Фуд-фотография – это эмоции и красота, чувственность и искусство. Умение запечатлеть вкус, запах и необыкновенную красоту простого блюда в одном кадре требует определенных навыков, умений и чувства прекрасного. И как нам порой не хватает советов и информации о том, как сделать еду на картинке такой же аппетитной, как в жизни, и стать настоящим мастером этого непростого дела (Дюжарден, 2014). Фуд-фотографии важны для предприятий общественного питания, поскольку они могут пробудить аппетит у людей, визуально привлекая вкусные блюда. Однако получение преимуществ на рынке за счет правильного использования фуд-фотографии зависит от внедрения её в бизнесе и от технических знаний и навыков персонала, осуществляющего съёмку. С этой точки зрения ресторанные предприятия занимают значительную долю на рынке пищевой и напитковой индустрии. Эти предприятия должны придавать значение фуд-фотографии и принимать необходимые меры для её применения в своих учреждениях (Куштаралы уулу и Сормаз, 2024).

Food-фотография (от английского слова «food» - еда) – один из жанров предметной фотосъёмки. Точной даты появления такого жанра не существует, но в основном foodфотографы приходят к такому мнению, что натюрморты художников XVII-XVIII вв. стоит рассматривать как отправную точку для food-фотографии. В те времена уже вполне сформировались основы художественной композиции, которыми пользуются и в современном мире (Николь Я. 2017).

Сегодня её популярность продолжает расти, и она охватывает широкую аудиторию на платформах социальных сетей. Однако, по мере того как эта популярность перешла от художественного аспекта к коммерческому, начали развиваться и чаще использоваться уловки при съёмке еды. Это приводит к подрыву доверия у потребителей, так как увеличиваются риски обмана.

К ключевым аспектам, которые следует учитывать в фуд-фотографии, относятся: правильный выбор освещения, композиция, цветовые сочетания, перспектива и детали. Кроме того, важно, чтобы еда сохраняла свежесть и привлекательность при съёмке. По этой причине обычно фотографии делаются в моменты, когда блюда выглядят наиболее свежими и привлекательными (Сарыташ, 2022). Фуд-фотография, как правило, требует профессионального оборудования и техник. Среди используемого оборудования — камеры с высоким

разрешением, различные объективы, осветительные приборы и программное обеспечение для редактирования фотографий. Освещение, перспектива и угол съёмки также являются важными элементами фуд-фотографии (Чанкул и др., 2021).

Фуд-фотография для туризма

В последние годы быстрые технологические изменения, цифровизация, легкий доступ общества к этим технологиям, широкое распространение интернета, а также перенос таких деловых операций, как реклама, продвижение, бронирование и продажа в туристических предприятиях в цифровую среду и широкое принятие социальных сетей в обществе, которые мотивируют потребителей на покупки, привели к изменениям в деятельности предприятий, особенно в сфере общественного питания и туризма. Одним из таких изменений для предприятий питания стала фуд-фотография и социальные сети (Куштаралы уулу и Сормаз, 2024).

Фуд-фотография является эффективным инструментом, используемым в маркетинговых целях в индустрии еды и напитков. Рестораны, блоги о еде, кулинарные книги и сайты с рецептами привлекают внимание потенциальных клиентов, создавая визуальное воздействие с помощью фуд-фотографии для продвижения своих продуктов. В итоге фуд-фотография — это эффективная форма искусства, которая визуально отражает культуру питания и возбуждает аппетит у зрителей. Еда, представленная через эстетику, вкус, подачу и профессиональный подход, впечатляет зрителей, позволяя им почти ощутить вкус и аромат блюда (Корсмейер, 1999).

Фуд-фотограф

Фуд-фотограф — это профессионал, который занимается эстетичной и привлекательной съёмкой еды и напитков. Фуд-фотография нацелена как на создание визуального контента для маркетинга и продвижения в пищевой индустрии, так и на художественную передачу. Поэтому фуд-фотографы объединяют творческий подход и технические навыки для создания аппетитных и привлекательных изображений.

Фуд-фотографы обычно используют профессиональное фотооборудование и, помимо механических знаний, специализируются на освещении, цвете и композиции. Для того чтобы еда выглядела наилучшим образом под правильным углом и освещением, они применяют различные методы освещения и часто используют макрообъективы, чтобы запечатлеть больше глубины и деталей (Янг, 2011).

Съёмка еды помогает ресторанам и другим производителям продуктов питания и напитков продвигать свои меню или товары, представляя их визуально привлекательно. Кроме того, фотографии еды, публикуемые на платформах социальных сетей, привлекают большое внимание и помогают ресторанам расширять свою клиентскую базу. Фуд-фотография — это специализированная область, требующая особого оборудования и технических знаний (Бекар и Караулак, 2016). Профессиональные фуд-фотографы обычно используют специальные фотокамеры, осветительное оборудование и объективы для создания качественных и привлекательных фотографий. Кроме того, для того чтобы подчеркнуть фотогеничность еды, применяются различные методы и программы для редактирования фотографий.

Фуд-фотографы обычно работают с дизайнерами блюд, ресторанами, кулинарными блогерами, авторами кулинарных книг и рекламными агентствами. Эти профессионалы работают над тем, чтобы наилучшим образом передать вкус и эстетику блюд, используя свои фотографические навыки, чтобы донести еду до целевой аудитории. Поэтому фуд-фотография и фуд-фотографы играют важную роль в передаче культуры и обеспечении её устойчивости.

Современная версия фуд-фотографии началась в 19 веке. В этот период некоторые владельцы ресторанов начали фотографировать свои блюда, чтобы показывать их клиентам в меню. Однако настоящая профессиональная традиция фуд-фотографии развилась в середине 20 века. В 1940-х и 1950-х годах в Америке индустрия быстрого питания, ставшая популярной, создала новый рынок для фуд-фотографии (Кастер, 2010). Сегодня фуд-фотография становится ещё популярнее благодаря распространению социальных сетей и онлайн-платформ о еде. Такие платформы, как Instagram и Pinterest, стали важными для людей, которые хотят делиться своими блюдами и влиять на других (Бюшер, 2018).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Фуд-фотография в наши дни является весьма популярной областью, и многие талантливые фотографы заняли в ней свое место. Вот некоторые из выдающихся фуд-фотографов:

Марен Карузо: фотограф из Сан-Франциско, специализирующаяся на фуд-фотографии. Её работы обычно выходят за рамки традиционной фуд-фотографии и содержат интересные визуальные образы. Карузо сотрудничала с авторами кулинарных книг и участвовала в рекламных кампаниях, уделяя особое внимание тому, чтобы подчеркнуть вкус и

эстетику блюд. Её интерес к фуд-фотографии начался с того, что она начала фотографировать шеф-поваров в Сан-Франциско, а затем углубила этот интерес, посещая фермы и рынки в Европе.



Рисунок 1: Марен Карузо (URL 1, 2024)

Значимым этапом в её карьере стало участие в фотосъемке коллекции Williams-Sonoma. Со временем Карузо нашла свой собственный стиль и, представляя еду по-новому, отошла от традиционной фуд-фотографии. Для неё фуд-фотография заключается не столько в внешнем виде пищи, сколько в передаче эмоций и ощущений, которые она вызывает (URL 1, 2024).

Дэвид Лофтус: знаменитый британский фуд-фотограф, родившийся в 1963 году в Англии. Его интерес к фотографии возник в молодом возрасте, и он последовал за своей страстью, получив степень по фотографии в Лондонском колледже печати. Хотя Лофтус начинал свою карьеру как фотограф моды, позже он открыл для себя истинный талант в фуд-фотографии. Его стиль отличается простотой, использованием естественного света и умением вызывать эмоции. Лофтус предпочитает естественное освещение и часто использует тонкие нюансы солнечного света, чтобы подчеркнуть текстуры и цвета пищи. За свою карьеру он работал с такими знаменитыми поварами, как Джейми Оливер, Нигелла Лоусон и Хестон Блюменталь, и был опубликован во многих международных изданиях. Кроме того, Лофтус является автором важных книг, таких как "Diary of a Lone Twin: A Memoir" и "Now & Again: Go-To Recipes, Inspired Menus + Endless Ideas for Reinventing Leftovers" (URL 2, 2024).



Рисунок 2. Дэвид Лофтус (URL 2, 2024)

Helene Dujardin: Хелен Дюжарден: Французский фуд-фотограф и стилист, известная своим минималистичным и элегантным подходом. Она стала востребованной фигурой в индустрии благодаря своей способности передавать суть еды в простых, но впечатляющих изображениях.



Рисунок 3. Элен Дюжарден (URL 3, 2024)

Родившаяся во Франции в молодом возрасте, Дюжарден изучала фотографию и графический дизайн, заложив основы своей карьеры в области фуд-фотографии. Переехав в Америку, она завела блог под названием "Tartelette", где делилась своими работами и обрела популярность. Её стиль фотографии, характеризующийся простотой, элегантностью и использованием естественного света, выделяет её среди коллег. Дюжарден работала с такими известными клиентами, как The New York Times, Food & Wine и Bon Appétit, и внесла уникальный подход в фуд-фотографию. Помимо коммерческих проектов, она выпустила книгу под названием "Plate to Pixel: Digital Food Photography and Styling", предоставив ценную информацию для фуд-фотографов (URL 3, 2024).

Пенни Де Лос Сантос: Известна своей способностью рассказывать впечатляющие истории через фуд-фотографию. Её работы публиковались в таких известных изданиях, как *Saveur*, *National Geographic* и *The New York Times*. Она имеет степень бакалавра в области фотожурналистики Техасского университета и степень магистра в области визуальных коммуникаций Университета Огайо. Начав свою карьеру как фотожурналист, Пенни документировала жизнь людей и культур по всему миру, и во время своих путешествий открыла для себя страсть к фуд-фотографии. Её уникальный подход заключается в том, чтобы подчеркивать истории и культурные связи, стоящие за едой. На протяжении своей карьеры Пенни регулярно сотрудничала с такими изданиями, как *Saveur*, *National Geographic* и *The New York Times*, а также работала с крупными брендами продуктов питания, такими как *Whole Foods* и *Chipotle*. Кроме того, её книги по фуд-фотографии считаются ценными источниками в индустрии. «Моя цель как фуд-фотографа — запечатлеть не только красоту блюда, но и историю и эмоции, которые стоят за ним»



Рисунок 4. Пенни Де Лос Сантос (URL-4, 2024)

Тодд Коулман: Выпускник Кулинарного института Америки, обладающий обширным опытом в области гастрономии. Он работал шеф-поваром в ресторанах, личным шеф-поваром, а также редактором, уделяя особое внимание фуд-фотографии. Тодд был редактором для *Everyday Food* и создавал программы для *The Food Network*, передавая культуру питания через визуальные образы. Кроме того, он фотографировал для книг, таких как *Japanese Soul Cooking* и *The Mom 100*. На протяжении семи лет был главным редактором по еде в *Saveur*,

получив опыт во всех аспектах кулинарного мира. Стиль его фотографии выделяется минимализмом и уникальным подходом (URL 4, 2024).



Рисунок 5. Тодд Коулман (URL 5, 2024)

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

В этом списке представлены фуд-фотографы, которые являются значительными фигурами в области кулинарной фотографии благодаря своим креативным и талантливым подходам. Фуд-фотография стремится превратить аппетитные блюда в визуальный праздник, воздействуя на зрителей, и эти фотографы добились значительных успехов в этой сфере.

Фуд-фотография стала важным маркетинговым инструментом, помогающим ресторанам и другим предприятиям питания и напитков рекламировать и продвигать свои национальные и международные блюда, а также специальные предложения. Компании используют полученное образование в области фотографии и фуд-фотографии или услуги специалистов в этой области для создания профессиональных фотографий своих блюд и напитков, что помогает им привлекать внимание клиентов и увеличивать объем рынка. В Бишкеке, где развивается ресторанный бизнес, интерес работников ресторанов к фуд-фотографии отражает растущий тренд в ресторанной индустрии. С увеличением использования социальных медиа и популярностью визуального контента рестораны осознали важность привлекательных фотографий своих блюд для привлечения клиентов. Анг (2020) в исследовании "Digital Photographer's Handbook: 7th Edition of the Best-Selling Photography Manual" изучил влияние социальных медиа на значение кулинарной культуры сегодня, оценив сеть Instagram. Он обнаружил, что фотографии еды в этой среде стали индикатором

статуса и что люди склонны получать больше удовольствия от визуально эстетичных фотографий еды, которые создают уникальный образ для них в этой среде.

Таким образом, фуд-фотография будет продолжать играть важную роль в туристической отрасли Кыргызстана, помогая компаниям установить связь с клиентами, возбуждать аппетит и расширять их бизнес и рынок. Интерес к фуд-фотографии со стороны туристических предприятий Кыргызстана станет важным связующим звеном с всё более утонченным кулинарным культурным контекстом города и будет играть ключевую роль в продвижении и маркетинге традиционных кыргызских блюд. В исследовании Оздемир (2019) "Смотреть на кулинарную культуру в социальных медиа: пример Instagram" была проведена работа по изучению влияния Instagram на кулинарную культуру. Однако в исследовании не найдено работ о кыргызских фуд-фотографах в письменных источниках, а также установлено, что количество кыргызских профессионалов в этой области ограничено по результатам поиска в социальных медиа и интернете. В этом контексте; Озджан и Акинджи (2017) подчеркивают влияние социальных медиа на потребительское поведение, Бизиргиани и Дионисопулу (2013) отмечают влияние социальных медиа на выбор направлений, а Эрыльмаз и Шенгюль (2016) указывают, что фотографии еды влияют на туристов в плане новизны и информации. Поэтому предлагается несколько рекомендаций для популяризации и профессионального развития фуд-фотографии в Кыргызстане:

- Включение курса фуд-фотографии в учебные программы учебных заведений туристической направленности в Кыргызстане на уровне средней школы и бакалавриата
- Создание профессиональных практических мастерских для проведения уроков фуд-фотографии
- Информирование туристических предприятий в Кыргызстане о фуд-фотографии и стимулирование применения этой области в их деятельности
- Предоставление специальных курсов для заинтересованных в фуд-фотографии лиц от образовательных учреждений.

ИСТОЧНИКИ

- Ang, T. (2020). *Digital Photographer's Handbook: of the Best-Selling Photography Manual*. Penguin.
- Bekar, A., & Karakulak, Ç. (2016). Yiyecik ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığı. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (53), 104-113.

- Bizirgianni, I., & Dionysopoulou, P. (2013). The influence of tourist trends of youth tourism through social media (SM) and information and communication technologies. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 73, 652-660.
- Büscher, S. (2018). *Critical success factors in using visual social media as social commerce platforms: The case of Instagram and Pinterest* (Master's thesis, University of Twente).
- Cankul, D., Ari, O. P., & Okumus, B. (2021). The current practices of food and beverage photography and styling in food business. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(2), 287-306.
- Custer, D. (2010). *Food styling: The art of preparing food for the camera*. John Wiley & Sons.
- Eryılmaz, B., & Şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- Korsmeyer, C. (1999). *Making sense of taste: Food and philosophy*. Cornell University Press.
- Kuştaralı Uulu, E., & Sormaz, Ü. (2024). Restoran işletmeleri işgörenlerinin yemek fotoğrafçılığına ilgileri, kullanma durumları ve bilgi düzeyleri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 94-107.
- Özcan, B., & Akıncı, Z. (2017). Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin tüketici davranışları üzerinde etkisi: Turizm fakültesi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(18), 141-154.
- Özdemir, S. (2019). Sosyal medyada yemek kültürüne bakış: Instagram örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 21-32.
- Sarıtaş, A. (2022). *Mutfak yöneticilerinin yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı ilgi, kullanım durumları ve bilgi düzeyleri: İstanbul örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sarıtaş, A., & Sormaz, Ü. (2023). Mutfak yöneticilerinin yemek fotoğrafçılığına ilgileri, kullanma durumları ve bilgi düzeyleri: İstanbul örneği. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 49-62.
- Young, N.S. (2011). *Food photography: From snapshots to great shots*. Peachpit Press.
- Дюжарден Э. Мастерство фуд-фотографии; пер. с англ. О. И. Бубновской. М.: Эксмо, 2014.
- Янг Николь Фуд-фотография. От простых до безупречных снимков; пер. с англ. О.С. Ивенская. М.: Эксмо, 2017.
- URL-1 (2024). Maren Cruso, Erişim Tarihi: 17.01.2024, Erişim Adresi: <https://www.commart.com/features/maren-caruso>
- URL-2 (2024). About photography blog, David Loftus, Erişim Tarihi: 19.01.2024, Erişim Adresi: <https://aboutphotography.blog/photographer/david-loftus>
- URL-3 (2024). About photography blog, Helene Dujardin, Erişim Tarihi: 23.01.2024, Erişim Adresi: <https://aboutphotography.blog/photographer/helene-dujardin>
- URL-4 (2024). About photography blog, Penny De Los Santos, Erişim Tarihi: 26.01.2024, Erişim Adresi: <https://aboutphotography.blog/photographer/penny-de-los-santos>
- URL-5 (2024). Todd Coleman, Erişim Tarihi: 28.01.2024, Erişim Adresi: <https://toddcolemanphotography.zenfolio.com/about.html>

Этическое заявление

В процессе написания работы под названием «Послы Кулинарной Культуры: Фуд-Фотография и Фуд-Фотографы» были соблюдены научные нормы, этические и цитируемые правила; собранные данные не подвергались искажениям, и эта работа не была отправлена на рецензию в другие академические издания.

Заявление о конфликте интересов

Конфликт интересов отсутствует.

EXTENDED ABSTRACT

Human relationships with food have always been important since the emergence of humankind, and throughout the centuries, people have consumed a variety of foods to meet their nutritional needs. However, over time, the role of food in human life has transcended the simple need for nourishment. Food has become a cultural form of self-expression, playing a significant role in the transmission of traditions, identity, and culture, both for individuals and entire societies.

Today, food photography can be found everywhere: on social media, in restaurants, food blogs, cookbooks, and other academic sources. These photographs, visually appealing in showcasing delicious dishes, can stimulate people's appetites. In recent years, food service businesses in the tourism sector have placed great importance on food photography for a number of reasons. The use of food photography not only helps satisfy customers but also contributes to increasing sales, marketing, and promotional activities of the business.

The modern version of food photography began in the 19th century. During this period, some restaurant owners started photographing their dishes to showcase them to customers in menus. However, the true professional tradition of food photography developed in the mid-20th century. In the 1940s and 1950s, the fast food industry in America, which became popular, created a new market for food photography. Today, food photography is becoming even more popular due to the rise of social media and online food platforms. Platforms like Instagram and Pinterest have become important for people who want to share their dishes and influence others.

This research was prepared with the aim of introducing food photographers. In line with this goal, the task was to present food photographers who capture the culinary and gastronomic traditions of countries and societies, as well as tourism elements, and who stand out on international platforms.

The research was conducted from November 2023 to February 2024. As part of the study, photographers who stand out for capturing national cuisines

and culinary traditions were identified. However, due to limitations in access to these individuals, the research was confined to the collection and compilation of information only about those food photographers who present themselves and their work on online platforms, as well as share personal, professional, and educational information about themselves and their experiences on international platforms and social media.

Food photography is a highly popular field today, and many talented photographers have made their mark in it. Here are some of the outstanding food photographers:

Maren Caruso: A photographer from San Francisco, specializing in food photography. Her work often goes beyond traditional food photography and features interesting visual concepts.

David Loftus: A famous British food photographer, born in 1963 in England. His interest in photography began at a young age, and he pursued his passion by earning a degree in photography from the London College of Printing. Although Loftus started his career as a fashion photographer, he later discovered his true talent in food photography.

Helene Dujardin: A French food photographer and stylist, known for her minimalist and elegant approach. She has become a sought-after figure in the industry due to her ability to capture the essence of food in simple yet striking images.

Penny De Los Santos: Known for her ability to tell compelling stories through food photography. Her work has been published in well-known outlets such as *Saveur*, *National Geographic*, and *The New York Times*. She holds a bachelor's degree in photojournalism from the University of Texas and a master's degree in visual communications from Ohio University. Beginning her career as a photojournalist, Penny documented the lives and cultures of people around the world, and during her travels, she discovered her passion for food photography.

Todd Coleman: A graduate of the Culinary Institute of America, with extensive experience in the field of gastronomy. He has worked as a chef in restaurants, a personal chef, and as an editor, with a particular focus on food photography.

This list features food photographers who are significant figures in the field of culinary photography due to their creative and talented approaches. Food photography aims to transform appetizing dishes into a visual feast that engages viewers, and these photographers have achieved significant success in this area. Thus, food photography will continue to play an important role in the tourism industry of Kyrgyzstan, helping businesses connect with customers, stimulate

appetites, and expand their business and market. The interest in food photography from tourism businesses in Kyrgyzstan will become an important link to the increasingly sophisticated culinary cultural context of the city and will play a key role in promoting and marketing traditional Kyrgyz dishes.