

О. В. Новосьолов

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

КУХНЯ В СТИЛІ NOBU: ВІД АВТЕНТИКИ ДО НОВАЦІЇ

Стаття зосереджена на випадку японського шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki (松久 信幸), більш відомого як Nobu. Окреслено культурні та соціальні наслідки всесвітньої популярності японської їжі в сучасному глобальному світі. Популярність японської їжі є одним із вагомих прикладів культури харчування, яка розвинула глобальний вплив, зокрема через свою присутність у світових центрах таких як New York, London, Tokyo, Los Angeles. Випадок Matsuhisa Nobuyuki, є яскравим прикладом світового успіху. Його їжа базується на японській кухні з акцентами на південно- та північноамериканській традиції. Його практика завжди полягала в тому, щоб шукати певні смаки, які були б прийнятні місцевими жителями, де б він не працював. Метою статті є спроба визначити базові компоненти кухні в стилі Nobu, та означити її як певний феномен всесвітньої популярності впливового шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki який визначає новаційні категорії азійської їжі як концепт мультикомпонентності та мульти-національності з огляду на явище глобалізації японської кухні. У певному сенсі його стиль приготування їжі можна описати як американський, оскільки його стиль змінився в Америці. Іншим важливим моментом є розташування його ресторанів. У 1987 році він відкрив Matsuhisa в Лос-Анджелесі, а до 2008 року він керував понад 20 ресторанами по всьому світу. Він створив власну мережу для роботи ресторанів у ключових містах світу. Завдяки американському смаку своїх японських страв він вплинув на поширення та визнання японської кухні в усьому світі. Стиль Nobu, заснований на його навчанні як суші-кухаря в Японії та розвинений через його особистий досвід роботи в різних місцях на американському континенті, можна розглядати як американізовану японську їжу. Він успішно створив відчуття автентичності своїх страв у вузлах світових міст і зробив внесок у всесвітню популярність японської їжі, тенденцію, яку можна описати як глобалізацію японської кулінарної культури.

Ключові слова: Matsuhisa Nobuyuki, Стиль Nobu, японська їжа, автентичні смаки, новація, глобалізація.

Постановка проблеми. Зростаюча популярність японської кухні в усьому світі, особливо починаючи з 70-их років ХХ століття, є неординарною. Саме тому сучасний приклад шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki (松久 信幸), більш відомого як Nobu, може вважатися як зразок перманентного зростаючого кулінарного впливу Японії. Зауважимо, що Matsuhisa Nobuyuki шеф-кухар, який відомий у всьому світі своїм оригінальним способом приготування страв. Також він досягнув надзвичайного успіху у презентації та популяризації своєї «нової японської кухні». Він керує мережею власних ресторанів, переважно у великих містах світу, таких як Нью-Йорк, Лондон, Токіо, Лос-Анджелес, Гонконг, Дубаї, Катар.

Вважаємо, що феномен Nobu набув особливої актуальності в контексті популярності японської кухні з двох основних причин.

По-перше, його креативний та оригінальний підхід до приготування їжі, те що визначається як «стиль Nobu», ґрунтується на його підготовці як суші-кухаря в Японії, а також на його значущому та багатому досвіді, здобутому в різних регіонах Південної та Північної Америки. Поєднання та вплив цих чинників визначають та характеризують його кухню як форму американізованої японської їжі.

По-друге, заслуговує на увагу той факт, що ресторани Nobu розташовані у мегаполісах Сполучених Штатів Америки та інших країн світу, його головні ресторани функціонують у великих містах, таких як Нью-

Йорк, Лос-Анджелес, Лондон, Гонконг, Дубаї, Катар, Токіо. Ці світові міста існують як вузли в глобальному просторі потоків і взаємодії між людьми, матеріальним світом та інформацією. Nobu створив власну кулінарну мережу в цих вузлових світових містах, і саме у зв'язку з цією глобальною географією світових міст він створив відчуття автентичності своїх страв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зауважимо, що кухня в стилі Nobu стала предметом наукових досліджень порівняно нещодавно, після того як «New York Times» у 1993 обрали ресторан «Matsuhisa» у десятку найкращих рестораних закладів світу. Однак мусимо констатувати, що наукових праць, присвячених цій проблематиці не так вже і багато. Низка досліджень присвячена пошуку джерел автентичності у кухні стилю Nobu [1; 3]. Окремі дослідники [2] намагаються вирішити питання транснаціонального поширення японської кухні в контексті мобільності людського капіталу. Ними підкреслюється, що організація японської кулінарної сфери зосереджена в глобальних містах, які є вузловими центрами мереж, через які протікають нові ідеї, виробники, продукти, саме тому діяльність шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki є особливо показовою у цьому контексті. Окремі наукові розробки [4; 5] розкривають важливі сюжети щодо секрету успіху та особливостей становлення кухні стилю Nobu. Зауважується, що японські підприємці-мігранти такі як Matsuhisa Nobuyuki виявилися впливовими новаторами ресторанної галузі, особливо у глобальних містах.

На жаль, мусимо констатувати, що у нашому дослідженні ми не використовуємо дослідження українських науковців, оскільки дана проблематика ще не стала предметом дискурсу вітчизняної дослідницької спільноти. На момент підготовки цієї статті, нам не відомо про жодне вітчизняне дослідження, яке б торкалося будь-якого аспекту професійної та творчої діяльності відомого шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki.

Метою статті є спроба визначити базові компоненти кухні в стилі Nobu, та означити її як певний феномен всесвітньої популярності впливового шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki який визначає новаційні категорії азійської їжі як концепт мульти-компонентності та мульти-національності з огляду на явище глобалізації японської кухні.

Методи дослідження. Вивчаючи кухню в стилі Nobu в межах культурологічного підходу, ми, в свою чергу, спробували розглянути стиль Nobu у семантичній залежності з особистістю самого шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki. Вважаємо, що культурологічний підхід дозволяє використовувати увесь спектр методологічних прийомів, що дозволяє нам здійснити аналіз будь-якої сфери життя. Рухаючись у площині культурологічного дискурсу, нами було означено кухню в стилі Nobu, як певну дефініцію, що вимагає комплексного вивчення, наукового обґрунтування і осмислення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Зауважимо, що кухня в стилі Nobu значно відрізняється від тих, які обговорюються в багатьох тематичних дослідженнях етнічної їжі, таких як дослідження культури харчування Donna Gabaccia, спрямовані на вивчення взаємозв'язку між етнічністю та культурою харчування окремих етнічних груп. Відповідно, щоб дослідити феномен кухні в стилі Nobu, нам треба прийняти іншу перспективу, особливо з точки зору автентичності. Таким чином, для окреслення феномену кухні в стилі Nobu, нам необхідно встановити взаємозалежність двох ключових компонентів, які становлять основу стилю та філософію Nobu: по-перше, автентичність; по-друге, новаторство [3].

Виклад основного матеріалу дослідження. Коли ми вивчаємо феномен Nobu у контексті глобалізації, яку часто розуміють як широкомасштабний процес, який має вертикальну спрямованість руху зверху вниз, та в кінцевому підсумку має вплив на окремих людей і місцевості, випадок Nobu та його закладу виявляє кулінарну мережу, орієнтовану на особистість, яка показує, як глобалізація може рухатися одночасно у взаємодоповнювальному зворотньому напрямку знизу вгору.

Коли ми вивчаємо феномен Nobu у контексті автентичності, то тут ми маємо справу з їжею Nobu, автентичність якої базується на основі місця й часу походження тієї чи іншої страви (включно з способом приготування та інгредієнтами) та на позитивній ідентифікації митця (у даному випадку шеф-кухаря).

Глобальне поширення ресторанів Nobu, сприяли тому, що його японські страви набули впізнаваного, американізованого смаку. Це в свою чергу призвело

до визнання японської їжі в усьому світі, цю тенденцію, можна описати як особливий випадок глобалізації японської кулінарної культури. Саме поєднання цих компонентів дозволяє говорити про унікальність Nobu та зростаючий інтерес до його особи та діяльності. Намагаючись пояснити феномен шеф-кухаря Matsuhisa Nobuyuki, ми звернулися до його першої кулінарної книги «Nobu: The Cookbook», яка починається з детальної біографії, яка на наш погляд є ключем для розуміння його особистої історії [8].

Згідно з джерелами, Matsuhisa Nobuyuki, відомий як Nobu, народився в 1949 році і виріс у Сайтамі, Японія. Після закінчення середньої школи він пройшов навчання на суші-кухаря в Matsuei Sushi в Синдзюку, Токіо. Будучи учнем, він мріяв про те, що колись він багато подорожуватиме та працюватиме у різних країнах, ця мрія була натхненна цікавим та строкатим життям його батька. Після закінчення семи років навчання в 1973 році він скористався шансом попрацювати шеф-кухарем суші в Лімі в Перу, згодом працював у Буенос-Айресі в Аргентина. Досвід роботи в Південній Америці протягом трьох років, багато в чому, був вирішальним для його подальшого успіху як шеф-кухаря в Сполучених Штатах. Однак початок роботи у США був досить драматичним, Nobu пережив пожежу свого першого власного ресторану в Анкоріджі на Алясці, тому йому довелося починати все спочатку.

Нарешті в 1987 році, після багатьох років наполегливої роботи, він відкрив свій ресторан «Matsuhisa» у Беверлі-Хіллз у Лос-Анджелесі, і зрештою досяг величезного успіху [1, p. 184]. Через два роки інформація про «Matsuhisa» була представлена в «Los Angeles Times» та «LA Weekly», після цього кількість гостей подвоїлася. Ресторан став настільки популярним, що було важко забронювати столик. Через два роки Matsuhisa Nobuyuki увійшов у десятку найкращих нових шеф-кухарів Америки за версією журналу «Food & Wine», а вже у 1993 році «Matsuhisa» увійшов у десятку найкращих ресторанів світу за версією «New York Times». Через те, що ресторан розташовувався у Голівуді та розголос у засобах масової інформації постійними гостями «Matsuhisa» стали такі зірки як Майкл Овіц, Сінді Кроуфорд, Барбра Стрейзанд, Мадона, Том Круз, Роберто Беніньї та багато інших [13].

Особливістю цього закладу було те, що тут гостей обслуговували в стилі *omakas* (Японська фраза, яка означає «покладаюся на вас»). Вираз використовується відвідувачами в ресторанах суші і свідчить, що гість залишає вибір суші на розсуд шефа. Шеф-кухар зазвичай представляє серію страв, починаючи з легкої їжі та переходячи до важкої. Гості, які замовляють стиль *омакасі*, очікують, що шеф-кухар буде винахідливим і дивовижним у виборі страв, а страву можна порівняти з художнім твором. Замовлення *омакасі* може нагадувати азартну гру, але гість, як правило, отримує найякіснішу рибу за нижчою ціною, ніж якби він замовляв страву з меню.). Matsuhisa почав із того, що запитував кожного гостя: «Чи є щось, що ви не можете їсти, або

щось, що вам не подобається?» Він продовжував розмовляти з гостями, коли вони їли, весь час спостерігаючи за їх реакцією. *Стиль omakas* та імпрровізації у приготування страв для кожного гостя стали стандартом «Matsuhisa» [4, p. 304].

Зазвичай Nobuюкі готував сет з приблизно чотирнадцяти – п'ятнадцяти страв, щоб гості могли насолоджуватися широким вибором, споживаючи невеликі порції, що по суті відрізнялося від подачі страв у більшості ресторанів у Сполучених Штатах Америки, де зазвичай подавали дві – три страви та великі порції. Стиль Matsuhisa Nobuюкі виявився новим і захоплюючим. Це сприяло широкому розголосу і популярності закладу. Готувати в такий спосіб для гостей було ще цікавіше, і Nobuюкі почав експериментувати з презентацією страв. Так одного разу експериментуючи та імпрровізуючи з'явилася фірмова страву Nobu «New Style Sashimi» [8, p. 116], «Паста з кальмара з легким часниковим соусом» [8, p. 82] тощо. Приблизно в цей час був винайдений перцевий соус «Васабі» [8, p. 192].

Саме цей ресторан став основою для його подальшої всесвітньої експансії. Поступово гостями ресторану стали голлівудські кінозірки, які стали постійними клієнтами, і цей зв'язок зі знаменитостями став дуже важливим ключем до його подальшого успіху. Коли голлівудський актор Роберт Де Ніро відвідав ресторан і спробував страви Nobu, він став відданим шанувальником, запропонувавши Nobu разом розпочати ресторанний бізнес у Нью-Йорку. Протеа Nobu знадобився деякий час, щоб прийняти пропозицію Де Ніро, зрештою вони відкрили ресторан «Nobu New York» в районі Трайбека в 1994 році, після цього Де Ніро став його діловим партнером у відкритті інших ресторанів [6]. Бізнес розширився за кордон США з відкриттям такими ресторанами, як «Nobu London», який відкрився в 1997 році, і «Nobu Токуо», який відкрився в 1998 році. Nobu поступово розширив свій бізнес до точки, коли станом на березень 2009 року він керував понад двадцятьма ресторанами по всьому світу, також він керує дванадцятьма філіями в Північній Америці та іншими ресторанами у великих містах світу, наприклад у Мілані, Гонконзі та Мельбурні, а також ресторанами на острові Міконос у Греції та на Багамах. Крім того, Nobu отримав багато нагород і був визнаний багатьма світовими рейтингами. Про нього з'явилися публікації у ЗМІ та сюжети на телебаченні, його популярність росла особливо в Сполучених Штатах і Великобританії [12, p. 105].

Діяльність шеф-кухаря Мацухіси варта дослідження ще й з точки зору того як глобалізація та світові міста впливають на розвиток культури споживання їжі. Якщо ми поглянемо на розташування ресторанів Nobu, ми побачимо своєрідну мережу ключових міста світу, які функціонують як певні вузли фінансових, бізнесових, ресурсних потоків [12, p. 109].

Розмірковуючи про те, як теорія світового міста працює з точки зору кулінарних практик Мацухіси Nobuюкі, необхідно докладно продемонструвати потоки продуктів і інгредієнтів, які використовуються

в ресторанах «Nobu», і місця, звідки ці матеріали надходять. Почнемо з того, що його ресторани отримують кам'яних креветок, крабів з м'яким панциром і устриць Кумамото з тихоокеанського узбережжя США, а також снігового краба і королівського краба з Аляски. Тигрові креветки походять з Австралії та Таїланду. Креветки Курума, морський їжак і восьминіг родом з Японії, а чорна тріска і чилійський морський окунь з Чилі. Це дуже важливі елементи, які відрізняють високу якість страв Nobu. Можна припустити, що імпоротно-транспортні мережі існують для підтримки високої якості їжі «Nobu», яка може змінюватися залежно від сезону та інших ситуацій. Ці мережі можна розглядати як простір потоків, що передбачають постійне переміщення продуктів харчування. Існують також інші важливі фактори потоку, які створюють його мережу, включаючи інформацію та людські ресурси [12, p. 78].

Працюючи шеф-кухарем Nobu написав кілька кулінарних книг, починаючи з його першої публікації «Nobu: The Cookbook» (2001 року), яка вийшла англійською й згодом була перекладена на японську в 2003 році. Цю роботу, по праву можна вважати його шедевром. Книга включає його детальну біографію разом із його оригінальними та дуже популярними рецептами, які подають у його ресторанах. Після цієї публікації в 2004 році була випущена ще одна кулінарна книга під назвою «Nobu» (японською мовою) разом з англійською версією під назвою «Nobu Now». Потім виникла ідея спільно з головними кухарями різних ресторанів «Nobu Токуо» опублікувати японську книгу про японську їжу з кухні «Nobu Токуо», яка була опублікована в 2006 році. Після цього вийшла «Nobu West» у співавторстві з шеф-кухарями ресторану «Nobu London» у 2006 році, та «Nobu Miami: The Party Cookbook» була опублікована в 2008 році.

Його стиль приготування – це, так би мовити, нова японська кухня, яку він визначає як «стиль Nobu». За його власними словами, це стиль, який «твердо заснований на японській кухні – в основному суші – але з впливом Північної та Південної Америки». Він також пояснює: «Моїм наміром завжди було використовувати найкраще з японської кухні в моєму індивідуальному стилі». Тому стиль Nobu, як він робить висновок, полягає в тому, щоб «виявити найкраще з найсвіжіших морепродуктів та витягти природну солодкість і текстуру овочів». Ця книга отримала високі відзнаки як від звичайних читачів так і від професійних кухарів, тисячі примірників було продано по всьому світу не лише в США та Великобританії, але й у Європі та Азії. Завдяки цій кулінарній книзі він і його страви привернули ще більше уваги не лише людей, які бували в його ресторанах, а й людей з усього світу, які знають про його книгу.

Шеф-кухар Matsuhisa Nobuюкі виділяє свій власний стиль приготування як «стиль Nobu». Кухар вважає, що ключовим елементом у способі приготування страв є, так би мовити, у «надання акторам другого плану головної ролі». Якщо думати про кухню як про

кіно, то зірками будуть такі інгредієнти, як риба і м'ясо. Такі продукти, як спаржа, салат і гриби, завжди відіграють другорядні ролі. Matsuhisa Nobuyuki вважає, що можна надати інгредієнтам, які зазвичай лише акцент для м'яса чи риби, більш центральну частину [8, р. 16].

Nobuyuki згадує, що завжди не зводив очей із своїх гостей, слухаючи їх відповіді, коли готував, подавав і пояснював кожну страву. Він не лише пояснив інгредієнти та спосіб приготування, але й те, що надихнуло його на приготування. Тому що він хотів, щоб їм це сподобалося. Пряма взаємодія з гостями – це також значна частина стилю Nobu. Його новий стиль японської кухні заснований на японських традиційних та звичаях, з якими він виріс і яких він навчався. У той же час, він використовує різноманітні спеції, соуси та інгредієнти, засвоєні ним під час роботи в Латинській Америці, у поєднанні із західними способами приготування їжі, які він сприйняв, працюючи в США та Європі. Якщо розглядати рецепти та страви, які створив Nobu, з точки зору смаків, інгредієнтів та методів приготування, то можна простежити вплив традицій та звичаїв запозичених ним у Перу, де він провів близько двох з половиною років. Він використовує багато інгредієнтів, спецій і трав, адаптованих у місцевих рецептах. Наприклад, кілька смаків чилі, лимона та кінзи, усі вони з'являються в його фірмових стравах, таких як *Ceviche*, *Anticucho* та *Tiradito* [8, р. 16–17].

Крім того, він використовує європейські аромати як акцент, щоб зробити стиль Nobu ще більш виразним, зокрема оливкова олія, олія виноградних кісточок та бальзамічний оцет. Він також створив нові форми страв, такі як паста з кальмарами та ризотто, на італійський манер, або фуагра та трюфелі, як це роблять французькі кухарі. Що стосується десертів, тут слід підкреслити, що ці десерти дуже вестернізовані. Деякі приклади включають *cremes baileys*, парфе та морозиво, які завжди супроводжуються, японським ароматом або акцентом.

І, звичайно, на нього вплинули американські кулінарні уподобання. Він використовує авокадо як символ Каліфорнії у всіх своїх суші-ролах, а також подає яловичину Кобе, омарів та устриць, усе що відомо і популярно серед американців. Окрім цих інгредієнтів, він завжди стежить за тим, які страви та смаки будуть найбільш прийнятними для його американських гостей через постійну безпосередню взаємодію з ними.

Nobu також помітив, що багатьом американцям подобається поєднання соєвого соусу та васабі, тому він створив нові різновиди соусу, наприклад, перцевий соус васабі. Таким чином, його рецепти підкреслюють його новаторство та спробу перетворити традиції японської кухні на гастрономічний роман і творчий «стиль Nobu». Nobu представив американцям новий концепт японської кухні, який вони прийняли як інноваційний, модний та витончений стиль. Іншими словами, його стиль можна охарактеризувати як певний мікс, або вестернізовану японську їжу, точніше сказати американізовану японську їжу, яка поєднує вплив як південно-

американської, так і північноамериканської кулінарної культури [12, р. 79].

Наведемо приклад, дещо комічний, описаний в його першій кулінарній книзі – про те, як з'являлася одна з фірмових страв в стилі «Nobu»: Одного разу відвідувачка ресторану «Matsuhisa» відмовилася від сашімі з білої риби, оскільки не могла їсти сиру рибу. Шефу хотілося якось врятувати страву, на приготування якої він витратив багато часу роблячи нарізку та аранжування. В цей момент сковорідка з розігрітою оливковою олією на кухні надихнула його: він полв рибу понзу (японський ароматичний соус) і поклав на гарячу олію та обсмажив так, щоб утворилася легка скоринка. Далі він попросив свою гостю спробувати ще раз цю страву. Звичайно що вона з'їла кожен шматочок сашімі [8, р. 116]. Інші страви, до яких застосовано цей метод, включають такі морепродукти, як лосось, гребінці та сирий восьминіг, а також яловичину Кобе та спаржу або тофу для вегетаріанців. Таким чином, використання гарячої олії в стилі «Nobu» характерне для багатьох фірмових страв у ресторанах «Nobu».

Цей приклад свідчить про дуже прихильне ставлення людей до нових екзотичних страв «Nobu». Враховуючи історичний фон, який склався після Другої світової війни коли американці, загалом, мали негативний образ японців (наприклад, японців вважали «варварами, які їдять сиру рибу»), це цікавий результат. Навіть сьогодні відвідувачі японських ресторанів чи суши-барів, які вперше пробують японську їжу, часто вважають споживання сирової риби, сашімі чи суши особливим викликом у знайомстві з японською культурою їжі. Розуміючи це хвилювання щодо японської їжі, Nobu фактично згадує епізод, у якому він перетворив, здавалося б, неіснуючу сиру рибу на смачну, страву, капнувши на неї «чарівною» гарячою оливковою олією – техніку і досвід, які він прийняв під час його роботи в Південній Америці і яка насправді залежить від інгредієнтів, знайомих латиноамериканцям [12, р. 85].

Сам Nobu в одному з інтерв'ю так описав свій спосіб приготування їжі: «Ми повинні готувати [наші страви] наближено до місцевої їжі, а не повністю відокремити її», вказуючи на те, що він намагається використовувати місцеві інгредієнти, як це роблять місцеві жителі, тоді клієнти і гості його ресторанів почувуються комфортно, ніби перебувають удома. Тому його їжу подають по-різному в залежності від місця розташування ресторану, хоча всі страви – з варіаціями – вважаються стравами «Nobu», однак базові характеристиками і компоненти повинні бути спільними. Тут слід обумовити, що питання етнічної автентичності страв у ресторанах Nobu перейшло у досить відносну площину, оскільки страви Nobuyuki вже давно вийшли за межі регіонів та континентів. Це також один з феноменів Nobe, який демонструє як базові основи автентичності страв рухаються у глобальній мережі ресторанів Nobu.

Наприклад, фірмову страву Nobu в Лондоні подають дещо по-іншому, зазвичай тому, що вона готується з місцевих доступних інгредієнтів. Більше того,

їжа «Nobu» перетворюється на їжу «Nobu» не тільки тому, що для її приготування використовуються ті самі інгредієнти або дотримуються тих самих рецептів, але й у тому, що для неї використовуються найсвіжіші інгредієнти, доступні на місці. І це також є частиною філософії Nobu. Так для прикладу у кулінарній книзі «Nobu Miami» ми можемо знайти багато страв із використанням тропічних інгредієнтів. Як уже згадувалося, сам Nobu подорожує по всьому світу протягом року, щоб відвідувати свої ресторани та регулярно перевіряти керівництво кожним рестораном, таким чином підтримуючи смак і якість своєї їжі. Його подорожі також дають можливість шукати нові смаки, які можна додати до стилю Nobu. Відповідно, кухня Nobu не має особливого місцевого походження, і в певному сенсі сам Nobu завжди подорожує [9, p. 213].

Можемо припустити, що успіх і характеристики Nobu не можна інтерпретувати в контексті звичайних етнічних харчових категорій. Можна припустити, що постійний рух Matsuhisa Nobuyuki мережею ресторанів, а також створення ним ф'южн-кухні в стилі Nobu та японської їжі згідно концепції багатоконпонентності та багатонаціональності є унікальними факторами, які підтверджують його феномен.

Незалежно від його розташування, його кухня має особливу якість, завдяки якій клієнти впізнають ресторани як «Nobu». Більшість його ресторанів розташовані в містах світу, і ці міста функціонують як вузли його мереж. Хоча ресторани географічно розділені, кожна з філій пов'язана з усіма іншими потоком людей (його персонал і сам Nobu), матеріалів (продукти харчування) та інформації (його теорія, філософія роботи та смаки). Його автентичність також залежить від шарів інших соціальних мереж, які складаються з безлічі клієнтів, включаючи знаменитостей і ділових людей, а також читачів його книг, які також подорожують і переміщуються всередині мережі. Такий вид автентичності можна інтерпретувати як впливає з аури фігури і виконання Nobu. Стиль Nobu, з його ключовою ідеєю не знаходиться в одному місці, ефективний для підтримки його автентичності в усьому світі в межах однієї мережі, оскільки він потенціал для розширення та додавання нових факторів, оскільки Nobu постійно подорожує світом і шукає щось інше [9, p. 221].

Інформація про стиль і методи приготування страв Nobu популяризуються як самим шеф-кухарем такі його співробітників. Зауважимо, що він особисто навчав усіх співробітників своїх перших трьох ресторанів («Matsuhisa», «Nobu New York» і «Nobu London»), і зрештою вони навчилися його методам гостинності та обслуговування, а також його філософії, працюючи та взаємодіючи з самим Nobu. Він продовжує щотижня подорожувати, щоб перевірити свої ресторани, розкидані по всьому світу (Imai, Shoko, 2010).

Висновки. Очевидно, нам слід розглядати феномен Nobu в контексті змін у сприйнятті Японії та японської культури. Зі зростанням економічної могутності Японії після Другої світової війни діяльність Nobu можна розглядати як один із прикладів зростання світової популярності японської кухні, пов'язаної з поширенням інших елементів японської популярної культури, таких як електронні пристрої та прилади, фільми та мультфільми, мода. Іншим важливим фактором є здоровий імідж японської їжі, особливо суші, який склався серед американців. Проте очевидно, що у випадку Nobu є ще і географічні фактори, які сприяють його унікальності. Його стиль приготування дуже креативний і новаторський, заснований на його досвіді життя і творчості в різні країнах, де він працював. Крім того, спосіб управління ресторанами та його кулінарні витвори мистецтва заслуговують на особливу увагу тому, що його світовий успіх засвідчує про різноманітні гастрономічні культури, які він відкриває в усій повноті. Його кулінарні творіння базуються в основному на японській кухні, підкресленої смаками, інгредієнтами та кулінарними звичаями Південної та Північної Америки, отриманими завдяки його досвіду роботи в цих країнах.

Створивши нову японську їжу в стилі Nobu, Matsuhisa Nobuyuki розвинув і зафіксував відчуття автентичності своїх страв. Насправді їжу в стилі Nobu можна розглядати і як яскраву самобутню форму глобалізації японської гастрономічної культури, опосередковану через досвід і бізнес-стратегії популярного шеф-кухаря. Вважаємо, що діяльність та творчість Matsuhisa Nobuyuki, безсумнівно, яскраво демонструє та розкриває найважливіші аспекти культурного процесу глобалізації японської їжі.

References:

1. Cwiertka, K.-J. (2006) *Modern Japanese cuisine: food, power and national identity*. London: Reaktion Books, 240 p.
2. Farrer, J., Wang, C., Wank, D., de Carvalho, M. R., Hess, Ch., Vyletalova, L. (2017) *Japanese Culinary Mobilities Research: The Globalization of the Japanese Restaurant*. *Foods & Food Ingredients J. Jpn.*, vol. 222, no. 3, pp. 257–266.
3. Gabaccia, Donna R. (2000) *We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University. 288 p.
4. Imai, Shoko (2017) *The Authenticity of Celebrity Chef Nobu: Performance, Taste and Text*. *Asian Food Study Conference*, no. 7, p. 304.
5. Imai, Shoko (2010) *Nobu and After: Westernized Japanese Food and Globalization*. In *Food and Social Identities in the Asia Pacific Region*, ed. James Farrer. Tokyo: Sophia University Institute of Comparative Culture. Available at: <http://icc.fl.sophia.ac.jp/global%20food%20papers/html/imai.html>
6. Lankarani, Na. (June 5, 2016) *A Family Model With the Chef as Father Figure*. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2016/06/06/business/international/nobu-chef-nobuyuki-matsuhisa-global-manager.html>
7. Matsuhisa Nobuyuki, Edwards Mark (2007) *Nobu West*. Andrews McMeel Publishing, 256 p.

8. Matsuhisa, Nobuyuki (2001) *Nobu: The Cookbook*. Quadrille Publishing Ltd., 192 p.
9. Matsuhisa, Nobuyuki (2004) *Nobu Now*. London: Gardners Books; First UK Edition, 256 p.
10. Matsuhisa, Nobuyuki (2012) *Nobu's Vegetarian Cookbook*. Pie Books, 176 p.
11. Matsuhisa, Nobuyuki (2019) *World of Nobu*. Ney York; London; Toronto; Sydney; Ney Delly Pacific Image Electronics International, 416 p.
12. Matsuhisa, Nobuyuki (2017) *Nobu: A Memoir*. Ney York; London; Toronto; Sydney; Ney Delly: Emily Bestler Books–Atria. 224 p.
13. O'Connell, M. (June 2, 2017) *Nobu's Matsuhisa Turns 30: An Oral History of the Sushi Restaurant Where Tom Cruise Couldn't Get in*. *Hollywood Reporter*. Available at: <https://www.hollywoodreporter.com/lifestyle/lifestyle-news/nobus-matsuhisa-turns-30-an-oral-history-sushi-restaurant-tom-cruise-couldnt-get-1008251/>

Alexandr Novosiolov

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

NOBU STYLE CUISINE: FROM AUTHENTICITY TO INNOVATION

Article focusing on the case of Japanese Chef Matsuhisa Nobuyuki (松久 信幸), better known as Nobu. The authors outline the cultural and social consequences of the worldwide popularity of Japanese food in today's global world. The popularity of Japanese food is one example of a food culture that has developed a global influence, particularly through its presence in world centers such as New York, London, Tokyo, and Los Angeles. The case of Matsuhisa Nobuyuki is a vivid example of global success. His food is based on Japanese cuisine with accents of South and North American traditions. The case of Nobuyuki Matsuhisa, a Japanese chef well-recognized for his success in the United States, gives us interesting insights when we think about the process, in which the global reputation of Japanese food emerged. His food is based on Japanese cuisine with accents of South and North American cooking. His practice has always been to look for some tastes that would be accepted and enjoyed among the local people wherever he has worked. The aim of the study is an attempt to determine the basic components of Nobu style cuisine, and to define it as a certain phenomenon of the worldwide popularity of the influential chef Matsuhisa Nobuyuki, who defines the innovative categories of Asian food as a concept of multi-component and multi-nationality in view of the phenomenon of globalization of Japanese cuisine. In a sense, his cooking-style can be described as American food since his style has been transformed in America. The location of his restaurants is another significant point. He opened Matsuhisa in Los Angeles in 1987, and up until now in 2008, he has been running more than 20 restaurants around the world. He has established his own network for running restaurants at the nodes of the world cities. With the Americanized avor of his Japanese dishes, he has influenced the spread and recognition of Japanese food around the world. The Nobu-style, based on his training as a sushi chef in Japan and developed through his personal experiences of working in various places on the American continent, can be seen as Americanized Japanese food. He has successfully established a sense of authenticity for his dishes at the nodes of world cities and contributed to the worldwide popularity of Japanese food, a trend which can be described as the globalization of Japanese culinary culture.

Key words: *Matsuhisa Nobuyuki, Nobu style, japanese food, authentic flavors, novation, globalization.*

Статтю подано до редакції 21.08.2023