

Артем и Алексей Гребенщиковы

BOURGEOIS BOHEMIANS

это одновременно происходит: с одной стороны, есть некие смыслы, и ты под них подбираешь продукт, а с другой — есть продукт, и ты под него подбираешь смыслы. То есть одного конкретного сценария не существует. Поэтому сет создается довольно долго: в среднем мы закладываем на его создание полгода.

Последние пять сетов вы делаете вместе с петербургскими художниками. Чем значима эта коллаборация?

Это выход на другой уровень. Я бы назвал это не коллаборацией, а сотворчеством: когда ты приглашаешь человека не изготовить нужный тебе дизайн, а предложить свое видение. И в этом очень большой риск, ведь ты говоришь ему: «Нарисуй, как ты видишь».

Его видение должно совпасть с вашим?

А здесь уже речь про доверие. Есть два варианта: тебе либо очень тяжело отпустить свое видение и ты не можешь этот шаг сделать, не можешь довериться, либо все же отпускаешь.

Так может, и не надо связываться?

Тогда не получится выйти на другой уровень. Мы к этому пришли, когда у нас уже было 12 сетов и было понятно, что нужен новый взгляд, чтобы по-другому посмотреть на привычные вещи. А это означает как раз-таки впустить в свое творчество еще какого-то автора — естественно, отобрав его, прочувствовав его стиль, — и дать ему возможность проявить себя в твоей картине. Поначалу, конечно, это очень страшно, потому что наш бренд уже завоевал свою аудиторию, собрал награды и так далее. В этом есть определенный риск, и ты идешь на него осознанно, до конца не зная, что будет.

На каком этапе художники погружают вас в нюансы своего замысла?

Естественно, мы вначале пытаемся нарисовать какой-то совместный образ того, куда будем двигаться. Я приглашаю художника в ресторан, чтобы он почувствовал атмосферу, посмотрел, что здесь происходит, как выглядят блюда. С творчеством художника я всегда, разумеется, знаком, но что конкретно он предложит для нашей коллаборации, мне заранее неизвестно. Более того: он тоже не знает, какие именно блюда будут лежать на его, скажем так, тарелках. Потому что получаются далеко не всегда тарелки в том виде, в каком мы их себе представляем. Он примерно понимает, что это будут за блюда, потому что я могу рассказать, какая мысль заложена в сете, какая эмоция, идея, но я не даю ему, условно говоря, конкретную картинку. То есть, с одной стороны, ты создаешь еду, с другой — художник создает свою часть нашего общего произведения. Где-то в середине вы пересекаетесь — и вот тогда происходит синергия.

Да, получается, что вы творите вместе — сотворчество.

Конечно! Сделав таким образом два успешных сета, XIII и XIV, мы поняли, что точно вышли на уровень выше предыдущих. И я решил, что можно шагнуть еще дальше и сделать сет уже не с одним, а с группой художников. XV и XVI сеты были сделаны в сотрудничестве с семью художниками каждый, то есть мы подключили уже 14 человек. Все они максимально разные ребята, но все питерские. И смысл был не в том, чтобы выбрать самых известных, а в том, чтобы выбрать радикально различающихся — людей, которые не копируют модные стили, а работают в своем индивидуальном формате, очень по-разному чувствуя и видя окружающую эстетику. Для меня это был яркий творческий вызов: попробовать соединить их в одно целое — людей, которые максимально оберегают свое. Но основным при этом является все-таки гастрономия. То есть предназначение посуды — усиливать вкус блюда. И по большому счету, все наше творчество нацелено на постоянный поиск того, как сделать нашу еду еще лучше, чтобы улучшать гастрономический опыт гостя.



Сет XVII. Лосось, огурец, фенхель

BOURGEOIS BOHEMIANS



Сет XVII. Херес, изюм, творог

BOURGEOIS BOHEMIANS

Чем отличается XVII сет?

Над ним вместе со мной работали уже восемь уникальных художников, по-своему выражающих свое видение красоты. Основной темой стал Петербург. Каждый из ребят вдохновлялся чем-то, что связывает его с этим городом. XVII сет посвящен осени, зиме и Петербургу, но не туристическому, а настоящему. На первом месте в нем вкус, ведь это самый короткий и самый приятный способ узнать город. Но города узнаешь и через людей. Петербург всегда был креативной и культурной столицей России, и нам показалось, что это классная идея — показать город через вкус и одновременно через творческих людей. Этот план мы и реализовали в сете «Ворота в город».

Вы сознательно стремитесь к тому, чтобы развивать вкус гостя?

Одна из главных миссий нашего проекта — развитие вкуса гостей. Искать новое и безоговорочно вкусное, что человек не пробовал. Мы хотим показать, что еда — это в первую очередь эмоциональное удовольствие, и шеф-повар пытается с помощью своего мастерства дать людям эту радость через вкус. Наша задача — создавать тонкие настройки, чтобы можно было почувствовать больше разных оттенков вкуса, потому что, чем тоньше ты чувствуешь, тем более яркие впечатления можешь получить от жизни.

И ведь это касается не только вкуса...

Конечно! На самом деле искусство всегда существовало для того, чтобы развивать чувственную природу человека. Человек становится более внимательным, ведь, чтобы слушать и понимать музыку, он должен разбираться в нотах, слышать разные оттенки. А если он занимается живописью, то пытается четче подобрать оттенки красок. И нам очень бы хотелось, чтобы люди, которые пробуют наши блюда, развивали свой вкус дальше, лучше познавая тем самым наш мир. Ведь еда — это очень важный инструмент познания мира. И наверное, наши самые благодарные гости — это люди, для которых интеллектуальное удовольствие является большой ценностью, которым нравится узнавать что-то новое, которым этот мир интересен. И которые получают гедонистическое удовольствие просто от вкусной еды.

Беседовала Светлана Куликова

> ***«Я ПРЕДСТАВЛЯЮ ГАСТРОНОМИЮ***
> как широкий медиум —
> со множеством смыслов,
> со своей эстетикой, нарративом,
> контекстом. Это явление более
> интересное, более увлекательное,
> чем вкус сам по себе».