

WORLD CLASS™

1 1/2

PERFECT SERVE

I ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

II ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ PERFECT SERVE

Perfect Serve как концепция

Perfect Serve как подача напитка

Мысленные инструменты

III НЕЙРОГАСТРОНОМИЯ

Основные определения и история возникновения

Вкус

Запах

- Ортоназальное и ретроназальное обоняние
- Практическое применение в баре
- Дым. Способы окуривания
- Дым. Типы сырья
- Свет и визуализация
- Форма
- Размер
- Цвет

Звук

Тактильные ощущения

IV FOOD PAIRING

Теоретическая часть. Научный метод поиска вкусовых сочетаний. Алгоритм

Food Pairing в баре для алкогольных напитков без газового хроматографа

- Подбор пар с помощью органолептического анализа и знаний о продукте
- Работа с Food Pairing.com

Cocktail Pairing

V МОЛЕКУЛЯРНАЯ МИКСЛОГИЯ. ИЗМЕНЕНИЕ ТЕКСТУР

История возникновения

Сферификация

- Классический метод
- Реверсный метод

Гели

Пены

VI ТРАДИЦИОННО ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОДАЧА

Церемония питья

История популяризации напитка

Традиционная кухня

Искусство страны происхождения

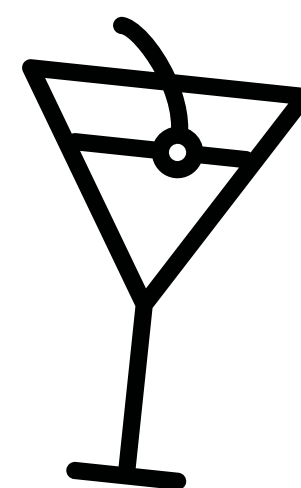
География

Имитация типичной для характера напитка ситуации

Информация о бренде

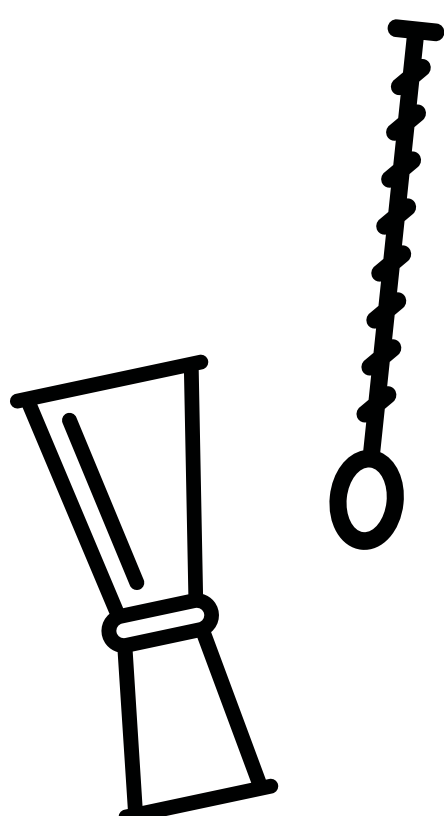
VII ИДЕЙНЫЕ КОКТЕЙЛИ

VIII ½ PERFECT SERVE BAR GUILD



Мы очень рады, что эта книга оказалась в ваших руках! Это событие как минимум означает, что вы готовы к новым знаниям и хотите развиваться как профессионалы. Следовательно, у вас хватит усидчивости внимательно прочесть это емкое отражение нашего опыта в мире Perfect Serve.

Мы бы посоветовали вам выбрать свободный вечер, сесть за барную стойку, налить себе свой любимый напиток, расслабиться и не спеша послушать все то, чем мы бы хотели с вами поделиться. Все то, что вы найдете на следующих страницах, написано для того, чтобы у вас получилось создать правильное представление о концепции Perfect Serve и идеальной подаче напитков. Мы действительно постарались понятно раскрыть все возможные инструменты, которые помогут вам в дальнейшем изучении данного направления или натолкнут на новые идеи!





ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ

ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ТЕЗИСЫ: ЗАЛОЖИМ КРЕПКИЙ ФУНДАМЕНТ!

Словосочетание Perfect Serve уместно употреблять в двух случаях. Первый случай — это Perfect Serve как концепция, философия бара, и тогда у каждого напитка, подаваемого в баре, есть своя идеальная подача. Всё просто.

Второй случай — это Perfect Serve напитка. Это такая подача конкретного напитка, при которой максимально раскрывается его вкус, аромат или философия.

ОТКУДА БЕРЕТ СВОИ КОРНИ ИДЕЯ PERFECT SERVE?

КОКТЕЙЛЬНЫЕ КОНКУРСЫ.

На коктейльных конкурсах мы всегда стараемся показать свой напиток с лучшей стороны и подчеркнуть его вкус. Кто-то делает это с помощью контрастирующего по вкусу гарнира, кто-то использует дым и ароматические детали, кто-то подает в оригинальной, концептуальной посуде, создает атмосферный антураж. Но это то, что касается создания и презентации коктейлей. Это гораздо ближе вам — вы неоднократно становились авторами своих коктейлей. А когда и у кого может возникнуть необходимость презентации не коктейля, а просто алкогольного напитка?

ИНФОРМАЦИЯ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.

Производители алкогольных напитков всегда выделяют свой бренд, и данный инструмент оказывается наиболее действенным. Каждый напиток имеет свою уникальную историю, идеологию, рецептуру и уникальную подачу. Концепция Perfect Serve бара заключается в том, что вы всегда относитесь к подаче любого напитка так же.

МЫСЛЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ PERFECT SERVE.

Для полноценного понимания идеи Perfect Serve существуют мысленные инструменты, которые следует применять каждый раз, когда вы создаете подачу напитка или коктейля. Данные инструменты позволяют найти ответы на большинство вопросов, которые возникают во время разработки подач. Также они являются естественными рамками, создающими границы вашего творчества. Рассмотрим оба инструмента по порядку.

Когда мы придумываем подачу напитка, то представляем, что это от капли до капли наш напиток, мы его создатели, это наше детище, и мы хотим преподнести его в лучшем свете. Мы можем подавать его в чистом виде, можем предложить для него особый гарнир или вкусовое сочетание, можем подчеркнуть его характер дымом или каким-либо ароматом, а можем просто выбрать наилучшую температуру подачи, бокал, решить, использовать лед или нет.

То же правило действует, если мы говорим о коктейлях. Сервируя смешанные напитки для гостей, нужно представлять, что мы

участвуем в коктейльном конкурсе и нам необходимо за ограниченный промежуток времени представить их жюри в лучшем свете. Приготовить коктейли нужно быстро, история не должна быть скучной, а еще напитки должны быть эффектными, вкусными и удобными для потребления. И в этом конкурсе есть несколько критериев оценки: техника, скорость приготовления, вкус, концептуальность. Соответственно, нужно учитывать каждый из них. Вам сразу захочется поставить коктейль на красивую подставку, сделать необычное украшение и добавить гарнир, дополняющий вкус или концепцию.

Когда мы говорим о Perfect Serve концепции бара, мы подразумеваем особую философию, особый подход к организации работы бара, когда ничего не остается без внимания с момента входа гостя в ваш бар. В этих условиях подачи напитков это тот стержень, который задает планку для всего остального. Далее мы расскажем о различных техниках идеальной подачи напитков, которые возможно применять как по отдельности, так и комбинируя друг с другом.

Как создавать идеальные подачи для напитков и коктейлей? Мы выделяем три основных главы, в которых полноценно раскрываем нашу философию и подход к созданию подач. В первой главе, «Нейрогастрономия», речь пойдет о том, как мозг постигает вкус и как можно использовать эти знания, применяя их в баре. Вторая глава, Food Pairing, посвящена научному методу поиска вкусовых пар и алгоритмам работы с этим методом в баре. В третьей главе, «Традиционно-исторические и идейные подачи» мы расскажем о создании подач, вдохновленных информацией о колорите страны производителя алкогольного напитка, его истории и особенностях непосредственно бренда. Также в этой главе даются основные постулаты создания идейных коктейлей. Помимо этих трех блоков, вы найдете базовую информацию для тех, кто хочет сделать первые шаги в молекулярной миксологии.

Увлекательного вам путешествия, друзья!



НЕЙРОГАСТРО- НОМИЯ

Нейрогастрономия (Neurogastronomy) — это новый научный прикладной подход, изучающий влияние сенсорных раздражителей на вкусовые ощущения. Она основана на понимании того, что всё, что мы пьем или едим, так или иначе воздействует на все органы чувств.

Автором термина «нейрогастрономия» является Гордон Шеперд из Йельского университета. Он написал книгу, в которой описывается, каким образом наш мозг формирует ощущения от ароматов.

Вторым пионером нейрогастрономии является психолог-экспериментатор профессор Чарльз Спенс, руководитель исследовательской лаборатории в Оксфордском университете. Он провел довольно много экспериментов, работал с разными шеф-поварами со всего мира и в целом конкретно для нашей отрасли является фигурой более значимой.

Нейрогастрономия — одно из 23 направлений современной прикладной нейронауки. Число их непрерывно увеличивается, поскольку они являются одним из трендов сближения нейронауки с другими науками.

Сейчас знания о нейрогастрономии применяются в том числе для работы с людьми, прошедшими химиотерапию или с заболеваниями органов чувств. Чаще всего это такие пациенты, которые не чувствуют ароматов и вкусов. То есть, как и многое другое, эта наука была придумана далеко за рамками нашей индустрии. И важно понимать, что никто, кроме нас самих, не будет развивать этот тренд и применять полученные знания в приготовлении и подаче напитков. Также исследования, полученные на основе опытов по нейрогастрономии, позволяют заниматься реальным оздоровлением рационов, составлением более эффективных диет. Основная идея нейрогастрономии состоит не в том, чтобы выдавать плохие напитки за хорошие, но чтобы позволить усилить эмоциональное и физиологическое удовлетворение от потребляемых блюд.

Прежде чем переходить к подробному изучению нейрогастрономии, введем несколько важных определений.

FLAVOUR — результат комплексного восприятия множественного числа сигналов, исходящих от органов чувств. Нейрогастрономия рассказывает о том, что flavour еды и напитков может быть изменен при помощи манипулирования сигналами органов чувств в той же мере, как при изменении способа приготовления продуктов или напитков.

Соответственно, чем лучше вы изучите работу того или иного органа чувств, какие раздражители и каким именно образом они влияют на наш мозг, тем интересней и эффективней будет ваше творчество.

Когда мы потребляем определенные продукты питания, то ощущения, возникающие при этом, стимулируют те же самые участки головного мозга, которые активизируются до/после употребления наркотических средств. Таким образом, мы можем сделать вывод о возникновении привыкания к тем или иным ощущениям. Поэтому фраза «гастро-

номическая эйфория» — вполне уместное словосочетание, имеющее право на жизнь.

Для того чтобы понять, как все-таки формируется flavour, обратимся к нашим органам чувств и рассмотрим, как на самом деле это работает.

Формирование ощущений делится на три этапа: ожидание и представления о продукте, работа рецепторов и передача информации в мозг, результат анализа мозга — вкус (flavour).

ВКУС

Нам со школьных времен рассказывали о том, что за вкусовые ощущения в нашем организме отвечает язык. И это действительно так, если говорить о вкусе как о чем-то очень ограниченном. Но мы уже сейчас знаем, что не все так просто и не нужно делить язык на несколько участков, ответственных за какой-либо конкретный вкус. Оказывается, сладкий вкус можно распознать как корнем, так и кончиком языка. Это доказано нейробиологами.

Давайте рассмотрим, какими функциями обладает язык.

У каждого из наших органов чувств есть определенная функция, и язык не исключение. Основная функция языка как органа — определять состав пищи. Эта функция сложилась в процессе эволюции вкусовой памяти человека. Каждый из вкусов определяет конкретную группу веществ в составе пищи. Вкус пищи мы определяем с помощью вкусовых рецепторов. У разных людей количество рецепторов может значительно отличаться, отсюда и выражение «О вкусах не спорят». Механизм работы рецепторов следующий. Пища попадает к нам в рот, и при пережевывании выделяется слюна, которая обладает активным ферментом и одновременно является проводником для передачи мозгу информации о составе продукта. За что же отвечает каждый из вкусов? Рассмотрим современный спектр вкусов:

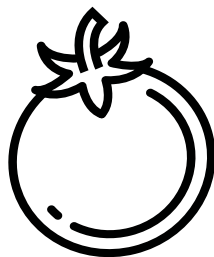
1. **СЛАДКИЙ** — определяет наличие большого количества углеводов, а значит ценной для организма энергии. Со временем этот вкус стал для нас приятным, мозг стал вознаграждать нас выделением эндорфина — гормона счастья. С самого детства вкус сладкого для нас ассоциировался с положительными эмоциями.
2. **КИСЛЫЙ** — изначально определял спелость продуктов или говорил об испорченности продукта.
3. **СОЛЕНЫЙ** — содержание большого количества минеральных веществ.
4. **ГОРЬКИЙ** — сигнал об опасной, ядовитой пище. Но, как мы уже знаем, не каждая горькая пища вредна или ядовита. Именно поэтому с течением эволюции наш язык научился различать до 25 оттенков горечи, чтобы идентифицировать, что можно, а что нельзя употреблять в пищу.

5. УМАМИ — вкус, отвечающий за содержание в пище белка, аминокислот и продуктов распада нуклеиновых кислот. Термин, который по-японски означает «восхитительный вкус», впервые был придуман в 1908 году профессором Кикунэ Икедой, который обнаружил, что глутамат аминокислоты, содержащийся в сухих водорослях комбу, придает им их пикантный вкус. Аминокислоты, являющиеся умами, — глутамат, инозинат, гуналат. Именно эти аминокислоты и являются пятым вкусом.

- Глутамат содержится в водорослях.
- Иозинат — в мясе, ферментированной рыбе, моллюсках.
- Гуналат — в грибах, например шиитаке.

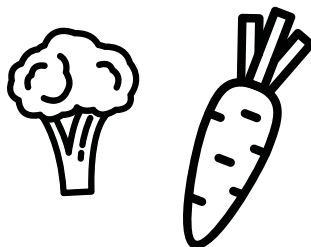
Эти продукты могут быть объединены в блюдах и усиливать вкус умами. Данная практика является основой японской кухни.

Вот некоторые продукты, «богатые умами».



ГЛУТАМАТ

помидоры	лук	водоросли
сладкий картофель	гамба	пармезан
зеленый чай	рыбный соус	морковь
картофель	сардина	спаржа
свекла	брокколи	голубой сыр
соевый соус	свинина	креветки
мисо	кальмары/каракатицы	



ИОЗИНАТ

треска	скумбрия	вяленая рыба
сардина	свинина	вяленая ветчина
яйца	куриное мясо	говядина

ГУНАЛАТ

черные трюфели	вешенки	белые трюфели
	сушеный белый гриб	

Умами довольно трудно определим, поэтому чаще всего его используют для усиления основных вкусов: кислого, сладкого, соленого и горького. Умами позволяет сделать продукт более сложным и сократить количество соли, что также делает вкус более богатым.

6. ЖИРНЫЙ ВКУС — говорит о том, что в продуктах большое содержание жиров. Изначально считалось, что жирный вкус определяется как текстура, но с развитием молекулярной биологии было доказано, что принцип работы рецепторов с данным видом вкуса такой же, как и предыдущие.

7. МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ — служит признаком некоторых заболеваний и химических отравлений. Обычно чувствуется в пище, которая соприкасалась с окисленными металлами (ложки, вилки, банки).

8. ВЯЖУЩИЙ — говорит о наличии в продуктах большого количества танинов (например, хурма или выдержанное в дубе вино).

Отдельного внимания заслуживают тепловые реакции. Речь идет об остром и ментоловом вкусах. В первом случае происходит реакция повышения температуры, во втором — понижения. И тот и другой, кстати, ученые относят к анестетическим ощущениям.

Все сигналы, идущие от рецепторов, поступают в специальный орган таламус, который обрабатывает эти сигналы: отсекает все ненужные и распределяет оставшиеся. Сигналы о кислом, сладком, соленом и горьком вкусах поступают в разные участки мозга, так же как и сигналы о температуре и тактильных ощущениях направляются в разные зоны.

В дальнейшем под словом «вкус» стоит понимать все вышеперечисленные пункты, то есть сигналы, получаемые мозгом непосредственно от вкусовых рецепторов.

ЗАПАХ

Роль запахов играет, наверное, самую значимую роль в формировании flavour. Обоняние в жизни человека со временем утратило свою значимость, хотя с точки зрения физиологии ему уделяется значительная часть.

Если мы говорим об исследованиях органов чувств человека, то природа распознавания запахов была полноценно раскрыта не так давно. Это связано с тем, что физиология процесса определения запахов наиболее сложная. Информация об ароматах передается на генетическом уровне и занимает значительную часть генома (порядка 1000 генов из 250 000 возможных).

Ричард Аксель и Линда Бак — ученые, которые «раскодировали» запахи. За это открытие в 2004 году они получили Нобелевскую премию. Расшифровать природу запахов удалось только с развитием молекулярной биологии. Дело в том, что обычно взаимодействие рецепторов и веществ, если говорить об ароматах, протекает гораздо

сложнее, чем в других случаях. Один обонятельный рецептор воспринимает сразу весь спектр веществ. На одном обонятельном окончании, которое является единственным в организме человека открытым нервом, находится около 50 рецепторов. Это обонятельное окончание «включается», если на нем активируется только определенное количество рецепторов. Получается, что для каждого запаха нужен не отдельный рецептор, как, например, для вкуса, а группа рецепторов. То есть обоняние работает по принципу распознавания паттернов. Главная особенность распознавания запахов состоит в том, что первичная аналитическая работа по определению, что за запах поступил на рецептор, происходит не в мозге, а на месте получения сигнала — в обонятельной луковице, откуда и «растут» эти нервы. Когда сигнал от луковицы доходит до коры головного мозга, он воспринимается еще как аромат, но уже в глубоких частях мозга он становится просто сигналом, который взаимодействует вместе с остальными сигналами от органов чувств.

За формирование аромата продукта отвечают такие вещества, как одоранты. В комплексе они формируют аромат. И существует два пути, которыми информация о них может попасть в наш мозг:

1. ОРТОНАЗАЛЬНЫЙ — когда мы вдыхаем аромат продукта.

В данном случае наша луковица может лишь частично рассказать о продукте и его характеристиках.

2. РЕТРОНАЗАЛЬНЫЙ — когда мы пережевываем пищу или аэрируем напиток при дегустации, одоранты через глотку поступают вверх в носовую полость и доходят до той же самой луковицы, но уже в большей концентрации и с теми одорантами, которые скрывались непосредственно внутри продукта.

С точки зрения изучения характеристик продукта, конечно же, ретро-назальное обоняние имеет куда более сильное воздействие, чем ортоназальное, так как позволяет показать более яркую палитру ароматов.

Удивительная вещь — обоняние работает с помощью одного и того же органа чувств! Но! Пути распознавания ароматов обладают разными свойствами, которые отражают разные пути стимуляции и вызывают различные ассоциации с другими органами чувств.

Кроме того, путь, который проделывает сигнал от обонятельной луковицы до мозга, гораздо более короткий, чем в случае сигнала от языка до мозга. В связи с этим при попадании пищи в рот в первую очередь мы чувствуем именно аромат и лишь потом начинаем воспринимать вкус.

Также существует вомероназальный орган, или орган Якобсона, который находится в хрящевых тканях носовой полости и отвечает у животных за распознавание феромонов. Он отлично развит у рептилий и рыб. У человека данный орган изучен довольно плохо, но существует теория, согласно которой в нем хранится информация, связанная с воспоминаниями и ароматами. Как пример: случайные запахи на улице могут стимулировать этот орган, тем самым вызывая очень яркие эмоции и воспоминания, связанные с детством.

Итак, обоняние — самое сложное и неизученное чувство человека. При этом именно оно не имеет границ и неразрывно связано абсолютно со всеми остальными органами чувств, включая вкус, осязание, зрение и эмоциональную память.

Запахи и воспоминания о запахах концентрируются в лимбической системе. Эта память о запахах сохраняется у нас в течение всей жизни. Она виновата в наших пока необъяснимых предпочтениях или неприятии запахов. Обоняние обеспечивает нам кратчайший путь к нашим чувствам и воспоминаниям.

Текущего уровня осведомленности достаточно, чтобы работать с ароматами и с их помощью влиять на формирование flavour у своих гостей.

Для работы с ароматами мы предлагаем разделять задачи, которые вы перед собой ставите:

1. СОЗДАНИЕ КОКТЕЙЛЕЙ / FOOD PAIRING / ПОДАЧА НАПИТКА.

В данном контексте лучше заняться изучением ароматических соединений — какие бывают группы ароматов, как они взаимодействуют. Литературы об этом издано более чем достаточно, а в разделе Food Pairing вы найдете карту ароматов, которая поможет классифицировать многие продукты в ваших барах, основываясь на ароматическом профиле; его можно идентифицировать, не прибегая к использованию серьезных технических средств.

2. СОЗДАНИЕ АТМОСФЕРЫ ВНУТРИ БАРА. Влияние запахов на психическое и физическое состояние человека известно с давних времен. Элементы душистых растений обнаружены даже в мотивах рисунков первобытных пещерных людей. Примеры того, как люди научились выделять душистые вещества из растений, относятся к периоду около 5000 лет до н. э.

В индийской культуре особенно ценились свойства ароматических растений, влияющих на психическое состояние. Все индийские храмы строились из сандалового дерева, которое, как считалось, приводит ум в спокойное, медитативное состояние. Буддизм в качестве инструмента работы с сознанием применял многочисленные курения, которые всегда полагалось сочетать с медитацией.

Китайские целители полагали, что ароматы растений содержат магическую силу души растения. Конфуций говорил: «Курения изгоняют дурной дух». Поэтому китайцы применяли различные ароматы для бодрости, активации работы мозга, отдыха, наступления сна. Дети носили на груди мешочек с кусочками камфоры для защиты от болезней и стимуляции работы мозга.

Цивилизация Древнего Египта сохранила знания вавилонян и преумножила сведения об ароматических растениях и их влиянии на человека. Египетские жрецы не только проводили ритуалы, но и занимались целительством. Знание целебных свойств ароматов считалось тайной и открывалось только посвященным. Одним из рецептов, широко применявшимся для религиозных таинств, был куфи.

Он включал, в зависимости от цели, от 16 до 60 компонентов, среди основных были корица, можжевельник, ладан, мирра, роза.

Римляне широко использовали благовония и курения в обрядах поклонения своим многочисленным богам. Особо ценились свойства можжевельника, аромат которого считался приятным большинству божеств. Розмарину приписывали свойство стимулировать работу мозга, его веточки носили с собой студенты. Запах мяты также рекомендовали использовать для занятий.

Первым классифицировать запахи решил Карл Линней в XVIII веке. Он разделил все существующие в мире запахи на семь классов: ароматические, бальзамические, амброзийно-мускусные, чесночные, козловые, дурманящие и смердящие.

В 1927 году американскими исследователями Крокером и Хендерсоном были предложены четыре категории запахов: пряный, кислый, горелый, каприловый. Каждому запаху предполагалось придать значение от 1 до 8 по представленным шкалам.

В 1983 году был создан французский комитет парфюмеров, призванный составить классификацию, которая подошла бы всем. Комитетом было предложено несколько классификаций, но окончательная версия — лишь в 1998 году. Она включала семь категорий: цветочные, шипровые, фужерные (папоротниковые), амбровые, кожаные, цитрусовые, древесные, которые, в свою очередь, подразделялись на 45 подкатегорий. Сейчас эта классификация — одна из самых популярных.

Собственно, именно эту классификацию сейчас используют для ароматерапии, а именно в разрезе ароматерапии необходимо мыслить при выборе аромата для бара. Соответственно, игра с ароматами в дневное и вечернее время в заведениях может привести к интересным результатам. Вы даже можете подумать об особенном дневном и вечернем аромате для вашего бара.

Ниже представлен результат ассоциативного теста Международной ассоциации ароматерапевтов.

ЗАПАХИ, ОЦЕНЕННЫЕ КАК НЕГАТИВНЫЕ, ВЫЗЫВАЮЩИЕ РАЗДРАЖЕНИЕ, ПОВЫШАЮЩИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ НАПРЯЖЕНИЕ, — горение, пот, продукты питания, химические, едкие духи, сырость, спиртовая основа, лекарства, очень сладкие концентрированные специи.

ЗАПАХИ, ОЦЕНЕННЫЕ КАК ЛЮБИМЫЕ, ПРИЯТНЫЕ, ПОВЫШАЮЩИЕ НАСТРОЕНИЕ, — цветочные, древесные, фруктовые, свежие природные (бриз, утренний полевой, горные травы), пряные, смолянистые, дымные, ореховые.

Кроме того, было выявлено, что знакомые запахи воспринимаются большинством участников исследования как положительные; запахи, с которыми испытуемые не так часто встречаются, оценивались как положительные или нейтральные, реже как отрицательные; незнакомые запахи большинством были оценены как нежелательные.

ДЫМНЫЕ АРОМАТЫ

Использование дыма — эффектный инструмент Perfect Serve. Каким образом дым может влиять на подачу напитка? Вот список элементов воздействия:

- Окуривание непосредственно напитка или гарнира. Изменение вкуса и запаха продукта, придание копченого аромата и дымных нот.
- Создание аромата рядом с напитком. Создание атмосферы легкого аромата вокруг напитка, а не в нем самом.
- Вау-эффект. Визуальная составляющая окуривания. Привлечение внимания. Концептуальная подача.

Также большую роль играет эмоциональная составляющая.

Многим людям (в особенности северным народам) на генном уровне нравится запах дыма — это те воспоминания, которые зачастую ассоциируются с положительными эмоциями (деревня, походы, лес, отдых, шашлыки, баня).

Принимая во внимание все вышесказанное, получается, что окуривание — это сильное мультисенсорное воздействие на гостя, которое затрагивает не только вкус и аромат, но и создает шоу, привлекающее внимание, а также положительные эмоции и воспоминания.

ВЫДЕЛЯЮТ СЛЕДУЮЩИЕ СПОСОБЫ ОКУРИВАНИЯ:

1. ОКУРИВАНИЕ С ПОМОЩЬЮ SMOKING GUN.

Окуривание с помощью Smoking Gun может создать наибольшее количество дыма, но при этом при большой концентрации дыма может появиться явная горечь. Требуется практика. Подходит для сухого и несмолистого сырья (шалфей, кора дуба, вишня, яблоко). Смолистое сырье сильно загрязняет аппарат и может привести к его поломке. Требуется постоянной чистки.

2. ПОЛЕНО.

Самый практичный способ. Позволяет без дополнительного оборудования создать аромат дыма рядом с напитком или же окурить бокал перед подачей. Всё что необходимо — это срез дерева и газовая горелка, с помощью которой поджигается участок полена, и потом бокал накрывается клошем.

3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СУХОГО ЛЬДА.

При использовании данного метода всегда важно помнить о технике безопасности. Попадание сухого льда в пищевод опасно для здоровья. Нельзя использовать его в составе напитков. Метод использования сухого льда следующий: в тару кладется сухой лед и затем наливается ароматическая жидкость (лучше горячая), например вода с сиропом, раствор эфирных масел, алкоголь, ароматические биттеры. При попадании жидкости на сухой лед начинается активное испарение с захватыванием ароматиче-

ских молекул используемой жидкости. Тара помещается рядом с коктейлем и создает аромат и визуальный эффект. Важно предупредить гостя о несъедобности содержимого.

4. КОПЧЕНЫЕ ПРЕМИКСЫ.

Еще один способ придания дымного вкуса и аромата напитку — это подготовка дымных премиксов. Например, можно заранее закоптить фрукты или ягоды, а затем сделать из них сироп. Использование дымного сиропа придаст коктейлю нужный аромат.

5. КЛОШИ.

Идея та же самая, что и со Smoking Gun, только в данном методе не нужно никакого дополнительного оборудования. Размещаете сырье для окуривания на жаростойкой поверхности, поджигаете и накрываете клошем. Клошем может являться как специальная посуда, так и любой подходящий по размеру бокал. Метод подходит как для окуривания напитков, так и для гарнира.

6. ДЫМНЫЕ НАПИТКИ.

Еще один вариант придания дымного аромата — это использование дымных напитков (островной виски, мескаль). Омывание бокала, распыление напитка с помощью спрея.

ТИПЫ СЫРЬЯ

Существуют различные классы сырья для окуривания, которые можно классифицировать по их свойствам.

1. ДРЕВЕСНЫЙ

1.1. Дым коры дуба придает благородный аромат, без тяжелых масляных соединений, подчеркивает древесный вкус. Такой дым не будет едким. Кора дуба позволяет получить мягкий запах костра и бани, отлично подходит как для окуривания напитков, так и для гарниров.

1.2. Ольха. Самый подходящий дым для окуривания гарниров, так как традиционно используется для копчения рыбы, неедкий, ольха более ароматная, самая легкая в классе древесного дыма.

1.3. Кора вишни. Более фруктовые ноты, неедкий, резкий, отлично подходит для мясных гарниров (свинина, говядина, птица).

2. ТРАВЯНОЙ

2.1. Шалфей. Дым неедкий, мягкий, без масла. Один из самых универсальных травянистых видов дыма.

2.2. Розмарин. Дым едкий, сильно смолистый, подходит только для клошей, иначе можно легко испортить Smoking Gun. Один из самых приятных ароматов, который создает множество впечатлений.

Использовать необходимо только в свежем виде, отлично подходит для создания атмосферы.

2.3. Лемонграсс. Дым яркий, свежий, неедкий, отлично подходит для груши, нектарина, мороженого и рыбных гарниров. Дает сладкий тягучий оттенок.

3. ЦВЕТОЧНЫЙ

3.1. Жженая ромашка. Такой дым усилит цветочную составляющую напитка при использовании рядом с напитком или для гарнира. Неедкий, мягкий. Если окуривать сам напиток, то горечь и дымность перебьют цветочный аромат.

3.2. Душица. Дым цветочный, травяной, мягкий, достаточно нейтральный, обладающий цветочным ароматом. Дает наилучший результат при использовании в небольших количествах.

3.3. Цветы яблони. Дым мягкий, фруктовый, неедкий. Обладает хорошими органолептическими показателями. Хорошо подходит как для коктейлей, так и для гарниров.

4. ПРЯНЫЙ

4.1. Корица. Дым яркий, терпкий, обладает заметным сладким, пряным и кондитерским ароматом. Подходит для окуривания шоколада, яблок, ананаса, а также как декоративный элемент в тики-коктейлях.

4.2. Гвоздика. Дым мягкий, пряный, немного резкий, маслянистый, подойдет для придания аромата тяжелым гарнирам, таким как грейпфрут, киви и чернослив.

4.3. Бадьян. Дым сильно отличается от остальных. Сладкий, на удивление свежий запах. Еще один способ добавить анисовой свежести напитку или гарниру — окурить огурец или арбуз.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ОКУРИВАНИЯ

1. Важным правилом окуривания гарниров является наличие влаги. Вода является абсорбентом, на котором оседает большое количество фенолов, содержащихся в дыме. Поэтому окурить гарниры, не содержащие в себе жидкость (например, орехи), не получится, но можно искусственно создать влагу, нанеся на гарнир немного сиропа, масла или напитка.
2. Много — не всегда хорошо. Большое количество дыма может придать напитку или гарниру неприятный запах и сильную горечь.

СВЕТ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

Люди в животном мире в первую очередь визуалы, и информация, которую мы считываем глазами, играет, пожалуй, самую важную роль.

Мы получаем колоссальное количество информации с помощью зрения: яркость света и глубина темноты, контрастность между белым и черным, создаем цвета с помощью разной длины волн, регистрируем размер и направление движения. С помощью пары глаз мы можем оценивать расстояния до объектов. Взаимодействие между глазами и мозгом уникально, так как информация передается последовательно сразу через пять каналов связи (синапсом — местом контакта между нейронами). Наш мозг узнает об объекте изучения очень много вещей в один момент, поэтому зрение — самый энергозатратный орган чувств.

Хотелось бы подробнее остановиться на том, как формируется flavour с точки зрения визуализации.

1. ФОРМА

Применимо к работе в баре речь идет в основном о форме посуды и антураже, а также об изменении физической формы жидкостей или гарниров.

В первом случае вы можете выйти за рамки специализированных магазинов для барной индустрии и посмотреть на процесс выбора посуды и сопутствующих материалов немного шире. Попробуйте поискать посуду и предметы антуража в самых необычных местах: блошинные рынки, флористические базы, магазины хозяйственных товаров, магазины аквариумов. Они могут оказаться настоящими эльдорадо для креативного ума бартендера.

Во втором случае мы, конечно же, обращаемся к молекулярной гастрономии/миксологии. Об этом написано уже очень много книг и статей. Мы, в свою очередь, также постарались систематизировать знания об этой технике и вынесли их в отдельный раздел.

2. РАЗМЕР

Конечно же, этот параметр относится во многом к посуде, и вы можете задуматься, зачем мы вынесли его в отдельный пункт. На самом деле человек склонен оценивать по размеру многие вещи и составлять примерные выводы о них. Логично ведь, что гость, только знакомящийся с коктейльной индустрией, будет чаще выбирать лонг-дринки, предполагая, что там будет больше алкоголя (стоит заметить — вывод этот чаще всего ложный). И в данном случае наша с вами задача — заниматься просветительской деятельностью или зарабатывать чуть больше денег из воздуха.

Помните бум, связанный с Crazy Milkshake, и очереди за «икебаной» из сладостей на банке Мейсона? Люди покупали не содержимое

банки, а то, что было над ней.

Разные формы, увесистые украшения, яркие цвета — отличный пример работы нейрогастрономии.

3. ЦВЕТ

В течение всей нашей эволюции цвет использовался, чтобы отсеять незрелое и испорченное еще до того как будут задействованы вкус и запах. Неудивительно, что цвет для нас — до сих пор важный сигнал при контакте с едой.

Первым исследователем влияния цвета на вкус был Триг Энген из Университета Брауна. В 1972 году он провел исследование, в котором изучал разницу в восприятии испытуемыми ароматов цветных и бесцветных образцов. Стоит отметить, что исследование проводилось только с использованием ортоназального обоняния. Выяснилось, что испытуемые ощущают более интенсивный аромат в окрашенных растворах, чем в обесцвеченных.

А вот следующее исследование проводилось уже с использованием ретроназального обоняния, и в данном случае испытуемые отдали предпочтение бесцветным напиткам. Почему? Все просто: смотря на окрашенные напитки, они ожидали яркого вкуса и аромата, хотя на самом деле те были абсолютно идентичны по составу с бесцветными напитками. В данном случае происходил обман. Стоит отметить особо четкую связь обоняния и flavour.

Также на восприятие flavour влияют привычные и непривычные цвета. Это хорошо иллюстрируется экспериментом с конфетами Smarties. Это почти то же самое, что M&Ms, — те же шоколадные конфеты в разноцветной глазури. Как и M&Ms, все они одинаковы по составу (кроме оранжевых, в которых используется апельсиновый шоколад — это фишка Smarties). В одном эксперименте часть добровольцев об этом не знала — ни считали, что конфеты разных цветов различаются по составу. Другая часть была в курсе, что отличаются только оранжевые конфеты. Когда испытуемым давали для сравнения красные и зеленые конфеты, первая группа ощущала разницу в два раза чаще, чем вторая. Если добровольцам завязывали глаза, разница исчезала. Оранжевые конфеты одинаково отличали все испытуемые. Иными словами, мы ощущаем то, что ожидаем ощутить. Дело не в «правильных» или «неправильных» цветах — дело в цветах привычных и непривычных.

С точки зрения нейробиологии информация о цвете закончилась, но существует психосоматика. И если рассматривать цвета через призму психологии, их можно классифицировать, а данные знания применять в приготовлении и оформлении напитков.

Каждый цвет оказывает особое влияние. Существуют общие формы влияния на flavour, которые формировались во время накопления опыта конкретного человека и стереотипами общества.

Многие случаи влияния цвета на flavour напитка очевидны.

Например, ваш гость заказал банановый коктейль, и в случае приготовления коктейля с более насыщенным цветом его вкус будет восприниматься также более ярко. Однако если цвет напитка будет бледно-желтым или белым, вкус также будет казаться не таким выразительным.

КРАСНЫЙ ЦВЕТ

Красный говорит о возбуждении, силе, агрессии и успехе. Это не только эмоциональная, но и физиологическая реакция. Красный цвет целиком захватывает внимание и требует усилий для восприятия. Сосредоточение на красном цвете приводит к повышению пульса и кровяного давления. Красный заметнее других благодаря своему мощному воздействию на вашу периферийную нервную систему. Красный побуждает людей к быстрым решениям.

Вот особенности, которыми также обладает красный цвет.

- Красные коктейли чаще всего воспринимаются как сладкие. Осознанно сдвигая баланс в сторону кислой части, вы уже создадите уникальный flavour у гостя.
- Красный захватывает внимание и выдвигает окрашенные в него объекты на передний план, поэтому красные гарниры и элементы антуража всегда будут яркими элементами композиции.
- Красный создает ощущение тепла. Кофе кажется обжигающе горячим в красной чашке, нежели в зеленой. Но при этом, если речь идет о тарелке, красный цвет, ассоциируясь с полноценной едой, будет скорее притуплять аппетит.

Никогда не задумывались, почему многие рестораны быстрого питания выкрашены в красный? Он активизирует слюнные железы, что приводит к появлению чувства голода и утомляет глаза, заставляя нас есть больше, а затем быстрее покидать помещение.

ЖЕЛТЫЙ ЦВЕТ

Желтый цвет мгновенно регистрируется мозгом, стимулируя его работу и нервную систему. Высокая степень видимости желтого цвета способствует быстрому и четкому мышлению, о чем говорил теоретик цвета Фабер Биррен, который исследовал использование цветовых гамм в повседневной жизни. Именно Биррен придумал в 1950-х годах использовать справочники «Желтые страницы» для облегчения монотонной работы телефонных операторов. Наиболее различимой комбинацией является черный шрифт на желтом фоне, и именно такое сочетание наилучшим образом удерживается в памяти.

- Наиболее частое применение желтый находит на кухне и в столовой — он способствует повышению аппетита.
- Во многих странах желтый цвет означает успех, процветание

и власть. В Японии он служит символом великодушия и благородства: в древности японские воины перед сражением прикалывали на одежду желтые хризантемы как залог храбрости.

- Желтый стимулирует ясное мышление.
- Желтый активизирует другие цвета, делая горячие гаммы сияющими и оживляя прохладные цвета.

ОРАНЖЕВЫЙ ЦВЕТ

- Этот цвет способствует увеличению притока кислорода в наш мозг, усиливает творческую активность.
- Оранжевый образован при смешении красного с желтым, поэтому в нем присутствуют качества обоих цветов.
- Ярко-оранжевый чрезвычайно сильно привлекает внимание, поэтому его в качестве предупреждающего цвета предпочитают строительные рабочие и дорожные полицейские.
- Его охотно используют в магазинах для объявлений о распродажах, так как он отождествляется с хорошим качеством.
- В более приглушенных тонах, подобно цвету спелой тыквы, облепихи или осенних листьев, оранжевый цвет ассоциируется с умиротворением и надежностью.
- Оранжевый цвет издавна использовался на флагах и гербах как демонстрация силы, выносливости и успеха.

ЗЕЛЕНЫЙ ЦВЕТ

- В отличие от других цветов спектра, зеленый воспринимается непосредственно сетчаткой глаза без какой-либо рефракции.
- Зеленый цвет считается релаксантом, соответственно, создает у гостя ощущение спокойной и доверительной атмосферы.
- Чем больше приглушен зеленый, тем выше его успокаивающие свойства.
- В ожиданиях гостя вкус напитка зеленого цвета воспринимается как сбалансированный, свежий, немного сдвинутый в сторону кислотности.
- Также зеленый — это явная ассоциация с растительностью, поэтому ожидание травяного вкуса очевидно.

ГОЛУБОЙ ЦВЕТ

- Приводит к снижению частоты пульса и дыхания и на какое-то время снижает кровяное давление.
- Почти все наши ассоциации с голубым цветом положительные. Когда мы видим голубой или цвет морской волны, на ум приходят небо и спокойное море.

РОЗОВЫЙ ЦВЕТ

- Созерцание розового настолько притупляет гнев и физическую силу, что этот цвет активно применяют в исправительных заведениях и школах для трудных детей в целях профилактики асоциального поведения и уменьшения числа покушений на самоубийство.
- Розовый пассивен, он успокаивает и смягчает эмоции, и известно это с XVIII века, когда считалось, что розовый способствует пищеварению, и в моду вошел пепельно-розовый цвет.

КОРИЧНЕВЫЙ ЦВЕТ

- Цвет земли и древесных стволов, он будит воспоминания о камине и доме, а потому связан с представлениями о комфорте.
- Коричневый рассматривается как великий уравниватель, глушащий другие цвета, и одновременно как цвет дерева, уместный в любой обстановке.
- Коричневый цвет в процессе эволюции стал ассоциироваться с хорошо приготовленной пищей или продуктами естественного происхождения. Обратите внимание на цвета и оттенки выдержанных в древесине напитков: изначально они слегка желтоватые, а выдержка придает напитку ощущение солидности и дороговизны.

БЕЛЫЙ ЦВЕТ

В гастрономии белый означает чистоту или стерильность. Цветовой спектр позволяет ему быть отличным контрастирующим фоном в картине блюда или напитка. Белый отводит внимание от себя и переводит его на гарнир в коктейле или блюдо на тарелке. Люди едят больше именно с белой посуды.

ЧЕРНЫЙ ЦВЕТ

- Бесспорно, черный — наиболее авторитарный и подавляющий цвет спектра. Черный — это цвет тайны, он будоражит вообра-

жение, в особенности если мы говорим о непрозрачном бокале.

- Также черный цвет создает ощущение люксовости и строгости. Это могут быть и элементы напитка, например красты.
- Черный дает ощущение веса и глубины. Людям кажется, что столовые приборы черного цвета весят больше, чем такие же белого цвета.

ЗВУК

Звуки и музыкальное сопровождение играют большую роль в формировании flavour. Уверены, что каждому из вас было бы гораздо приятнее и легче пить бурбон под классическую для американской культуры музыку кантри, чем под индийские мантры, особую тихую и размеренную музыку, которая точно ни у кого не ассоциируется с потреблением алкоголя.

Этот пример, конечно, больше говорит о влиянии некоей информации, которую несет в себе музыка, в данном случае этническая. Слушая кантри, мы выстраиваем в своей голове некий образ провинциальной Америки, соответствующий пейзаж, людей, окружение и всё, что с этим так или иначе связано. Такая же история с мантрами: эти мотивы так или иначе заставляют нас наполнить мозг соответствующим колоритом страны, тем самым настраивая нас на совсем другую волну. Как это использовать в коктейлях? Я думаю, каждый из вас себе это представляет. Всё чаще участники коктейльных конкурсов используют в своих выступлениях музыку. С помощью музыки можно усилить свое выступление и настроить человека на нужную волну, а соответственно, и значительно повлиять на восприятие flavour.

Но есть и другие, гораздо более интересные, исследования, показывающие, как звук может влиять на восприятие вкуса. С эволюционной точки зрения особенные звуки пищи, которая откусывается или пережевывается, давали нашим предкам некую информацию о зрелости овощей или фруктов или свежести мяса.

В нашей повседневной жизни мы не думаем, что звуки пищи — это неотъемлемая часть flavour, но на самом деле это так. Хруст кукурузных хлопьев или звуки обжариваемого во фритюре картофеля — это неотъемлемая часть их вкуса. Дело в том, что когда мы жуем пищу, все, что трескается, ломается, шуршит или просто булькает у нас во рту, отчетливо фиксируется на подсознательном уровне, и мы к этому быстро привыкаем. И если вдруг это звуковое сопровождение пропадет, то можете не сомневаться: ваш мозг сразу это подметит. Как насчет нехрустящих чипсов? Учеными было проведено исследование на примере картофельных чипсов: у людей, которые ели чипсы в наушниках и не слышали привычного хруста, ощущения были значительно менее приятные. И это относилось к восприятию не только вкуса, но и качества. Такие же результаты были получены при дегустации огурцов и моркови. Массимилиано Зампини и Чарльз Спенс получили Шнобелевскую премию за электронную модификацию звука картофельных

чипсов, заставляющую человека, жующего чипсы, поверить в то, что они более свежие и хрустящие, чем есть на самом деле.

Также исследования выявили, что высокие звуки, например звуки флейты, делают продукты слаще, а более глубокие басовые звуки способствуют более яркому восприятию горьких вкусовых ощущений. Однако в баре применять эти знания довольно сложно. Гораздо более практически применимый рычаг воздействия — это, конечно, музыка.

Стоит сказать, что вы всегда можете создавать музыку, ритмично работая и готовя коктейли за барной стойкой. Существует множество видео, сопровождающихся качественными звуками, где бармены готовят напитки, откалывая лед от глыбы особыми пиками, шипя содовой и фильтруя коктейли через двойное сито в бокал. Все эти звуки возбуждают у вашего гостя аппетит, тем самым оказывая самое непосредственное влияние на flavour напитка.

Чарльз Спенс вместе со знаменитым Хестоном Блюменталем разработали блюдо «Звук моря» для ресторана Блюменталя Fat Duck, которое включало в себя разные спецэффекты: съедобный песок, морскую пену и запись криков чаек и шума волн на iPod. Исследования показали, что звуки моря усиливают вкус морепродуктов.

ТАКТИЛЬНЫЕ ОЩУЩЕНИЯ

Тактильное ощущение — один из видов кожной чувствительности.

Оно возникает в результате различной степени деформации кожи под воздействием физических раздражителей. В зависимости от степени этой деформации различают два вида тактильных ощущений: ощущение прикосновения и ощущение давления. Тактильные и мышечно-двигательные ощущения составляют осязание, с помощью которого человек воспринимает качественные особенности поверхности предметов, их плотность, а также место прикосновения предмета к телу и размер раздражаемой при этом поверхности тела. Основным органом осязания у человека являются руки. И это одновременно один из самых чувствительных органов чувств у человека.

С их помощью гость может определить:

- форму,
- размер,
- температуру,
- плотность,
- текстуру.

Получая информацию о предмете, гость начинает испытывать какие-то эмоции в отношении него. Поскольку набор этих эмоций огромен

и у каждого человека он свой, нельзя с полной уверенностью утверждать, что конкретному человеку доставляет удовольствие, а что, наоборот, отвращение. Мы предполагаем, что гость в баре склонен мыслить параллелями относительно продуктов, получая ярко выраженные тактильные ощущения, тем самым в очередной раз мы можем влиять на его flavour.

Например:

- 1) бокал, покрытый резиной или латексом, ощущение глянца — тягучие, полнотелые коктейли с соками и эмульгаторами;
- 2) ворс — сливочный, пушистый;
- 3) керамика, глина, минералы — крепкие, природные вкусы, яркий вкус алкогольных напитков, резкие;
- 4) металл — тяжесть, которая передает усиленную сладость, крепость
- 5) кожа — натуральные вкусы, травяные нюансы, горечь, ноты пряностей и специй

Подводя итог раздела «Нейрогастрономия», мы хотим подчеркнуть, что данное направление является не только актуальнейшим трендом, но и абсолютным будущим индустрии питания. Стоит отметить, что многие вещи мы знали и понимали на интуитивном уровне, но, опираясь на научные труды и открытия, мы можем, наконец, систематизировать эти знания. Эта система очень поможет в создании нового опыта для наших гостей. Приводите примеры, ведите записи, экспериментируйте с гостями — вместе мы сможем перейти на новую ступень в эволюции сервиса, приготовлении и подаче напитков.



FOOD PAIRING

Вы когда-нибудь задумывались, почему некоторые продукты отлично сочетаются друг с другом, а другие абсолютно не подходят? Или, например, как именно появились на свет канонические сочетания, которые мы так часто применяем в баре: текила + грейпфрут, джин + тоник, а иногда комбинации продуктов выдают абсолютно отвратительный результат. В чем природа такого явления, как сочетаемость продуктов?

Да, конечно, человечество уже давно методом проб и ошибок нашло беспроегрешные пары как в мире напитков, так и в еде. На это потребовался не один век. Некоторые национальные блюда на самом деле далеко не всегда вкусны и отображают лишь конкретную территориальную принадлежность продуктов и культурных ценностей.

Тем не менее явление сочетаемости ингредиентов с недавних пор можно объяснить научным способом.

FOOD PAIRING — это научный метод поиска вкусовых сочетаний, который основан на определении общих ароматических компонентов. Эта теория основана на сочетании вкусов продуктов и на внутренних свойствах продуктов (вкус-ароматических соединениях, которые присущи абсолютно всем продуктам). В результате подробного разложения продукта на составляющие, выявления доминант и объединения их с другими доминантами других продуктов образуются особые вкусо-ароматические деревья. Эти особенные конструкции зачастую могут быть невероятными и не иметь никаких культурных или традиционных контекстных ограничений. Именно поэтому рождаются такие необычные сочетания, как белый шоколад и икра, бобы тонка, фасоль и бекон, бальзамический крем с клубникой и сыром эмменталь. Причем в данном случае мы будем говорить именно о вкусе, а не о flavour, опираясь в первую очередь на химический состав продуктов.

КАК РАБОТАЕТ FOOD PAIRING? АЛГОРИТМ FOOD PAIRING

Шаг 1. **АНАЛИЗ ПРОДУКТА С ПОМОЩЬЮ ГАЗОВОЙ ХРОМАТОГРАФИИ.**
Шаг 2. **ВЫЯВЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ОДОРАНТОВ.**

Ключевых одорантов в продукте бывает строго определенное количество, чаще всего от двух до шести. Ключевые одоранты человек воспринимает как запахи. Соответственно, человек найти эти соединения может с помощью обоняния либо, в некоторых случаях, только с помощью специального оборудования. Прибегая к машинному анализу, можно получить информацию о том, какое количество ароматических соединений и в какой концентрации содержится в продукте.

Шаг 3. **СОСТАВЛЕНИЕ ВКУСОВОГО ПРОФИЛЯ.**

Заключается в поиске таких же ключевых одорантов, но уже в составе других продуктов. Построение дерева.

Данный алгоритм является на 100 % научным способом, так как за основу берется информация, полученная при помощи хроматогра-

фа, обработанная компьютерными алгоритмами. Основной силой хроматографического анализа является то, что при его использовании можно определить те ароматические молекулы, которые не в силах распознать наш нос. Например, далеко не каждый человек способен определить в аромате или вкусе джина ноты кардамона (даже при условии, что кардамон используется в приготовлении этого джина). Ведь джин может и не пахнуть кардамоном, по крайней мере на том уровне, на котором мы способны его почувствовать. Тем не менее зная, что кардамон принимает участие в приготовлении джина, можно смело утверждать, что использование кардамона при составлении коктейля может принести хороший результат. Газовая хроматография позволяет безошибочно определить все такие составляющие.

FOOD PAIRING В БАРЕ ДЛЯ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ БЕЗ ГАЗОВОГО ХРОМАТОГРАФА

Не думаем, что у вас в баре есть газовый хроматограф, с помощью которого вы бы смогли разложить используемые продукты на составляющие. Но у нас есть нечто покруче: собственный мозг и органы чувств, которые вместе являются мощными аналитическими инструментами.

Хоть мы и не получаем от своих органов чувств информацию о содержании кардамона в аромате джина, мы можем получить информацию о его наличии в составе и сделать предположение о хорошей сочетаемости этих ингредиентов.

Также в нашем мозге хранится огромный запас знаний, вспоминай и эмоций, который мы накапливаем в течение жизни. В этом банке вкусовых воспоминаний существуют устойчивые сочетания, которые отражаются во вкусе, запахе и внешнем виде продукта.

Далее представлен правильный алгоритм органолептической оценки крепких алкогольных напитков.

Проводя дегустацию, советуем делать заметки по каждому образцу, стараясь уловить как можно больше информации касаясь всех деталей, включая этикетку бутылки. Не забывайте указывать крепость (сильно влияет на ощущение тепла), тип бочковой выдержки (если такая имеется), наличие финишной бочки, сырье, из которого произведен напиток, метод производства и географические признаки. Со временем у вас получится настоящая картотека, по которой вы сможете легко ориентироваться.

1. ВНЕШНИЙ ВИД.

Оценка прозрачности. Алкоголь прозрачный или имеет взвеси? Зачастую такие примеси имеют определенную причину и не являются плохим показателем. Проверить наличие примесей можно с помощью добавления холодной воды. Если в процессе производства отсутствует холодная фильтрация, то при наличии в напитке жиров или тяжелых эфирных масел он помутнеет. Например,

пастис, содержащий в себе большое количество анетола, или отдельные винокурни Шотландии, которые не используют холодную фильтрацию или собирают дистилят с большим количеством первых фракций (голов).

Покрутите бокал, чтобы оценить плотность по так называемым ножкам или слезам, которые стекают по стенкам бокала. Толстые они или нет? Маленькие они или большие и обволакивающие? Длина ножки говорит о высокой чистоте дистиллята, тогда как слезы, которые быстро скатываются, говорят о жирах и примесях. Тянущиеся, тяжелые слезы говорят о наличии сахара.

2. АРОМАТ (НОС)

Не торопясь поднесите образец к носу, запоминая все ароматы. Не делайте большие вдохи сразу, потому что крепкие спирты, особенно образцы бочковой крепости, могут обжечь рецепторы.

Первый вдох — обычно самый лучший показатель. У вас больше не будет возможности повторить самый первый вдох, поэтому извлеките из него максимальное количество информации. Некоторые предпочитают дегустировать с приоткрытым ртом. Делайте так, как вам комфортнее.

Покручивать бокал, как при винной дегустации, можно, если в образце много летучего этанола.

Если крышка пробковая, в ней часто имеются трещины и это может придать образцу специфический аромат. Белым спиртам пробка может придать ароматы старой газеты или мокрого подвала, но такие ароматы улетучиваются через некоторое время.

Образцы должны быть обязательно комнатной температуры: холодные закрывают аромат. Практически все ароматические вещества, которые мы так ценим, являются легколетучими компонентами.

После дегустации аромата можно добавить воды, чтобы раскрыть весь букет.

Во время изучения аромата алкоголя необходимо проводить аналогии и найти похожие ноты в совершенно других продуктах: травах, фруктах, ягодах, мясе, грибах, рыбе, кондитерских изделиях, дыме, специях. При этом обязательно записывайте ассоциации, которые будут возникать. Это может натолкнуть на верные шаги в поисках вкусовых сочетаний и дать идею для создания подачи напитка или коктейля.

3. ВКУС (POT)

Мы говорили про ортоназальное и ретроназальное восприятие ароматов. В данном случае без объединения обоих этих способов распознавания не получится создать целостную картину напитка. Следовательно, как и в винной дегустации, надо набрать образец в рот и вдыхать воздух через сжатые зубы или размазать небольшое количество алкоголя по всей ротовой полости, при этом немного причмокивая. Мы должны как бы разжевать напиток, высвободив из него самые тяжелые одоранты, чтобы они долетели до нашей обонятельной луковицы.

Держите напиток во рту, пока оцениваете его, но не более 15–20 секунд, далее спирт не позволит рецепторам работать правильно. Ищите источники аромата и записывайте их. Если это цитрус, какой цитрус: лимон, лайм, кумкват или помело? Если цветочный, какие цветы? Если пряность, то какая: сладкая, едкая, терпкая? Старайтесь найти аналогии или совпадения между тем, что вы нашли, изучая аромат на предыдущем этапе, и тем, что вы чувствуете сейчас, пробуя напиток. Те ощущения, которые будут схожи или идентичны, пригодятся нам для подбора пары.

Оцените свои ощущения во рту и полнотелость образца. Он тягучий, как сироп, или легкий и тонкий? Меняется ли его вкус за это время? Думайте о том, что вы пробуете и как сбалансирован этот напиток. Записывайте всё. Затем разбавьте образец водой и сравните изменения в аромате и вкусе.

4. ПОСЛЕВКУСИЕ

Теперь оцените послевкусие. Долгое оно или короткое, какие ароматы при этом появляются? Есть ли пряность, горечь или сладость? Некоторые вкусы или ароматы раскрываются после того, как вы сделаете небольшой глоток. В данный момент вы можете почувствовать новые ощущения, которые также пригодятся в дальнейшем для составления вкусовых пар.

Помните, что большую часть вкуса формирует аромат? Да, эта теория исключительно верна, но! Мы чаще всего работаем с крепким алкоголем, который очень агрессивно «обрабатывает» наш язык. А для рецепторов взаимодействие с алкоголем — реакция абсолютно новая, чем просто с пищей. Она новая словно каждый раз, потому что она переходит в разряд химической реакции и flavour начинает формироваться еще до того как мы попробуем алкоголь.

Мы ожидаем, что попробуем алкоголь, и уже чувствуем легкое опьянение, затем спирт проводит с нами термическую шутку, обжигает рецепторы, а затем он же действует на отдельные участки мозга, формируя вкусовые ощущения, но не через язык или аромат, а через кровь, заставляя вырабатывать гормоны. Поэтому для оценки алкоголя и подбора к нему пар самостоятельно мы также должны думать о flavour.

Далее представлен подробный алгоритм работы с алкоголем, который позволит находить вкусовые пары методом Food Pairing.

АЛГОРИТМ ПОИСКА ВКУСОВЫХ ПАР МЕТОДОМ FOOD PAIRING

- Выпишите данные, которые вы получили, проводя дегустацию алкогольного напитка.
- Составление карты запахов. Разделите запахи на доминирующие группы.



КАРТА АРОМАТОВ

- Продолжите мысль о доминанте в разрезе продуктов. Небольшое количество продуктов, подходящих под каждый вид запахов, указано в карте.
- Выберите потенциально подходящие для пары продукты.
- Выберите наиболее понравившиеся продукты (ориентируемся на flavour и опыт).
- Выделите в аромате продуктов доминирующие ноты, согласно карте запахов.
- Выделите самый яркий тип запаха.
- Найдите продукты, которые обладают такими же характеристиками запаха. Ищите ароматы в нетипичных продуктах, тогда у вас получится действительно интересное сочетание.
- Теперь у вас получилось дерево, состоящее минимум из трех компонентов.
- Теперь можно их объединить, используя известные техники обработки для каждого продукта. Под техниками подразумеваются термическая обработка, изменение формы и текстуры, приготовление премиксов, соусов, чипсов или муссов. В данном случае это вопрос фантазии и ощущений.
- **БОЛЕЕ ПРОСТОЙ СПОСОБ ПОИСКА ПАРЫ** — это просто воспользоваться готовыми деревьями Food Pairing, которые в огромном количестве есть в Интернете. Вам необходимо разобраться с запахами алкоголя, выделить один или два продукта и найти в Интернете пары для него.

ЧТО НАСЧЕТ COCKTAIL PAIRING?

Его алгоритм практически ничем не отличается от поиска пар для алкоголя, но стоит помнить, что коктейль сам по себе является комбинацией, и поиск может оказаться более сложным. Поэтому для коктейлей мы составили несколько рекомендаций:

1. Эффектно готовить коктейль вместе с блюдом и придерживаться правила, что коктейль без блюда, так же как и блюдо без коктейля, работает неправильно. Это позволяет раскрыть грани впечатлений Food Pairing с новой стороны.
2. Думайте о коктейле как о приправе.
3. Пара для коктейля должна быть значительно более сложной, чем для просто напитка.
4. Если кухня предлагает блюда с тонкими ароматами (птица, рыба), готовьте коктейль с мощной ароматической составляющей (тропики,

мощные травы, пряности). Если же блюдо пряное, используйте легкие, ненавязчивые ароматы (тонкие цветы, водянистые фрукты, овощи).

5. Для жирных блюд используйте крепкие коктейли. Классические коктейли в данном случае отлично подойдут. Крепкие напитки выполнят роль моющего средства для рецепторов.
6. Салаты с крепкими коктейлями не сочетаются. Подходящая пара для них — лонг-дринки. Внимательно подходите к наполнению, необходимо, чтобы коктейль не конфликтовал с продуктами в салате.
7. Работайте в паре с поваром как в одну сторону — есть блюдо и придумывается коктейль, так и в другую — есть коктейль и придумывается блюдо.

Подведем итоги по методу Food Pairing. Food Pairing — это в первую очередь метод научного поиска вкусовых сочетаний. На основе данного метода мы можем с помощью описанных алгоритмов находить вкусовые пары для различных продуктов, и в том числе для алкоголя. Для лучшего понимания метода необходима постоянная практика.

The background of the entire page is a repeating pattern of stylized molecular structures. Each unit consists of a central grey triangle with two smaller grey triangles attached to its sides, connected by thin grey lines. These units are arranged in a staggered grid across the entire page.

МОЛЕКУЛЯРНАЯ МИКСОЛОГИЯ

Многим тема кажется избитой, но не нам. Техника, позволяющая создавать удивительные формы и обыгрывать уникальные подачи.

МОЛЕКУЛЯРНАЯ МИКСОЛОГИЯ/ГАСТРОНОМИЯ — термин, обозначающий процесс изменения физической формы компонента, входящего в состав коктейля или гарнира, используя специальные добавки и физико-химические процессы.

Впервые термин «молекулярная гастрономия» родился в 1992 году. Он связан с появлением на свет первой «мастерской» для поваров, которую открыла известный преподаватель кулинарии англичанка Элизабет Кодри Томас. В этой «мастерской» профессиональные повара могли узнать о физико-химических процессах, происходящих с продуктами во время приготовления. Первая встреча прошла в рамках обсуждения основ пищевой химии и состояла в соотношении 50/50 из поваров и ученых. Очевидно, что большинство поваров было настроено скептически, но, так или иначе, данная «мастерская» просуществовала до 2004 года, подарив жизнь такому направлению, как молекулярная гастрономия. Встречи в рамках данной сессии эволюционировали, повара начали проводить собственные эксперименты и исследования на кухне с помощью лабораторного оборудования и ингредиентов пищевой промышленности.

Молекулярная миксология — один из самых эффективных инструментов для преобразования форм и текстуры коктейля. Она отлично подходит для коктейлей с футуристичным подтекстом и является отличным вау-эффектом. При этом она очень удобна в использовании и реализуема в самых разных заведениях, от кофеен до баров люксовых отелей.

Ключевые техники молекулярной гастрономии даны ниже.

СФЕРИФИКАЦИЯ

СФЕРИФИКАЦИЯ — это кулинарный процесс формирования жидкости в сферы, которые визуальнo и текстурно напоминают икру. Состоит сферификация, по сути, из двух процессов:

- контролируемое гелеобразование жидкости;
- погружение жидкости в ванну.

В результате погружения в ванну жидкость преобразуется в сферы с тонкой оболочкой.

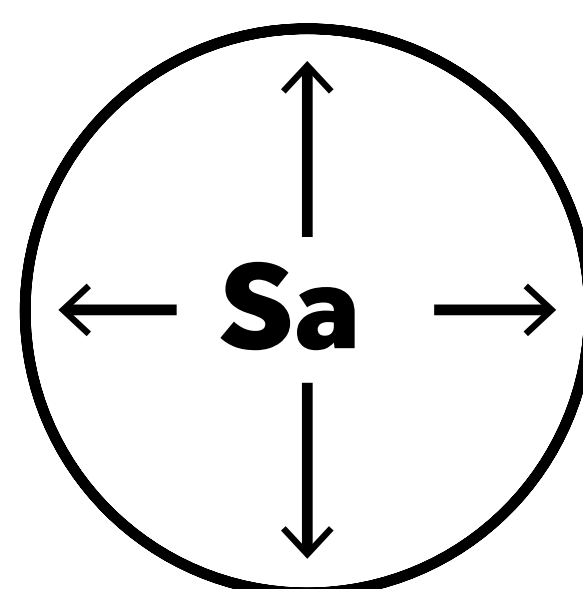
Используемые вещества:

1. Альгинат натрия — природный полисахарид, добываемый из бурых водорослей, произрастающих в холодных водах. В присутствии кальция альгинат натрия образует гель без нагревания.
2. Лактат кальция — кальциевая соль молочной кислоты (кальций молочнокислый). Лактат кальция хорошо растворим и легко усва-

ивается, не раздражает слизистую оболочку желудка, поэтому он является хорошим донором кальция и используется для обогащения, например, фруктовых соков. Лактат кальция применяется в качестве питания для дрожжей в хлебобулочных изделиях и в качестве отвердителя для фруктов в консервах, а также как заменитель поваренной соли.

Существуют два основных вида сферификации:

1. КЛАССИЧЕСКИЙ — погружение жидкости с альгинатом натрия в ванну из лактата кальция.



CI

ПЛЮСЫ

- Идеально подходит для получения очень тонкой мембраны сферы. Это положительно влияет на вкусовые качества. Также мембрана получается по вкусу такая же, как и жидкость, из которой делается сфера.
- Гораздо легче получить идеальный шар.
- Малое время ожидания — весь процесс занимает около часа.
- Отлично подходит для изготовления очень маленьких сфер.
- Можно изготавливать сферы из чистого алкоголя без добавления воды.

МИНУСЫ

- Сферы недолговечны.
- Процесс гелеобразования невозможно остановить, сфера в конечном счете превратится в шарик желе.
- Реакция не работает при $pH > 3,6$. Уровень pH легко проверить с помощью лакмусовых бумажек, которые продаются в любой аптеке.
- Реакция не работает при высоком содержании кальция.

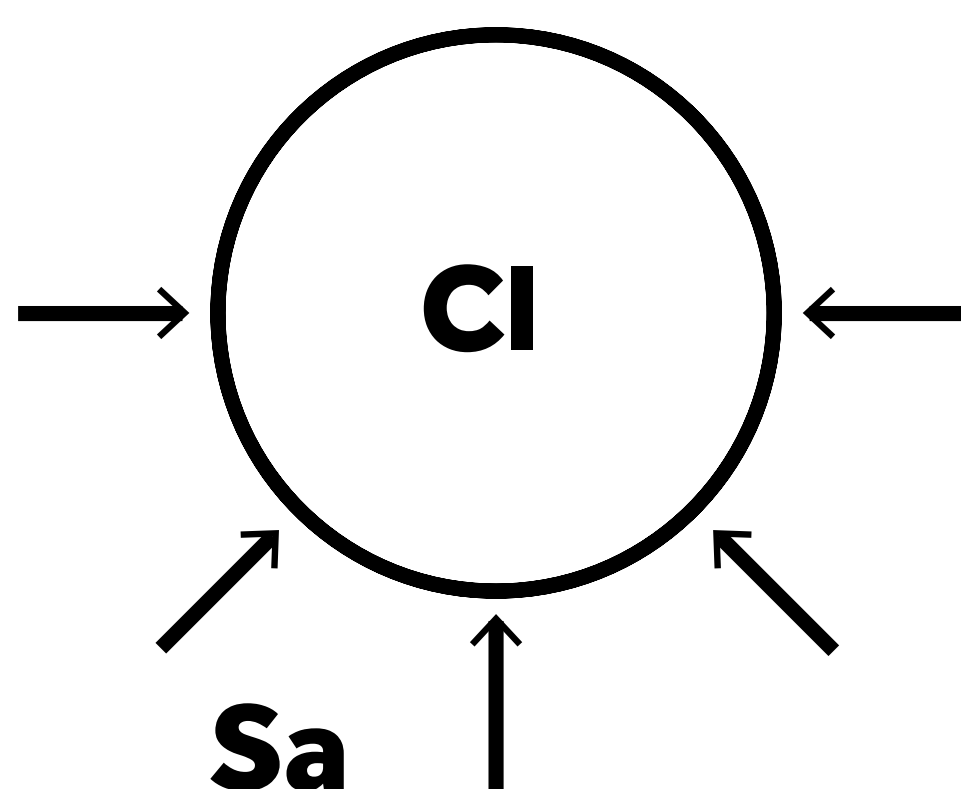
ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ

- Оптимальное количество альгината для раствора: 0,5 % (0,5 г на 100 г жидкости).
- Оптимальное количество лактата кальция: 1 % (1 г на 100 г жидкости).
- В жидкости комнатной температуры смешать альгинат с сахаром (опционально), регулировать уровень кислотности путем добавления цитрата натрия.

- Для ванны с лактатом кальция используйте воду из бойлера.
- Советы для удаления пузырей в растворе альгината: холодильник, магнитная мешалка, вакуумный аппарат.
- Для упрощения изготовления сфер можно увеличивать плотность в ванне кальция до 20 %.

2. РЕВЕРСНЫЙ (Insideout) — погружение жидкости с лактатом кальция в ванну из альгината натрия.

Более универсальный способ, чем классическая сферификация. Можно изготавливать сферы практически из любого продукта. Больше всего подходит для жидкостей с высоким содержанием кальция (молоко, йогурт, сыр), соков и алкогольных смесей крепостью до 12–15 %.



ПЛЮСЫ

- Могут храниться в формате заготовок. Процесс гелеобразования останавливается сразу.
- Существует практика вымачивания в ароматных жидкостях. Достаточно просто поместить готовые сферы в ароматное масло или любой другой ароматный раствор.
- Отлично подойдет для изготовления сфер больших размеров.

МИНУСЫ

- Не подходит для чистых алкогольных напитков.
- Процесс освобождения ванны с альгинатом от воздуха занимает до 24 часов при отсутствии вакуумной камеры или другого средства удаления воздуха.
- Создать идеальную сферу сложнее из-за того, что вы погружаете раствор для сферы в ванну с вязкой жидкостью.

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ

- Оптимальное количество лактата кальция для раствора: 1 % (1 г на 100 г жидкости).
- Оптимальное количество альгината для раствора: 0,5 % (0,5 г

на 100 г дистиллированной воды).

- Рекомендуется увеличивать вязкость жидкости с помощью ксантановой камеди (0,2–0,5 %).
- Для того чтобы изготовить сферы с алкогольными растворами, необходима связующая часть в виде глюкозного сиропа и ксантановой камеди. Глюкозный сироп добавляется в объеме 20 % (20 г на 100 г жидкости).
- Для растворения альгината натрия в воде сначала необходимо разогнать его в 1/3 воды от номинального объема, затем добавить оставшийся объем. Растворяется он плохо, поэтому процесс может занять около 5–7 минут. Затем пропустить раствор через сито и оставить в холодильнике до полного исчезновения пузырьков воздуха или воспользоваться вакуумной камерой.

РЕВЕРСНАЯ СФЕРИФИКАЦИЯ, ЗАМОРОЗКА. Точно такой же процесс, как и обычная реверсная сферификация, с дополнительным шагом — заморозкой премикса.

Гораздо более простой способ, не требующий практики. Достаточно просто разлить премикс по формам и заморозить, затем замороженные полусферы опустить в раствор альгината.

Процесс разморозки можно ускорить, если нагреть ванну с альгинатом.

РЕВЕРСНАЯ СФЕРИФИКАЦИЯ, НАГРЕВАНИЕ — в данном случае к премиксу, помимо кальция, добавляют агар-агар (в стандартных пропорциях). Премикс разливают по формам и ждут полного застывания, затем застывшие фигуры погружают в раствор альгината. После этого помещают в емкость с кипящей водой.

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ

- Наполняйте ванну до краев.
- Выливайте жидкость на расстоянии не более 3 см над поверхностью ванны.
- Используйте для ванны плоскую емкость.
- Для изготовления маленьких сфер методом классической сферификации используйте пипетку Пастера или мультипипетку.
- Для реверсной сферификации используйте ложку полусферической формы (отлично подойдет мерная).
- Не позволяйте сферам плавать на поверхности ванны.
- Не давайте сферам касаться друг друга.
- После каждой новой сферы необходимо мыть мерную ложку.

ГЕЛИ

Гелеобразование — это процесс превращения вещества в гелевую форму с помощью гидроколлоидов. На современной кухне техника гелеобразования имеет много различных применений. Она может служить для стабилизации жидкостей, придания различных форм (текстур), для осветления жидкостей, устранения осадка.

Гидроколлоид — вещество, которое равномерно распределяется внутри другого под воздействием температуры и блендера. Распределяясь по объему вещества, гидроколлоид связывает молекулы вещества в единую сеть. Это происходит потому, что большинство гидроколлоидов, которые применяются в молекулярной миксологии, являются полисахаридами.

На основе определенной структуры молекулы гидроколлоида характеристики геля отличаются. Различные свойства включают в себя:

1. Термообратимость — возможно ли использовать повторно при нагреве.
2. Тенденция к синерезису — количество выделяемой воды после заморозки геля. Например, после заморозки геля из агар-агара воды выделится больше, чем из геля, приготовленного из желатина. Именно поэтому для осветления кордиалов используется чаще агар-агар или пектин. Также оценивается устойчивость к многократной заморозке и разморозке.
3. Ясность — некоторые гели более прозрачны, чем другие.
4. Предел текучести: некоторые жидкости ведут себя как гель в состоянии покоя, но переходят в жидкое состояние при физическом воздействии, например при тряске. Они называются тиксотропными жидкостями, ярким примером их является кетчуп.
5. Текстура. В данном случае текстура оценивается по эластичности, хрупкости и жесткости.
6. Температура плавления и застывания. В зависимости от гидроколлоида она изменяется.

Существует множество различных видов гидроколлоидов, большинство которых имеет различные наборы свойств. Мы рассмотрим агар-агар и желатин.

ЖЕЛАТИН — белковое желирующее средство. Для выработки желатина используют кость крупного рогатого скота. Сам по себе желатин не имеет ни вкуса, ни запаха. Тип геля напрямую зависит и от типа желатина, и от его количества.

От 0,27 до 0,55 листа на 100 мл жидкости — мягкий гель.

От 0,55 до 1,6 листа на 100 мл жидкости — полутвердый гель (паста).

До 3,3 листа на 100 мл жидкости — твердый гель.

Для растворения необходимо замочить желатин на 5–10 минут в воде. Затем воду, в которой замачивался желатин, необходимо слить. Далее желатин необходимо взбить с помощью блендера в жидкости, из которой планируется сделать гель, при температуре около 50 °C.

АГАР-АГАР — желирующий агент, извлеченный из красных водорослей. Широко применяется для стабилизации пены, но чаще выступает как добавка для создания гелей. Является термообратимым и держит форму при повышенных температурах.

От 0,2 до 1,5 % для мягких гелей. Сначала готовим обычный гель, затем разбиваем его с помощью блендера, добавляя воду или ксантановую камедь. Также из жидких гелей можно делать пену с помощью сифона.

От 1,5 до 3 % для твердых гелей.

Хорошо растворим в горячей воде (при доведении до кипения в течение 3–5 минут). Кислая среда является благоприятной.

ПЕНА

Пена — это подкатегория дисперсии. Дисперсией химических соединений называется смесь из двух или более веществ, которые мелко распределены друг в друге. При этом их легко можно разделить физическим способом. Когда твердое вещество переходит в жидкость, это называется суспензией. Когда жидкость диспергирует в жидкость — эмульсия. Когда газ диспергирует в жидкость — это пена.

ЭМУЛЬГАТОРЫ

Эмульгаторы — вещества, обеспечивающие создание эмульсий из несмешивающихся жидкостей. При приготовлении домашнего майонеза естественные эмульгаторы в желтках и горчице помогают объединить масло и воду.

Конкретно в пенах поверхностно-активные вещества снижают поверхностное натяжение жидкости, что, в свою очередь, влияет на величину давления, которое может накопиться в пузырях, прежде чем они лопнут.

ПЕНА — это любое тело (жидкое и твердое), которое имеет в себе распределенный газ, удерживающийся с помощью эмульгатора.

В молекулярной гастрономии пены пользуются чуть ли не самой большой популярностью. Огромное разнообразие форм и текстур, а также очень удобные способы хранения открывают бесконечные горизонты для фантазии.

Критерии оценки пен следующие.

Все пены состоят из двух частей: дисперсная фаза (пузыри) и жидкая фаза (непосредственно жидкость). Если подходить к каждой по

отдельности, можно влиять на текстуру. Текстура, в свою очередь, напрямую зависит от двух переменных — вязкости и бархатистости. Бархатистость определяется размером пузырьков, вязкость — временем прохождения твердого тела через жидкость.

ВИДЫ ПЕН

- 1. БЕЗЕ.** Готовят на основе яичных белков или сухого белка, затем получившуюся пену дегидрируют в духовке при низкой температуре. Результат — хрустящие мягкие кондитерские изделия, которые будут держать свою форму бесконечно.
- 2. ТВЕРДЫЕ ПЕНЫ** (спонж). По принципу изготовления напоминают хлеб.
- 3. МУСС.** Технически это пена, получившаяся в жидкости. Разница, однако, состоит в том, что из жидкости изначально готовят гель, а затем при помощи эмульгаторов заставляют газ задержаться в структуре пены.
- 4. ПРОЗРАЧНАЯ ПЕНА.** В данном виде пен не используют жиры, но текстурно они напоминают взбитые сливки. Это получается благодаря такому эмульгатору, как ксантановая камедь. К сожалению, так как камедь является еще и мощным гелеобразующим компонентом, данные виды пен не очень ароматны.
- 5. ЭСПУМУА, ИЛИ AIR FOAMS.** Самые ароматные пены с великолепной текстурой. Для данного вида пен используют только чистый соевый лецитин или сукро. Они не имеют гелеобразующих свойств. В результате получается едва ощутимый языком, но очень ароматный продукт.

ЭМУЛЬГАТОРЫ ДЛЯ БАРА

- 1. БЕЛОК.** Самый распространенный эмульгатор в баре гораздо более эффективно работает при комнатной температуре, именно поэтому мы часто используем сухой шейк. Если использовать сифон, то из-за высокого давления пена будет казаться кремовой.
- 2. СУХОЙ БЕЛОК.** Порошкообразная масса, получаемая в процессе отделения желтков от белков и ферментации (извлечение глюкозы). Далее следует пастеризация и сушка. 1 кг эквивалентен 90 свежим куриным яйцам.
- 3. КСАНТАНОВАЯ КАМЕДЬ** является одним из самых простых компонентов (E415). Широко применяется для загущения жидкостей. Имеет очень нейтральный вкус, соответственно, не требует дополнительной маскировки. При маленьких дозировках образует слабый гель высокой вязкости. Для изготовления пены из жидкости с ксантановой камедью обычно добавляют от 0,2 до 0,8 %. Растворяется камедь при любой температуре. Достаточно использовать погружной блендер. После растворения необходимо ввести газ в жидкость. Существует два доступных способа получе-

ния пены с помощью ксантановой камеди: 1) сифон + баллон NO₂, результат — стабильная пена с мелкой текстурой; 2) аэратор для аквариумов.

- 4. СОЕВЫЙ ЛЕЦИТИН** — натуральный эмульгатор и стабилизатор. Широко применяется для повышения эластичности теста, стабилизации эфиров и других пен. Растворим при любых температурах. Для пен достаточно от 0,25 до 1 % по весу.



ТРАДИЦИОННО ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОДАЧА

Сейчас мы поговорим о такой технике в создании идеальной подачи, как традиционно-историческая подача.

Основной идеей данного метода является подача алкогольного напитка таким способом, в паре с такой закуской и в таком окружении, чтобы максимально раскрыть атмосферу потребления данного напитка в месте его производства в соответствии с местными традициями.

Алкогольные напитки — это жидкая концентрация в небольшой бутылке культуры той или иной страны. Алкогольные напитки, будь то коктейли или национальный напиток какой-либо страны, являются отличными проводниками в культуру конкретного народа или просто места и способа его производства.

Представьте, что вы совсем не знакомы с шотландским виски. Вы не знаете о нем почти ничего. Придя в бар и заказав скотч с желанием узнать, что же это такое, вы получаете от молчаливого бармена свою порцию виски Lagavulin (просто потому, что, по мнению бармена, это один из лучших островных представителей). Можно быть уверенным в том, что большинство неподготовленных гостей в таком случае будет шокировано необычным йодисто-торфяным вкусом и экспрессивным ароматом этого сильного виски и у доброй части такое знакомство вызовет серьезное недопонимание.

Отматываем назад. Мы снова сидим за той же стойкой, получаем этот же виски, но уже на каменной подставке, обложенной северным мхом, рядом бокал воды, морская соль и окуранные корой дуба проростки ячменя. Параллельно с подачей напитка бармен рассказывает нам об особенностях производства Lagavulin, географии острова Айлей и о том, как правильно следует пробовать напиток.

Разница в восприятии будет очевидна. В чем главное отличие этих двух случаев? И в первом, и во втором случае гость не знал, на что он идет, и тыкал пальцем в небо, в обоих случаях мы имеем один и тот же Lagavulin со своими вкусовыми особенностями.

Конечно, во втором случае мы увеличиваем шансы на то, что напиток понравится гостю, потому что мы преподносим его с правильной стороны и нужном контексте. Но даже если гостю напиток не понравится, мы полностью держим ситуацию под контролем, гость благодаря такой подаче и детальному рассказу об особенностях производства будет понимать, какой перед ним продукт, и не сделает ошибочных выводов о нем, просто вернется к нему чуть позже. В данной ситуации благодаря Perfect Serve мы исключаем те случаи, когда гость из-за своей неосведомленности может сделать негативные выводы о бренде, вашем баре или вас.

Если мы говорим об алкогольном напитке как о культурном феномене, то подавая напиток в компании с историческими вырезками о его создании или просто в разрезе истории страны его происхождения, мы настраиваем нашего гостя на нужную нам частоту.

В главе «Нейрогастрономия» мы уже выяснили, что человек воспри-

нимает напитки и еду не только с помощью носа и языка, а комплексно всем мозгом. Звук, свет, тактильные ощущения — все это оказывает в той или иной степени влияние на восприятие напитка. Еще одной важной деталью является информационная подготовка, или Story Telling.

Просто Lagavulin и Lagavulin с рассказом об особенностях его производства и географии будут восприниматься гостем абсолютно по-разному. Далее, руководствуясь постулатами из второй главы, рассмотрим возможные пути создания исторических, традиционных или идейных подач алкогольных напитков или коктейлей.

ЦЕРЕМОНИЯ ПИТИЯ

Во многих странах существуют ритуалы или церемонии питья. Такие обычаи являются наиболее аутентичными инструментами, с помощью которых вы способны сразу погрузить гостя в атмосферу страны напитка.

Количество церемоний питья и их разнообразие напрямую связаны с географией конкретной страны и протяженностью культурного потребления алкогольных напитков в ней. Откуда же взялись традиции и обычаи потребления алкоголя?

Например, такой феномен, как тост, берет свои корни из античной Греции, когда люди выпивали в честь своих богов. Позже выпить в честь своих товарищей стало сродни тому же, что и выпить в честь богов. Далее люди стали употреблять алкогольные напитки уже в честь благосостояния, с пожеланиями доброго здоровья своим правителям.

В начале Средних веков появляются документы о ритуальном распитии вина, свидетельствующие о заключения мира между двумя престолами. Ровно в этот момент появляются общественные чаши для повседневного употребления вина во время трапез. И мы с вами можем наблюдать, как медленно, но верно алкоголь становится неотъемлемой частью жизни человека и общества, формируя уникальную для каждой отдельной страны форму употребления алкогольных напитков, от приветливого и емкого Cheers в Европе до длинных рассказов в Грузии.

Так или иначе, тост, который задумывался как религиозный акт, всегда выполнял оправдательную функцию чрезмерного употребления алкоголя. Просто-напросто с демократизацией общества демократизировалось и употребление алкоголя, формируя яркие и не очень традиции питья. Также в некоторых странах с течением времени происходили переломные моменты в истории конкретных народов, образуя обычаи.

Далее рассмотрим на примерах, как всё вышесказанное может применяться в контексте Perfect Serve при традиционной подаче.

В качестве традиционной подачи может выступать:

1. ИСТОРИЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАПИТКА.

Каждый алкогольный напиток имеет уникальную историю того, как он становился популярным. Некоторые из них настолько яркие, что порой их популярность связана больше с мифами и историческими моментами, которые о них слагают. Конечно же, мы можем использовать всё многообразие этих легенд для того, чтобы сделать по-настоящему качественную и запоминающуюся подачу. Переломные периоды в истории развития напитка очень точно отражают его душу и помогают нам через подачу создать краткий пересказ истории.

2. КУХНЯ.

Конечно же, в качестве дополнения к вашей традиционной подаче могут послужить локальные продукты, закуски, блюда и прочее, связанное с гастрономией. Этот элемент можно найти абсолютно в каждой стране, но стоит отметить, что в контексте традиционной подачи мы не говорим о сочетании напитка и блюда сквозь призму научного подхода Food Pairing. Несомненно, пара должна быть вкусной, ну или как минимум не иметь конфликта. При этом гастрономическая роль в традиционной подаче должна быть минимальной. Лучше всего комбинировать традиционную кухню и остальные элементы традиционно-исторической подачи.

3. ИСКУССТВО.

Для создания или усиления традиционно-исторической подачи вы можете обратиться к творческому наследию страны, где был рожден напиток. Это всегда запоминающийся и яркий момент. Антураж может быть представлен в виде предметов архитектуры, живописи, техники, изобретений, музыки, элементов одежды, посуды.

4. ГЕОГРАФИЯ.

В этот пункт мы включаем такие аспекты, как флора и фауна страны происхождения напитка, климат и характерный пейзаж.

5. ИМИТАЦИЯ ТИПИЧНОЙ ДЛЯ ХАРАКТЕРА НАПИТКА СИТУАЦИИ.

В данном контексте подразумевается, что изучая историю конкретного напитка в разрезе того, кто и при каких обстоятельствах мог бы его пить, мы можем особым образом подойти к процессу имитации момента потребления данного напитка.

6. ИНФОРМАЦИЯ О БРЕНДЕ.

Использование информации о бренде, полученной от производителя.

Все вышеперечисленные пункты не являются взаимоисключающими. Один элемент может быть отражен сразу в нескольких пунктах. Не стоит выбирать что-то одно.

Подача во многом привязана к Story Telling. В большинстве случаев воплощенная в жизнь идея не будет иметь веса без красивого рассказа о ней, так как будет просто непонятна гостю.

Помните о постулатах нейрогастрономии, именно в применении данного направления при подачах напитка знания из этой области особенно важны.

При создании традиционно-исторической подачи основными каналами воздействия на гостя являются визуализация, звуковые эффекты, тактильные ощущения, информационная подготовка. Гастрономия отходит на второй план. Мозг перенастраивается с глубокого восприятия рецепторами вкуса и аромата на другие органы чувств.



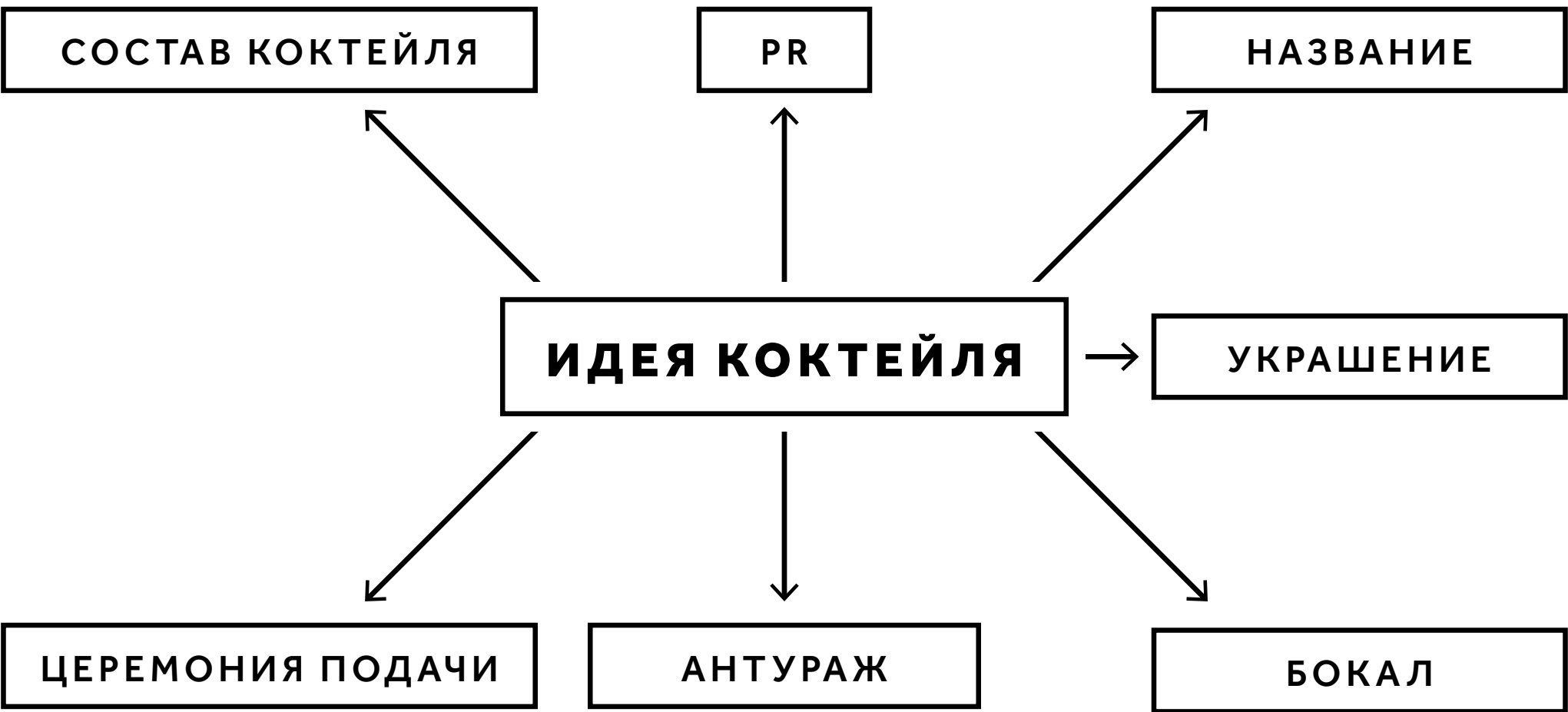
ИДЕЙНЫЕ КОКТЕЙЛИ

Идейная подача касается только коктейлей.

Идейная подача напитка — это максимальное погружение в концепцию выбранной тематики коктейля от а до я.

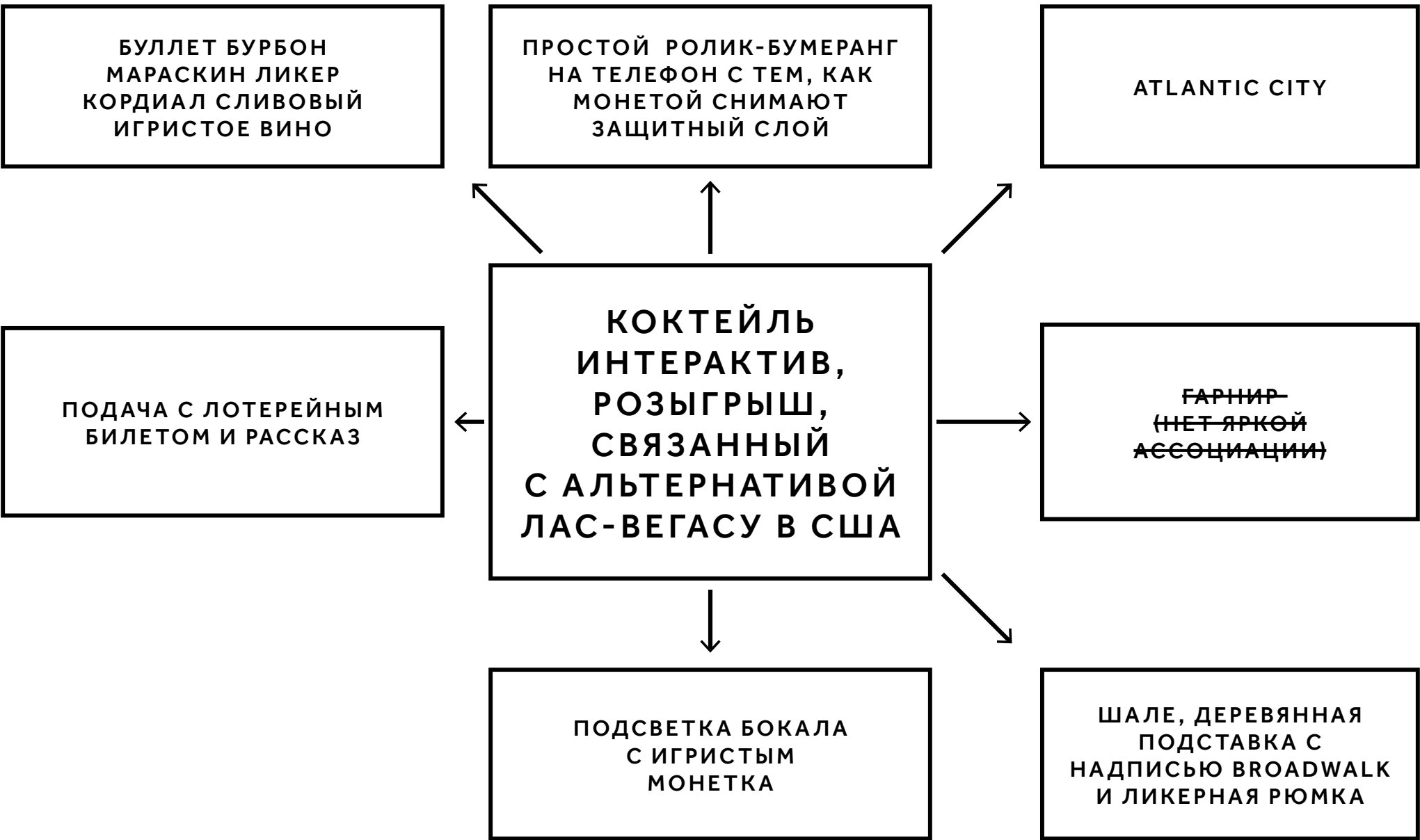
Идейные коктейли — это те самые великолепные напитки, которые вы создаете на коктейльных конкурсах. Напитки, созданные, например, для программы World Class, сами по себе являются коктейлями идейными. И главный момент, о котором нельзя забывать, — это алгоритм создания такого напитка.

Первое, с чего начинается коктейль, — это мысль. Мысль о том, каким образом будет представлен ваш напиток. Это будет некое связующее звено между всеми остальными нюансами, такими как вкус, украшение, подача, бокал, название, антураж, PR, легенда.



Появиться эта мысль может в любой точке. Но при этом, создавая другие точки, нужно отталкиваться от основной мысли.

Например, коктейль Atlantic City.



Должна прослеживаться кратчайшая связь между всем, что касается коктейля, и его главным тезисом. Тогда гостю будет понятна и интересна идея, а коктейль будет наполнен гармонией.

ДЕТАЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ВЫБРАННОЙ ТЕМАТИКИ

Вы должны владеть исчерпывающей информацией о всех вопросах, которые связаны с темой вашего коктейля. Это сложит у вас объективное представление и даст вам информационные поводы для PR и наполнения легенды коктейля.

Примерный алгоритм создания идейного коктейля:

1. Рождение идеи в формате:

- A. Необычная форма посуды.
- B. Произведения искусства (кинематограф, живопись, литература).
- C. Харизматичные личности.
- D. Уникальные идеи.
- E. Редкие и необычные компоненты.
- F. Ситуативность.

2. Неважно, из какой точки схемы вы черпали вдохновение для создания напитка (особая посуда, вкус коктейля, использование определённого ингредиента или истории). Главное, в итоге учесть каждый отдельный блок, так как это будет способствовать комплексному восприятию коктейля, и основная его идея будет понятна практически каждому гостю.

3. Изучаем вопрос более глубоко, чем на момент возникновения идеи:

- A. Биографии людей.
- B. Книги о выбранной теме.
- C. Фильмы о выбранной теме.
- D. Технические вопросы.
- E. История выбранной темы.

Чем больше вы изучите вопросов, тем лучше. Параллельно записывайте возникающие идеи.

Создаем все элементы коктейля (название, состав, подача, украшение, гарнир) по одношаговому пути от основной мысли-идеи. Если возникают трудности или путь от основной мысли до какого-либо элемента непростой, то возвращаемся к пункту 3 и продолжаем изучать вопрос, пока не найдем единственно правильное решение.

На этом алгоритме заканчивается теоретическая часть, посвященная Perfect Serve. Далее мы перейдем к разбору конкретных примеров, которые помогут сделать картину более ясной.

**ПРИМЕРЫ
ОТ ½ PERFECT
SERVE BAR
GUILD**

ПАРА TANQUERAY NO 10 С ТАРТАРОМ ИЗ АНАНАСА С МОЛОДЫМ ГОРОХОМ И ГРЕЙПФРУТОВОЙ ПУДРОЙ.



Данная пара основана на знаниях об ароматических соединениях, полученных в лаборатории из конкретных продуктов: ананаса и гороха. Эти ингредиенты были дополнены грейпфрутовой пудрой, которая подчеркивает цитрусовое сердце джина Tanqueray.

Если вы начнете искать пары для джина (и не важно Distilled или Londondry), вы непременно наткнетесь на сочетание со свежим горохом и маракуей. Но мы бы хотели, чтобы наши пары были действительно

необычны, а маракуя имеет славу беспроявляемого ингредиента, поэтому было принято решение подыскать альтернативный ингредиент для нашей подачи. Таким ингредиентом оказался свежий ананас.

Чтобы подача выглядела более эффектно, мы решили использовать уже классический «фокус» с горшком. Это всегда выглядит необычно, эстетично и очень удобно. Просто закладываете в горшочек рубленый ананас и горох, обильно посыпаете грейпфрутовой пудрой, присыпаете дегидрированными оливками (будет выглядеть как земля, а на вкус практически не повлияет) и украшаете ростками гороха.

ГРЕЙПФРУТОВАЯ ПУДРА:

Снимите цедру с 3х грейпфрутов (если в баре вы готовите свежавыжатые соки, то лучше не выбрасывать отжатые цитрусовые, а переработать их). Сушите цедру в дегидраторе 5 часов при 50 градусах. Перетрите в ступке. Добавьте столовую ложку сахарной пудры.

TANQUERAY NO. TEN

Tanqueray No. TEN — всемирно известный суперпремиальный джин из Англии с более чем 170-летней историей.

Он создается из 8 ботаникалов самого лучшего качества со всех уголков планеты: цитрусовые придают этому уникальному джину тонкий вкус, а входящие в состав рецептуры растения, в частности, ромашка, раскрывают в Tanqueray No. TEN необычайную мягкость и бархатистость.

Tanqueray No. TEN производится маленькими партиями, причем, цитрусовое сердце перегоняется отдельно в кубе объемом всего 400 литров. Кропотливый процесс дистилляции доводит вкус этого напитка до совершенства, делая его идеальной основой для изысканной классики — сухого мартини.

Неоднократно признавался экспертами как лучший напиток в категории Best White Spirit на всемирно известном конкурсе в Сан Франциско.



TANQUERAY NO 10 FOOD PAIRING С СЕЛЬДЕРЕЕМ, ДЫНЕЙ И АВОКАДО



Рассмотрим поиск пары для напитка, опираясь на его вкус и ароматический профиль.

При первом вдохе мы четко можем выделить 2 большие группы ароматов:

1-я — тонкие ароматы сочных фруктов.

2-я — зеленые или травяно-овощные.

При этом, стоит заметить, что у Tanqueray вторая

группа ароматов очевидна и выражена в крайне необычной форме. Это своеобразный овощной сбалансированный микс.

Вкус у джина округлый, не резкий. Довольно мягкий. Хочется отметить его маслянистость и бархатистость.

В послевкусии проявляются цветочные тона и тонкая цитрусовая резкость.

Сопоставив все ощущения, мы провели параллели с продуктами:

1. Тонкий фруктовый с большим содержанием воды — дыня. При этом, дыня не сахарная.
2. Травяной с ощущением масла — авокадо
3. Овощной — сельдерей

Итак, подобрав подходящие продукты по нашему мнению, мы рекомендуем, для начала, просто собрать эти продукты вместе и сделать глубокий вдох. Если они создают «ансамбль» ароматов, то это значит, что мы идем верным путем. Можно провести такой эксперимент, поставив рядом джин.

Следующий шаг — поработать с текстурами и формами для подачи. Мы решили сделать сферы из сельдерея, крем из авокадо и ножом шато вырезать дыню.

КРЕМ ИЗ АВОКАДО:

1. Авокадо 1шт. Очистить, вытащить кость.
2. Оливковое масло — 20 мл.
3. Сахар — щепотка
4. Лимонная кислота — щепотка

Все компоненты взбить блендером до однородной массы. Переложить в кондитерский пакет. Хранить в холодильнике не более 4х суток.

Сферы из сельдерея приготовлены классическим способом (см. раздел молекулярная микология), за основу взят сельдереевый фреш. Перед подачей сферы можно немного посолить, вкус благодаря натрию станет богаче.

BULLEIT RYE С ШОКОЛАДНЫМИ КОНФЕТАМИ С ЛУКОВЫМ КОНФИТЮРОМ



Алгоритм полностью повторяет нахождение пары к джину.

В Bulleit Rye явно выделяются 3 группы ароматов:

1. Альдегидные (синтетические ароматы, которые вы можете найти в красках, лаках, канцелярских товарах)
2. Сливочные и кондитерские
3. Жареные

Во вкусе мы ощущаем классический для ржаного виски набор: карамель, ирис, древесные тона, немного какао, смесь специй. При этом, на протяжении всей дегустации ваш мозг будет пытаться разобраться в миксе аромата специй и «лаковости» Bulleit Rye. Подобный профиль появился из-за того, что содержание ржи в напитке повышено и при перегонке образуется подобный характерный оттенок.

И если с поиском продуктов к кондитерскому и жареному профилю сложностей не возникает, то вот синтетические ароматы в продуктах не встречаются.

Мы нашли подобный профиль у жареного во фритюре лука, приготовили с ним и сливками джем и решили подать его в конфете из горького шоколада.

ЛУКОВЫЙ ДЖЕМ:

1. Жареный лук пожарить во фритюре — 30 гр.
2. Сливочное масло — 20 гр.
3. Тростниковый сахар — 20 гр.
4. Сливки — 30 мл.

Растопить сахар. Дать ему немного карамелизоваться. Добавить сливки и лук. Дождаться пока лук станет мягким, а сливки не выпарятся. Все эти операции проводим на медленном огне. Добавить масло. Перемешать. Готово.

DON JULIO

Don Julio — суперпремиальная текила. Она названа в честь основателя компании Дона Хулио Гонзалеса Эстрада. Дон Хулио начал заниматься производством текилы более 70 лет назад, в 1942 году.

Главный секрет приготовления экстраординарной текилы — это не только тщательное выполнение традиционной вековой технологии, но и контроль каждого этапа создания напитка.

Дон Хулио основал свою винокурню и назвал ее la Primavera, что в переводе означает «весна». Текила Don Julio изготавливается исключительно из голубой агавы, имеющей возраст от 8 лет, произрастающей на высоте 1700 м над уровнем моря на плодородной почве богатой минеральными веществами.

Длительный процесс запекания плодов агавы, двойная перегонка и особый подход к процессу выдержки позволяют получить поистине уникальную текилу.

Бутылки для текилы Don Julio производятся вручную и каждая из них имеет свой номер.



DON JULIO FOOD PAIRING

Текила — необъятный, с точки зрения поиска вкусовых пар методом food pairing, напиток.

Для начала рассмотрим то, о чем говорят нам коллеги по науке.

Из необычных сочетаний для текилы можно предложить молодую вишню и сыр. Сыр, вообще-то, вещь более очевидная. Такое сочетание не случайно. У многих видов текилы мы можем чувствовать кислотность как в аромате, так и в послевкусии. Но это не один вид кислотности, а сразу три:

1. Плодово-фруктовая
2. Цитрусовая
3. Кисломолочная

Для Don Julio мы предлагаем пару из молодой вишни и жареной моцареллы.

Как мы уже сказали, текила очень гастрономичный напиток. Мы разработали две абсолютно разные собственные пары.

Анализ вкуса и аромата Don Julio привел нас к следующим выводам:

1. В Don Julio присутствуют все 3 вида кислоты
2. Из ароматов можно выделить следующие группы:
 - А) морские (краб, креветка)
 - Б) сливочные
 - В) цветочные
 - Г) специи (перечные ноты, душистый перец)
 - Д) ореховые
 - Е) фруктовые

Исходя из вышеперечисленного мы подготовили следующие пары:

1. Креветочный чипс с лаймово-перечным соусом.

Лаймово-перечный
соус рецепт:

Сок лайма 100 мл.
Крахмал кукурузный 20 гр.
Чили перец 1 шт.
Перец ямайский.
Крахмал смешать с соком.
Добавить перец по вкусу



2. Меренги с фисташками, окуренные мускатным орехом.

Найдите стандартный рецепт меренг в интернете. Добавьте туда фисташки.

В разделе про дым мы говорили, что сухие продукты окуриванию не подвергаются. А меренги — продукт сухой, поэтому перед тем как начать окуривать, обязательно опрыскайте меренги чем-нибудь. Мы использовали Don Julio. И на счет муската. Он выбран не случайно. По нашей классификации дым муската по ароматике кислый, что очень подходит ко вкусу текилы.



THE SINGLETON FOOD PAIRING

Один из самых гастрономичных виски, и это не случайно, ведь при анализе The Singleton, вы сможете обнаружить что данный солодовый виски из региона Спейсайд имеет очень богатый ароматический профиль:

РЕЦЕПТ:

Сухари из бородинского хлеба — 200 гр.
Сливки — 200 мл.
Довести до кипения
Добавляем сухари и еще раз доводим до кипения.
Горький шоколад — 70 гр.
Добавить к смеси.

Пробить всю смесь блендером. Переложить пасту в кондитерский мешок.

В груше ножом шато вырезать полость. Из кондитерского мешка отсадить необходимое количество пасты в грушу.



1. Фруктовый — спелые и сочные плодовые
2. Ореховый — жареные орехи, небольшое количество специй, яблочные косточки
3. Ягодный — красные ягоды, ягодные соки
4. Цветочный
5. Кондитерский — цветочный мед, шарлотка, цельнозерновой хлеб

Для данного образца пару от и до готовил наш шеф. Повара могут помочь вам очень сильно, они знают хитрости о переходах вкусов. В данном случае как раз этот фокус и применяется.

К The Singleton мы подаем грушу в медово-горчиной глазури, фаршированную пастой из горького шоколада и бородинского хлеба.

В этой паре гостя ожидает сразу несколько открытий. Во-первых, набор продуктов абсолютно нетипичный для виски (сочетание бородинского хлеба и шоколада). Во-вторых, разнообразные текстуры. Вкус переходит от размокшего хлеба до вкуса пирожного «картошка».

ГЛАЗУРЬ:

Сливочное масло — 100 гр.
Растопить в сотейнике.
Горчица дижонская — 50 гр.
Мед — 50 гр.

Горчицу и мед добавить в масло размешать.

Полить грушу глазурью.
Хранить в холодильнике.

ZACAPA 23

Поистине, уникальный гватемальский ром, производимый из меда сахарного тростника. В состав купажа Zacapa 23 входят сорта ромов, имеющих возраст от 6 до 23 лет. Прежде чем попасть в купаж, этот ром выдерживается в бочках из-под бурбона, сухого и сладкого хереса, а использование специальной системы созревания Solera позволяет каждой золотой капле Zacapa впитать ароматы от этих бочек.

Пятикратный победитель фестиваля Rum contest заслужил место в зале славы. На данный момент это единственный ром удостоенный такой почести.

Каждую бутылку украшает символ традиций майя — кольцо Петате, которое вручную издревле плетут потомки этого племени из листьев королевской пальмы.

За счет богатства вкуса и аромата этот ром прекрасно подходит практически ко всем кухням мира.



ZACARA FOOD PAIRING

Ром Zacara неспроста представлен на сайте foodpairing.com. С помощью этого ресурса вы сможете найти интереснейшие сочетания для этого замечательного экземпляра.

Для себя мы обнаружили несколько удивительных пар.

ZACARA 23 С САЛАТОМ ИЗ КРАБА, ЭСТРАГОНА И ЯБЛОКА.



РЕЦЕПТ:

Яблоко — 100 гр.
Крабовое мясо — 50 гр.
Эстрагон — 15 гр.

Отличный пример того, как работает научный подход Food Pairing. Никогда бы вы не почувствовали в роме ароматику свежего эстрагона. Как много впечатлений вы получаете, пробуя именно такие, неординарные сочетания.

ZACARA 23 С УСТРИЦЕЙ, ЕЖЕВИЧНОЙ СФЕРОЙ И ПЕНОЙ ИЗ ФЕЙХОА

Тоже весьма неожиданная пара для выдержанного рома.

Пара ежевика и устрица найдена на просторах сети, а вот фейхоа — личный вывод. Хотелось добавить в эту комбинацию тропических нот, при этом, без сладких ароматов, а скорее с ароматами травяными. Не стоит также забывать про работу с текстурами.

Для приготовления сферы использовали ежевику, протертую с сахаром и реверсный способ сферификации.



Этот способ позволяет хранить сферы дольше, а работать с ними проще.

Для пены использовали свежий фейхоа, в качестве эмульгатора — сукралозу (по принципу изготовления пен из лецитина).

ЗАСАРА 23 С ШОКОЛАДНЫМ МУССОМ И АНАНАСОМ, ОКУРЕННЫМИ КОРИЦЕЙ

Довольно простая пара, которую мы разработали самостоятельно, определив явные ароматы в продукте.

Что мы выделяем при дегустации:

1. Смесь сливы и алычи, инжир.
2. Кондитерский: сливочная карамель, ваниль



3. Тропические фрукты: ананас, банан

4. Ореховый, жареный: кофе, кожа, шоколад

А) морские (краб, креветка)

Б) сливочные

В) цветочные

Г) специи (перечные ноты, душистый перец)

Д) ореховые

Е) фруктовые

ШОКОЛАДНЫЙ МУСС :

Сливки шантипак 300 мл.

Горький шоколад 200 гр.

Желатин 25 гр.

Сливки довести до кипения.

Растопить в них шоколад.

Добавить желатин,

растворить. Перелить

в формы или контейнер

для хранения.

При подаче вы можете пойти по двумя путями, как добавить аромат жженой корицы.

Окурить весь гарнир и тем самым усилить ореховый и жженный профиль, либо просто поджечь корицу, разместив ее рядом. Восприятие будет абсолютно иное, во втором случае пара будет легче во вкусе.

JOHNNIE WALKER GOLD LABEL RESERVE

Johnnie Walker Gold Label Reserve — это особый купаж, созданный из запасов мастера купажа дома Johnnie Walker — Джима Бевериджа.

Этот виски прекрасен как в чистом виде со льдом в сочетании с морепродуктами, дичью, десертами, сорбе и сухофруктами, так и в составе коктейлей, которым он придаст свой мягкий и легкий характер. Виски, обладающий изысканным округлым вкусом с яркими медовыми и фруктовыми нотами. Особенно стоит отметить восхитительное, затяжное послевкусие.



JOHNNIE WALKER GOLD LABEL RESERVE



Изучая этот бленд Johnnie Walker, мы выделили следующие ароматические профили:

1. Кондитерские — мед, ваниль, карамель, марципан.

2. Древесные — слегка обожженная бочка, солод.

Это был один из самых сложных образцов с точки зрения поиска пары, потому как, в первую очередь, при составлении подачи, выбор падает на кондитерские и сладкие продукты. Нам же хотелось предложить что-то особенное.

Решение было найдено, когда мы попробовали запечённые сахарные кости. Выбор был обусловлен насыщенным вкусом, коим обладают мозговые косточки. Особенный вкус Johnnie Walker Gold Label Reserve имеет яркую нотку воска, которая очень удачно дополняется сладкой маслянистостью блюда. В качестве гарнира мы предлагаем цельнозерновой хлеб и ростки пшеницы.

КОСТНЫЙ МОЗГ :

Говяжьи кости сахарные.

Мед — 50 гр.

Смесь перцев

Цельнозерновой хлеб.

Ростки пшеницы.

Кости разрезать, полить медом.

Запечь при 180 градусах

7 минут. На гарнир

предложить ростки

и цельнозерновой хлеб.

КОКТЕЙЛЬ НА ОСНОВЕ CIROC

Также одним из примеров того, как может работать Food Pairing, является экспериментальный коктейль на основе виноградной водки Ciroc. Этот коктейль подается в паре с соленым крекером и арахисовой пастой.

Это не является классическим форматом Food Pairing, так как одна часть «блюда» не будет работать без другой. А попросту говоря, сам по себе коктейль нельзя назвать сбалансированным, так же как нельзя назвать высокой гастрономией сочетание имбирного крекера и арахисовой пасты. Но вместе эта пара будет образовывать новый вкус.

В коктейле необычной «специей» является кунжутное масло. Его там откровенно много и именно от него мы отталкивались при поиске пары.

СОСТАВ КОКТЕЙЛЯ:

Ciroc 60 мл.
Сахарный сироп 20 мл.
Лимонный сок 40 мл.
Кунжутное масло 7 мл.
Белок 20 гр.
Крекер имбирный 3-4 шт.
Арахисовая паста 30 гр.



Мы выбрали блендер для приготовления напитка и добавили белок в качестве эмульгатора. Это поможет оставить масло внутри напитка.

Для людей, искушенных в гастрономии, возможно именно такой подход будет лучшей демонстрацией того, как работает данная техника.

ИДЕЙНО-ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОДАЧА

ТЕКИЛА DON JULIO

В качестве основы для подачи мы делаем упор на традицию питания в Мексике: классический чейзер и классический снэк, который можно воспроизвести в баре в практически любой точке мира.

В качестве дополнительного антуража мы поставили рядом с напитком кактус, чтобы подчеркнуть географию региона и просто добавить в подачу немного интерактива. Все действия в подаче имеют объяснения, и мы очень точно влияем на флейвор, то самое комплексное восприятие вкуса, гостя.

Цвет посуды и ее традиции, снеки, кактус, который вызывает небольшое удивление. Весь этот антураж в комплексе будут давать положительный эффект.



THE SINGLETON

Односолодовый шотландский виски из региона Спейсайд. Вкус The Singleton рождается в городке Даффтаун, на одноименной дистилерии, где виски производится с 1896 года.

Отборный солод самого высокого качества, чистейшая горная вода, длительный процесс ферментации и продолжительная дистиляция в сочетании с особой технологией выдержки в дубовых бочках из-под бурбона и хереса делают вкус The Singleton хорошо сбалансированным и по-настоящему мягким. Отлично сочетается с блюдами мировых кухонь. Принимает участие на многих гастрономических фестивалях по всему миру.

Уникальная форма бутылки вдохновлена традиционной фляжкой, а ее необычный цвет — цветом стекла, которое использовалось для производства на рубеже прошлого века.



THE SINGLETON

Каждый производитель виски гордится водой, из которой он изготавливает свой напиток, ведь она действительно влияет на вкус и аромат готового продукта. Но чаще всего воду для производства алкогольных напитков стабилизируют, чтобы сохранить одинаковое качество. Поэтому получается, что вода несомненно важна, но обычный потребитель в тонкостях сразу не разберется. В нашей идейной подаче для The Singleton, мы постарались повторить вкус воды из высокогорного источника Conval Hill, собрав фильтр, в составе которого используются те же самые горные породы, что и в местности, откуда берут воду для производства The Singleton.

Мы предлагаем гостям растворить для начала в обычной воде небольшое количество торфа, а затем пропустить эту воду через фильтр.

Отфильтрованную воду можно добавлять в напиток. Эффектно, идейно, а самое главное вкус воды на самом деле изменяется.



ZACARA 23

Для гватемальского рома Zacara мы решили предложить 2 варианта идейно-исторической подачи.

1-й вариант.

Привязка к географии и особенностям производства Zacara.

Внутри бокала мы поместили охлажденный вулканический камень, чтобы акцентировать внимание на том, что на территории Гватемалы расположено 7 действующих вулканов, а это, соответственно, влияет на качество сахарного тростника. Рядом мы поставили клош с ароматом корицы, как отсылку к концепции фирменной подачи Zacara под облаком дыма.



2-й вариант.

Привязка к национальной кухне и локальным продуктам.

Мало кто знает, но в Гватемале существует традиционный похмельный суп на основе овощного бульона, куриных яиц и киноа. Собственно, именно с этими продуктами мы и решили подать Zacara. Это не имеет ничего общего с научным подходом Food Pairing, или высокой гастрономией, но зато поможет вашим гостям на некоторое время оказаться в колорите Центральной Америки и компании рома Zacara.



BULLEIT

Вдохновившись рецептом своего прапрадеда Агустуса Буллейта, который занимался производством виски с 1830–1860 гг. и бесследно пропал при перевозке партии бурбона из Кентуки в Новый Орлеан, Том бросает успешную карьеру адвоката и рискует всем, ради зова сердца и дела своей жизни.

В 1987 году была основана компания Bulleit Distilling (Буллет Дистилинг) и Том начинает заниматься производством виски. На протяжении 20 лет Том лично знакомился с владельцами, управляющими, барменами и барменеджерами заведений от Кентуки до Нью Йорка, предлагая оценить свой бурбон и договориться о поставках. В 2009 году благодаря стараниям Тома, Буллет бурбон попадает в престижный зал славы бурбонов в Bardstown Kentucky (Бардстаун Кентуки).

BULLEIT BOURBON

Bulleit Bourbon настоящий бурбон из Кентуки с самым высоким содержанием ржи, именно поэтому есть ярко выраженные пряные ноты. Выдерживается в новых сильно обожжённых бочках из американского белого дуба от 4 до 7 лет.

BULLEIT RYE

Bulleit Rye имеет очень высокое содержание ржи — 95 процентов. Производится в Индиане, а выдерживается от 4 до 7 лет в новых сильно обожжённых бочках из американского белого дуба. Был создан по просьбе профессиональных барменов в 2011 году



BULLEIT BOURBON

В контекст этой подачи заложена ситуация, которая очень уместна для духа Bulleit. Мы просто сделали подачу в стиле BBQ. Главное в данной подаче — реальная возможность повторить ее в баре.



BULLEIT RYE

За счет характерного аромата Bullet Rye, который многих удивляет своей бочковой насыщенностью, мы предлагаем обыграть этот «бочковой» нюанс и подаем виски с солеными бочковыми огурцами. Необычное, чертовски вкусное сочетание.

LAGAVULIN

Демонстрация того, как желательно подавать виски с островов. В данном случае мы подчеркиваем географию и особенности вкуса этого замечательного островного виски: окуранные ростки пшеницы, мох и соль на несколько минут перенесут вас в один из самых колоритных регионов Шотландии.



НЕЙРОГАСТРОНОМИЯ

В нашем пособии львиная доля информации посвящена нейрогастрономии.

Это не случайно, ведь мы считаем, что это направление одно из самых перспективных в нашей сфере на ближайшие годы.

Ниже вы найдете несколько примеров того, как мы вдохновились этим направлением.

«ЦВЕТОВАЯ» ПОДАЧА ZACARA

В этом примере мы хотим показать, каким образом наш мозг формирует ожидания от продуктов, и как он формирует флейвор, возникающий во время дегустации одного и того же напитка из одинаковых бокалов, но которые были по-разному оформлены.

1-я подача с глубокими цветами, черными и красными деталями. Вы можете использовать несъедобные предметы для антуража. В данном случае мы ожидаем, что гость будет больше чувствовать нюансы жареные, кожаные, ореховые и т.п. И будет прав. Так как все эти нюансы присутствуют в роме Zacara.



2-я подача полная противоположность первой: светлые тона, зеленые и теплые оттенки. Бокал покрыт текстурной краской. Соответственно, при дегустации в данном антураже гость почувствует больше цветочных, травяных, фруктовых оттенков. И это будет все тот же ром Zacara.

«ТЕКСТУРНАЯ» ПОДАЧА ПИНА КОЛАДА

Одним из примеров воздействия на восприятие напитков может служить работа с посудой, в которой вы подаете коктейль. Дегустаторам было предложено попробовать коктейли, приготовленные по разным рецептурам:

В первом случае — классическая Пина Колада со сливками в стеклянном бокале.

Во втором — Пина Колада без сливочной базы или кокосового молока, но бокал обрамлен в махровый текстиль.

Испытуемые не нашли отличий в напитках. Этот пример, возможно, один из самых показательных в нашей книге.



КОКТЕЙЛЬ BEER OR NOT TO BEER

СОСТАВ:

Эспresso — 1 порция
Сироп соленая карамель — 30 мл.
Водка — 50 мл.
Арахис

Это подача коктейля в которой мы хотели повторить внешний вид всем известного стаута Guinness с его традиционным наливом, когда в газовой смеси есть азот: после интенсивного шейка, когда вы отфильтровываете коктейль в бокал, создается такой же каскадный эффект, как и при наливе Guinness из драфта.

Мы также решили развить мысль о «подмене» понятий и гарнировать наш напиток арахисом. Когда гость заказывал кофейный коктейль, мы предлагали ему нашу новинку.

90% предполагали, что в составе коктейля есть пиво. На самом же деле, его там не было вовсе. Эффект, вызванный этой подачей, превзошел все ожидания. Напиток с высочайшей маржинальностью за месяц попал в топ продаж.



«ГОРОХОВЫЙ GIMLET»

Еще одна вариация на тему «Игра с восприятием»

На первой картинке вы видите классический гимлет, в составе кото-

рого присутствует кордиал из молодого гороха. Классические пропорции, сдержанное оформление, подходящая посуда.

На второй картинке этот же классический гимлет подкрашен колером и в пару к нему предложен мандарин с кофе и кофейной пудрой.

Гарнир не случаен. Кофе сочетается с молодым горохом по принципу Food Pairing. Мандарин выступает усилителем вкуса джина и играет роль отвлекающего внимание.

80% гостей, пробовавших коктейль в данной подаче, не смогли узнать в нем Gimlet, который они пили несколько дней назад в классическом оформлении и высказывали на тему состава напитка самые безумные идеи.



АВТОРЫ:

Георгий Кучеренко
Владимир Николаев
Александр Плеханов