



Пятый вкус. Что это?

Автор: Лебедева В.М., 2 курс

Научный руководитель: Т.П. Козлова, преподаватель
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Аннотация

Прошло уже более ста лет, но до сих пор шеф-повара и клиенты ресторанов, интересующиеся гастрономическими открытиями, экспериментируют с пятым вкусом пищи.

Умами - это пятый вкус, соединяющий сладкое, кислое, соленое и горькое. Это уникальный вкус, который не может быть создан путем смешивания других вкусов. Умами - это генерал вкусов.

Научная проблема

Одной из основных проблем было слабое понимание самого вкуса умами и того, как его можно использовать для улучшения вкусовых характеристик блюд.

Актуальность

Актуальность данного исследования заключается в расширении нашего понимания вкусовых предпочтений и улучшения кулинарных практик с учетом важности умами в питании.

Цель

Целью исследования является предоставление всестороннего обзора и анализа умами, включая его историю, физиологические и химические особенности, а также выявление влияния этого вкуса на кулинарные традиции и здоровое питание.

Задача

Обзор пятого базового вкуса, обладающего особыми характеристиками, отличающимися от привычных вкусов.

Ознакомление с пищевыми продуктами, обладающими пятым вкусом.

Влияние глутамата натрия (как основы умами) на активацию пищевых рецепторов.

Расширить кругозор гастрономического туризма.

Введение

1. Проблема исследования умами заключается в относительно недостаточном понимании этого пятого базового вкуса. Вопросы, связанные с механизмами восприятия и химических основ этого вкуса, до сих пор остаются не до конца выясненными. Также наблюдается отсутствие широкой информационной базы и образования общества на эту тему, что снижает общее признание умами как особого вкуса и его влияния на кулинарные предпочтения.

2. Обзор литературы показывает, что до недавнего времени умами не получала должного внимания и признания, и отсутствовала широкая информационная кампания по просвещению общественности на эту тему. Это также привело к отсутствию четкого понимания и признания этого вкуса среди населения.

3. Одним из основных белых пятен в исследовании умами является отсутствие полного понимания его влияния на поведение потребителей и кулинарные традиции различных культур.

Методы и материалы

1. В рамках исследования был проведен социологический опрос с целью выяснения информации об умами.
2. Участники эксперимента были выбраны из студентов академии первого, второго корпуса, специальностей «Поварское и кондитерское дело» и профессии «Повар, кондитер».
3. В рамках социологического опроса была составлена анкета.
4. Для обработки анализа данных была построена круговая диаграмма.

Результаты и обсуждение

Главная идея этого доклада является распространение в гастрономическом туризме информации об умами, расширение кругозора населения для более четкого описания своих вкусовых ощущений. Также это исследование направлено на призыв общества изучать новое, в данном случае, пятый вкус.

Анализируя диаграмму популяризации умами можно сделать вывод, что студенты академии, также как и большая часть населения, имеют неглубокие представления о пятом вкусе и не знают характеристику продуктов, содержащих умами.

Содержание глутамата в отдельных продуктах указаны в Табл.1

Продукт	Содержание L-глутаминовой кислоты (мг/100 г)
Морские водоросли	2240
Пармезан	1200
Зеленый чай	668
Сардины	280
Грибы	180



Таблица 1. Концентрация L-глутамата в некоторых продуктах питания

Анкета

1. Что вы знаете о пятом вкусе, о вкусе умами?
2. Какие продукты обладают вкусом умами?
3. Вам хотелось бы попробовать блюдо с новыми вкусами?

N/номер по порядку	Не знаю, не хочу знать	Не знаю, хотелось бы узнать	Слышал	Знаю
--------------------	------------------------	-----------------------------	--------	------

Знаете ли вы что такое умами?

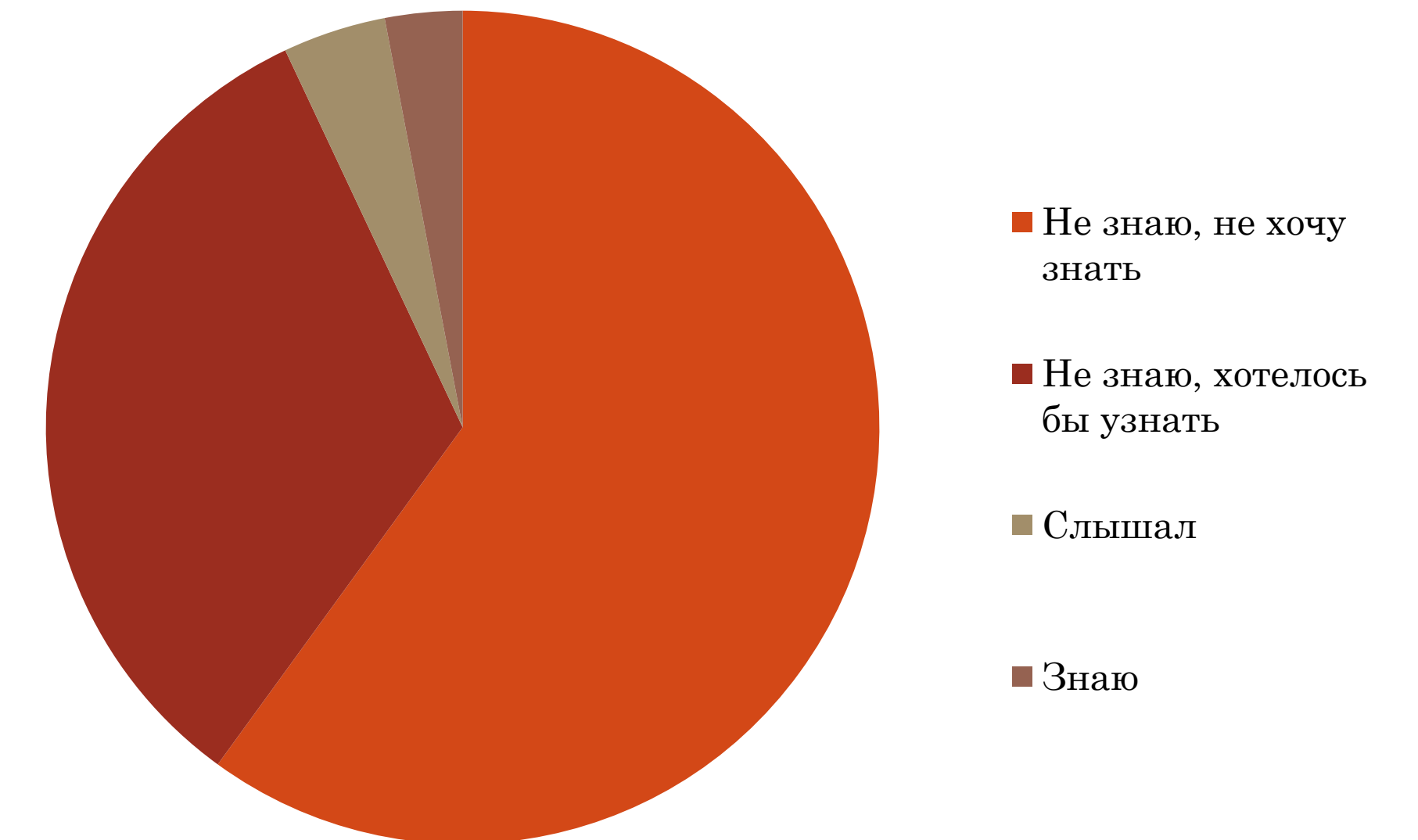


Диаграмма 1. Популяризация умами

Заключение

Умами - это важный аспект вкусовых ощущений, который играет значительную роль в нашем питании. Понимание механизмов восприятия умами и его влияния на наше питание может помочь нам сделать более информированные выборы продуктов и улучшить качество нашей диеты. В процессе работы не все задачи решены, поэтому хотелось бы продолжить дальнейшие исследования в этой области, которые могут привести к разработке новых продуктов и методов приготовления пищи, которые максимально используют потенциал умами.

Для будущих исследований стоит рассмотреть более подробные аспекты восприятия умами, такие как, взаимосвязь с здоровым питанием, а также дополнительное изучение химических и физиологических аспектов этого вкуса. Также важно провести исследования в области создания новых продуктов, которые бы оптимально выделяли умами и удовлетворяли вкусовые предпочтения различных культур.

Библиографический список

1. Что такое умами: тайна пятого вкуса (<https://shop.tastycoffee.ru/blog/umami>)
2. Умами — пятый вкус, о котором многие не знают (<https://fuji-san.ru/stati/umami-pytiy-vkus-cho-eto/>)
3. Грибы — природный усилитель вкуса? Об умами, глутаматах и полезном фастфуде (<https://fungiline.com/blog/griby-prirodnyj-usilitel-vkusa/>)
4. Пятый вкус: Кикинаэ Икеда - человек, который открыл умами (<https://dzen.ru/a/XNZZMMbctwCzbKrhttps://dzen.ru/a/XNZZMMbctwCzbKr9>)
5. Кикинаэ Икеда - Kikunae Ikeda (https://ru.wikibrief.org/wiki/Kikunae_Ikeda)
6. Как японец изменил мир с помощью глутамата натрия (<https://tech.onliner.by/2021/06/24/glutamat-natriya>)
7. Что такое умами и в каких продуктах его искать (<https://liferhacker.ru/umami/>)

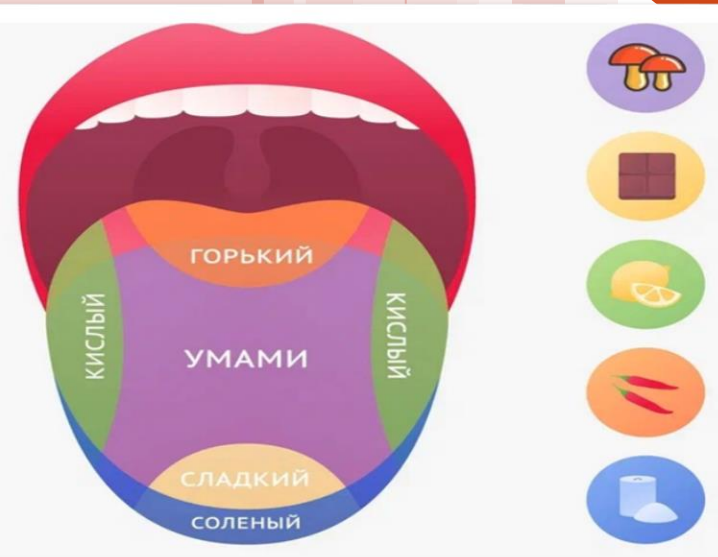


Рис 1. Действие умами на язык

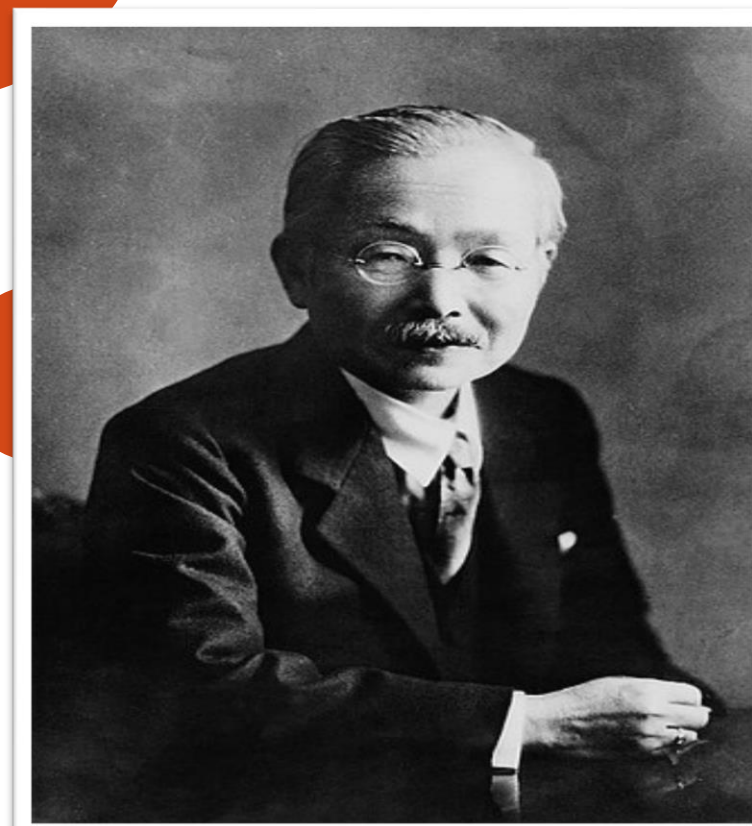


Рис. 2. Кикинаэ Икеда – химик, открывший умами

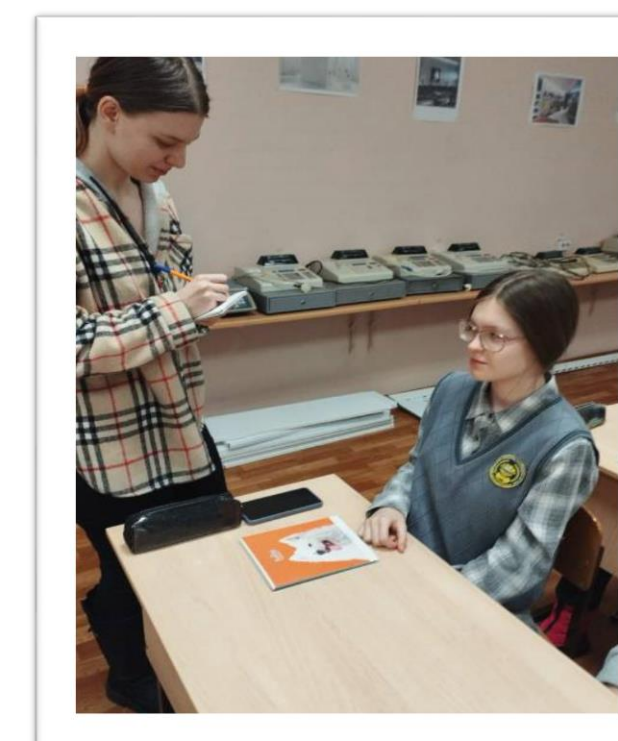
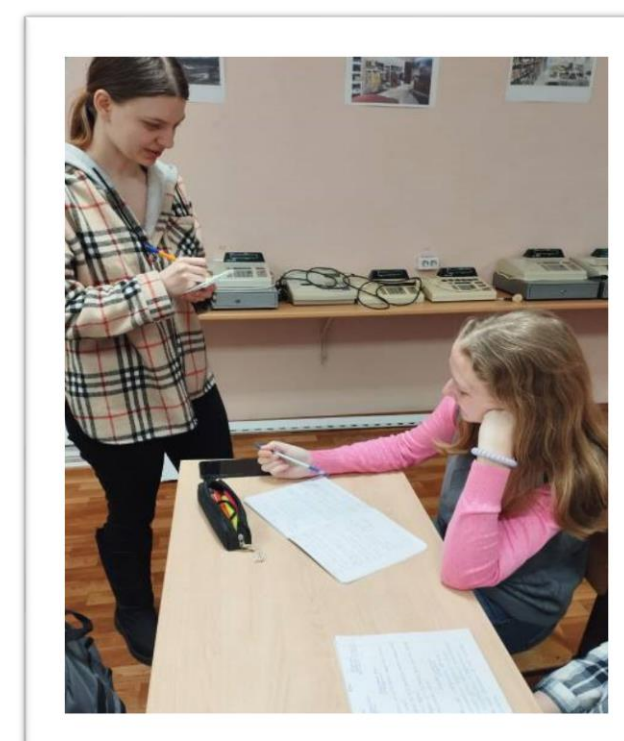


Рис.3,4. Проведение анкетирования