

Gastronomska tradicija Japana

Iskra, Valnea

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:449700>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-10**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

VALNEA ISKRA

**Gastronomska tradicija Japana – trendovi, kultura i nacionalni
identitet**

**Gastronomy tradition of Japan – trends, culture and national
identity**

Završni rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Gastronomska tradicija Japana – trendovi, kultura i nacionalni identitet

Gastronomy tradition of Japan – trends, culture and national identity

Završni rad

Kolegij: **Međunarodna enogastronomija**

Student:

Valnea Iskra

Mentor: izv. prof. dr. sc. **Krešimir Mikinac**

Matični broj:

ps24853

Opatija, srpanj 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

VALNEA ISKRA

ps24853

Gastronomska tradicija Japana – trendovi, kultura i nacionalni identitet

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 08. srpnja 2024.

Valnea Iskra

Sažetak

Japanska kuhinja poznata je u svijetu po svojoj bogatoj tradiciji, balansu okusa, dubokom poštovanju prema sezonskim sastojcima i estetskoj prezentaciji. Kao jedan od ključnih elemenata japanske kulture, hrana i gastronomija igraju važnu ulogu ne samo u svakodnevnom životu već i u društvenim i duhovnim obredima. Ovaj rad istražuje gastronomski identitet i razvoj japanske gastronomije i tradicionalnih jela kroz povijest, ključne elemente tradicionalne kuhinje, tipična jela i pića, utjecaj umami okusa, te utjecaj susjednih kultura na razvoj gastronomske ponude koja postoji danas. Ovaj rad također razmatra suvremene trendove u japanskoj gastronomiji, uključujući moderni razvoj i globalnu popularnost japanske gastronomije te utjecaj zdravih prehrambenih navika koje su postale popularne u svijetu i koje su postale sinonim za japanski način života. Japanska gastronomija doživjela je globalni uspjeh i utjecaj, s mnogim japanskim restoranima i namirnicama koji su postali popularni širom svijeta. Kroz analizu ključnih elemenata i trendova, rad pruža sveobuhvatan uvid u japanski gastronomski identitet i njegovu ulogu u promociji turizma i brendiranju destinacije.

Ključne riječi: Japan; gastronomija; tradicionalna hrana; gastronomski identitet; gastroturizam

Sadržaj

Uvod.....	1
1. GASTRONOMSKI IDENTITET JAPANA	2
1.1. Povijest Japanske gastronomske tradicije.....	3
1.2. Tradicionalna hrana i utjecaj susjednih kultura	4
1.3. Pribor za jelo i kuhanje.....	5
1.4. Umami – peti okus i njegova uloga	6
2. KLJUČNI ELEMENTI JAPANSKE KUHINJE	8
2.1. Tipična jela Japana.....	8
2.1.1. Riža i ramen	9
2.1.2. Riba, meso i mliječni proizvodi.....	12
2.1.3. Soja, umaci i začini	14
2.2. Deserti	17
2.3. Ritual čaja.....	18
2.4. Alkoholna pića.....	20
3. SUVREMENI TRENDОВI U GASTRONOMIJI JAPANA.....	23
3.1. Globalna popularnost japanske kuhinje	24
3.2. Trend zdrave prehrane i japanskog načina života.....	25
4. GASTRONOMIJA JAPANA U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA	27
4.1. Uloga hrane u brendiranju destinacije.....	28
4.2. Gastroturisti – kulinarski turizam kao oblik putovanja.....	29
4.3. Utjecaj turizma na lokalne kulinarske tradicije Japana.....	30
4.4. Istraživanje gastronomije kao razloga dolazaka turista u Japan.....	32
Zaključak	35
Bibliografija	37
Popis ilustracija	39

Uvod

Japanska gastronomija, poznata po svojoj jedinstvenosti i jednostavnosti okusa, nije samo način prehrane, već i odraz povijesti, društvenih običaja i filozofije naroda. Ovaj rad će analizirati kako su tradicionalne kulinarske prakse oblikovale suvremene prehrambene trendove u Japanu te kako ti trendovi, zajedno s kulturnim običajima, doprinose očuvanju i promicanju nacionalnog identiteta. Kroz proučavanje različitih aspekata japanske kuhinje, kao što su ceremonija čaja, sushi, ramen i riba, rad će se osvrnuti na načine na koje hrana može služiti kao most između prošlosti i sadašnjosti, tradicije i moderniteta. Cilj ovog rada je pružiti sveobuhvatan pregled kako japanska kuhinja ne samo da zadovoljava prehrambene potrebe, već i igra ključnu ulogu u oblikovanju turističke destinacije i razvijanju gastronomskog turizma.

Predmet i svrha ovog rada je analiza japanske gastronomske ponude, te razvoj gastronomskog turizma Japanu. Definiirat će se gastronomski identitet Japana, njegova povijest i razvoj, ključni elementi japanske kuhinje, suvremeni trendovi u gastronomiji, te pojmovi kao što su gastroturist i kulinarski turizam.

Metode koje su korištene u radu su kvalitativna i kvantitativna analiza, a u sklopu kvantitativne analize korištena je sekundarna analiza podataka.

Kompozicija (struktura rada) sastoji se od šest poglavlja koja su međusobno povezana. U uvodu je istaknut je predmet istraživanja ovog završnog rada, pojašnjeni su ciljevi cjelokupnog rada kao i planirana struktura završnog rada. U drugom dijelu pod naslovom "Gastronomski identitet Japana" pobliže se opisuje Japanska gastronomija kroz povijest, te utjecaj susjednih kultura na razvoj tradicionalnih jela. Treći dio nosi naslov „Ključni elementi japanske kuhinje“ te se u tom poglavlju analiziraju elementi japanske kuhinje, osnovne namirnice korištene za pripremu jela, tradicionalna jela, deserti i alkoholna pića, te ritual čaja. „Suvremeni trendovi u gastronomiji Japana“ je naziv četvrtog dijela u kojem se analizira globalna popularnost japanske kuhinje te kako je zaživio trend zdrave prehrane i japanskog načina života. Peti dio rada pod naslovom „Gastronomija Japana u funkciji razvoja turizma“ se odnosi na ulogu hrane u brendiranju destinacije, definiranje gastroturista i utjecaj turizma na lokalne kulinarske tradicije te analizu gastronomije kao razloga dolaska posjetitelja u Japan. Zaključak služi za isticanje ključnih pojmova ovog završnog rada, te predstavlja konačan dio u ovom završnom radu.

1. GASTRONOMSKI IDENTITET JAPANA

Japan ili drugog naziva, Zemlja izlazećeg sunca¹, je zemlja bogate kulturne tradicije i povijesti, poznata u cijelome svijetu po svojoj gastronomiji jedinstvenih okusa. Japanska kuhinja, poznata kao „*washoku*“, ne samo da zadovoljava osjetila, već i odražava duboko poštovanje prema sezonalnosti, kvaliteti sastojaka i estetici prezentacije. Gastronomski identitet Japana oblikovan je kroz stoljeća kulturnih utjecaja, prirodnih resursa i filozofije harmonije.

Neke od osnovnih karakteristika japanske kuhinje su:

1. Sezonalnost (Shun): Japanska kuhinja duboko poštuje sezonalnost sastojaka. Svako godišnje doba donosi specifične sastojke koji su na vrhuncu svoje svježine i okusa. Proljeće donosi mlade bambusove izdanke, dok jesen obiluje gljivama i kestenima. Ovaj koncept sezonalnosti poznat je kao "shun" i ključan je za razumijevanje japanske gastronomije.
2. Minimalizam i čistoća okusa: Japanska kuhinja karakterizira se minimalizmom i čistim okusima. Sastojci su često jednostavno pripremljeni kako bi se naglasila njihova prirodna aroma i tekstura. Sushi, sashimi i tempura su primjeri jela koja ističu kvalitetu osnovnih sastojaka.
3. Estetika, prezentacija i izgled jela: Vizualni aspekt japanske kuhinje izuzetno je važan. Hrana se pažljivo aranžira kako bi izgledala privlačno i reflektirala estetske principe harmonije i ravnoteže. Posuđe, boje i aranžman na tanjuru pažljivo su odabrani kako bi doprinijeli ukupnom užitku.
4. Fermentirani proizvodi: Fermentacija igra ključnu ulogu u japanskoj kuhinji. Proizvodi kao što su miso (fermentirana pasta od soje), soja umak (shoyu), i natto (fermentirane sojine sjemenke) doprinose bogatstvu i dubini okusa. Ovi fermentirani proizvodi osnovni su sastojci mnogih japanskih jela.
5. Raznolikost i regionalni specijaliteti: Japan je bogat regionalnim specijalitetima koji reflektiraju lokalne sastojke i kulinarske tradicije. Na primjer, Kansai regija poznata je po okonomiyaki (slanoj palačinki), dok Hokkaido nudi svježije morske plodove i mliječne proizvode. Svaka regija doprinosi svojim jedinstvenim okusima nacionalnoj kuhinji.

¹ Wikipedia - <https://hr.wikipedia.org/wiki/Japan> - (pristupljeno 15.06.2024.)

U konačnici, japanska kuhinja, sa svojom bogatom poviješću, dubokom tradicijom i kontinuiranom inovacijom, ostaje jedan od najprepoznatljivijih i najcjenjenijih gastronomskih identiteta na svijetu.

1.1. Povijest Japanske gastronomske tradicije

Povijest japanske gastronomske tradicije bogata je i raznolika, prožeta kulturnim, društvenim i prirodnim utjecajima. Od drevnih vremena do modernog doba, japanska kuhinja evoluirala je pod utjecajem različitih faktora, uključujući religiju, geografske karakteristike, društvene promjene i međunarodne kontakte. Rani zapisi o japanskoj gastronomiji datiraju iz razdoblja Jomon (oko 14.000 - 300 p.n.e.)², kada su stanovnici arhipelaga živjeli kao lovci-sakupljači, oslanjajući se na prirodne resurse poput ribe, morskih plodova, divljači i jestivih biljaka. Dolaskom riže iz Kine tijekom razdoblja Yayoi (oko 300 p.n.e. - 300 n.e.) započela je značajna promjena u prehrani. Riža je brzo postala osnovna namirnica i temelj japanske gastronomije. Tijekom razdoblja Kofun (300-538) i Asuka (538-710), kineski kulturni utjecaji postali su još izraženiji³. Uvođenje budizma donijelo je promjene u prehranbenim navikama, uključujući povećanu konzumaciju vegetarijanskih jela i razvijanje tehnika fermentacije.

U srednjem vijeku procvata je japanska dvorska kuhinja, koja je bila sofisticirana i složena. Aristokrati su uživali u raskošnim gozbama koje su uključivale niz različitih jela, pažljivo aranžiranih i serviranih s estetskim senzibilitetom. U ovom razdoblju razvijene su mnoge tehnike pripreme hrane koje se koriste i danas. Nakon toga dolazi do uspona samurajske klase što je također utjecalo na prehranbene navike.

Razdoblje Edo (1603-1868) donijelo je mir i stabilnost nakon stoljeća ratovanja, što je omogućilo procvat kulture i gastronomije. Edo, današnji Tokyo, postao je središte kulinarskih inovacija.⁴ U ovom periodu razvijena su mnoga jela koja su danas sinonim za japansku kuhinju, kao što su tempura, sushi i soba. Ulična hrana postala je popularna, a restoranima je porasla popularnost. Kultura čaja, sa svojim ceremonijalnim aspektima, doživjela je procvat, utječući na estetiku i način posluživanja hrane.

² Ishige, The history and culture of Japanese food, 15.

³ Ibid., 128.

⁴ Ibid., 71.-79.

Danas, japanska kuhinja kombinira drevne tradicije s modernim inovacijama. Japanska gastronomija stekla je svjetsku slavu, a sushi barovi, ramen restorani i teppanyaki stolovi mogu se pronaći u gotovo svakom kutku svijeta. Japanci su i dalje ponosni na svoju kulinarsku baštinu, a regionalne razlike i sezonski sastojci igraju ključnu ulogu u svakodnevnoj prehrani. Povijest japanske gastronomske tradicije prikazuje neprekidan razvoj i prilagodbu, u kojem se prošlost i sadašnjost skladno isprepliću, stvarajući jedinstvenu i bogatu kulinarsku kulturu koja nastavlja inspirirati i oduševljavati ljude diljem svijeta.

1.2. Tradicionalna hrana i utjecaj susjednih kultura

Kao što je navedeno u prethodnom podnaslovu, na razvoj japanske gastronomije su kroz stoljeća utjecale razne kulture, posebice Kina i Koreja, ali i Zapad u kasnijim razdobljima. Tradicionalna japanska hrana rezultat je stoljeća kulturnih razmjena i prilagodbi, koje su oblikovale jedinstvenu kulinarsku tradiciju koja se cijeni diljem svijeta.

Kina je imala najraniji i najtrajni utjecaj na razvoj japanske kuhinje kakva je poznata danas. Riža je postala temelj japanske prehrane te je vrlo značajno uvođenje tehnike fermentacije zbog koje su danas miso pasta i sojin umak neizostavan dodatak japanskih jela. Također, kineska kuhinja je donjela i konzumaciju rezanaca, što je prethodilo razvoju ramena o kojem će se detaljnije objasniti u sljedećim poglavljima.

Korejski utjecaj na japansku kuhinju također je značajan, posebno u kontekstu prijenosa tehnologija i tehnika pripreme hrane. Tijekom razdoblja Kofun (300-538), Koreja je posredovala u prijenosu mnogih inovacija u Japan, uključujući i metode izrade keramike. Jedno od najpoznatijih jela koje je pod utjecajem korejske kuhinje je yakiniku, vrsta roštilja na kojem se peku tanke kriške mesa, često marinirane u sojinom umaku, češnjaku i sezamovom ulju.

Tijekom razdoblja Meiji (1868-1912), Japan se otvorio prema Zapadu, što je dovelo do značajnih promjena u prehranbenim navikama. Uvođenje zapadnjačkih namirnica i tehnika kuhanja dovelo je do stvaranja novih jela koja su se brzo integrirala u japansku kuhinju. Jedno od najpoznatijih jela koja su nastala pod utjecajem zapadne kuhinje je tonkatsu, pohani svinjski kotlet koji je postao omiljen među Japancima. Također, curry rice, jelo koje potječe iz Indije ali je u Japan došlo putem britanskih kolonijalnih utjecaja, postalo je jedno od najpopularnijih jela u japanskim kućanstvima. Ovo jelo je prilagođeno japanskom ukusu i razlikuje se od indijskih i britanskih verzija po svojoj blažoj začinjenosti i gustoći umaka.

Japan je usvojio elemente stranih kuhinja kako bi u svojoj tradicionalnoj prehrani nadopunio ono što je nedostajalo, posebice meso, masti i ulja. Netradicionalna hrana koja je postala neophodna u obiteljskoj kuhinji uključuje maslac, margarin, džem, kavu, crni čaj, mlijeko, šunku, kobasicu, slaninu, crni papar. Povjesničar hrane, Ishige Naomichi navodi: „Zapadnjačka i kineska kuhinja bile su prihvaćene uglavnom zato što su opskrbljivale hranom koja je nedostajala domaćoj kuhinji. Kako se znanje o modernoj znanosti o prehrani širilo, mesna jela počela su se smatrati opskrbljivačima energijom, a zapadna i kineska hrana smatrana je visoko hranjivom. Masovni mediji također su promovirali novu hranu i svijest o prehrani.”⁵

Na japanskom jeziku, "washoku" je riječ koja se obično koristi za opisivanje tradicionalne japanske hrane za koju mnogi vjeruju da je domaća: kuhinja koja se razvila u Japanu iz srednjeg vijeka i nije bila pod utjecajem drugih zemalja. S druge strane, "nihon ryōri" je nešto širi izraz za japansku kuhinju koji uključuje mnoga jela koja su uvezena iz inozemstva i zatim prilagođena, ali koja se sada konzumiraju u Japanu. Zanimljivo je da oba pojma na engleskom jeziku označavaju japansku kuhinju, dok se na japanskom tim izrazima razlikuju tradicionalne i intertradicionalne vrste hrane.⁶

U sljedećim poglavljima detaljnije će biti opisana tradicionalna hrana u Japanu, te zašto su se japanska jela toliko popularizirala u svijetu.

1.3. Pribor za jelo i kuhanje

Japanska kuhinja bogata je raznolikim i specifičnim alatima koji su osmišljeni kako bi omogućili preciznu pripremu hrane i estetski ugodnu prezentaciju. Pribor za kuhanje i jelo igra ključnu ulogu u očuvanju tradicije i kvalitete japanskih jela.

Japanski noževi, poznati kao hōchō, visoko su cijenjeni zbog svoje oštine i preciznosti. Postoji nekoliko vrsta noževa, poput yanagiba (za rezanje sashimija), deba (za filetiranje ribe) i santoku (univerzalni nož). Hangiri su drvene posude koje se koriste za miješanje sushi riže s octom te pomažu ravnomjernom hlađenju riže i upijanju viška vlage, čime se postiže savršena tekstura riže za sushi. Nadalje, vrlo poznato pomagalo u japanskoj kuhinji je makisu tj. bambusova podloga za motanje sushi rolica. Za pripremu popularnih japanskih omleta koristi se tava pod

⁵ George Solt, *The Untold History of Ramen*, 45.

⁶ Barak Kushner. *Slurp! : a social and culinary history of ramen* 31.

nazivom Tamago nabe koja je pravokutnog oblika, što omogućuje ravnomjernu raspodjelu topline.

Prva pomisao na poveznicu Japana i pribora za jelo su, naravno – štapići za jelo. Japanski naziv za štapiće je *hashi*, a postoje različite vrste štapića za kuhanje i jelo, najčešće izrađeni od drveta, bambusa ili plastike. Japan godišnje potroši oko 24 milijarde jednokratnih štapića za jelo. To je gotovo 200 pari štapića godišnje po osobi.⁷

Od posuđa za posluživanje koristi se zdjelica za rižu koju svaka osoba ima svoju vlastitu na stolu, i male keramičke ili porculanske posudice koje se koriste za posluživanje soja umaka, većinom kod konzumacije sushija ili sashimija. Također, koriste se i dvije vrste šalice za čaj, a to su: *yunomi* (visoke šalice bez ručki koje se koriste za svakodnevno pijenje zelenog čaja) i *chawan* (šire šalice koje se koriste u ceremoniji čaja).

Od preciznih noževa i keramičkih lonaca do elegantnih štapića za jelo i lakiranog posuđa, ovi alati i pribor ne samo da olakšavaju pripremu hrane, već i poboljšavaju cjelokupno gastronomsko iskustvo.

1.4. Umami – peti okus i njegova uloga

Umami je naziv za jedan od pet osnovnih okusa koje ljudi mogu osjetiti uz slatko, kiselo, slano i gorko.⁸ Otkriven početkom 20. stoljeća, umami je postao ključan koncept u kulinarstvu i prehrambenoj znanosti. Riječ "umami" dolazi iz japanskog jezika i može se prevesti kao "ugodan, slastan okus"⁹. Umami je okus koji se javlja kada se glutamat, amino kiselina prisutna u mnogim proteinima, veže za specifične receptore na jeziku. U Japanu, za postizanje umami okusa koriste se namirnice kao što su morska trava, sušene shiitake gljive, soja sos, miso pasta, inćuni, školjke, meso, i fermentirani proizvodi.

Umami je bitan okus iz nekoliko razloga:

⁷ Mondotravel - <https://www.mondotravel.hr/Japan-blog> (pristupljeno 27.5.2024.)

⁸ Wikipedia - <https://en.wikipedia.org/wiki/Umami> (pristupljeno 28.5.2024.)

⁹ Ibid (pristupljeno 28.5.2024.)

- Poboljšava okus hrane: Umami dodaje dubinu i kompleksnost jelima te može pojačati prirodne okuse hrane. Hrana bogata umamijem često se opisuje kao izuzetno zadovoljavajuća i puna okusa.
- Povećanje apetita i zadovoljstva: Hrana s visokim sadržajem umamija može povećati apetit i zadovoljstvo pri jelu. Ovaj okus potiče oslobađanje sline i probavnih enzima, što pomaže u boljoj probavi i uživanju u hrani.
- Smanjenje potrebe za soli: Dodavanje umami sastojaka može smanjiti potrebu za soljenjem hrane, što može biti korisno za ljude koji pokušavaju smanjiti unos natrija zbog zdravstvenih razloga iz razloga što umami može učiniti hranu ukusnom čak i s manje soli.

Jedna od uloga tog okusa u kulinarstvu je postizanje ravnoteže među različitim okusima u jelima čineći ih skladnijim. Također, umami djeluje i kao vezivno tkivo u jelima, spajajući razne okuse u skladnu cjelinu.

Zaključno je da umami, peti osnovni okus, igra ključnu ulogu u oblikovanju naših kulinarskih iskustava. Njegova sposobnost da pojača okuse, poveća zadovoljstvo pri jelu i doprinese kulinarskoj kreativnosti čini ga nezamjenjivim dijelom globalne gastronomske scene. Poznavanje i korištenje umamija omogućuje kuharima i ljubiteljima hrane da dublje razumiju i cijene složenost i bogatstvo okusa u svakodnevnom jelima.

2. KLJUČNI ELEMENTI JAPANSKE KUHINJE

Japanska kuhinja prepoznatljiva je kako je već ranije navedeno, po svojoj jednostavnosti, estetskoj prezentaciji, sezonskoj svježini i delikatnom balansu okusa. Ključni elementi japanske kuhinje uključuju:

- Sastojci: riža, riba, morski plodovi, povrće tofu i proizvodi od soje su glavni sastojci većine jela u Japanu te će se detaljnije analizirati u sljedećim poglavljima.
- Tehnike kuhanja: postoji nekoliko vrsta priprema hrane kao što su kuhanje na pari (tehnika koja čuva hranjive sastojke i prirodne okuse namirnica), prženje, roštiljanje, pirjanje, mariniranje i kiseljenje.
- Kulturni i društveni aspekti: Mnoga japanska jela i poslastice povezane su s određenim sezonskim proslavama i festivalima te primjerice, tradicionalna ceremonija pripreme i serviranja matcha zelenog čaja naglašava mir, poštovanje i estetiku.

Nadalje, u sljedećim poglavljima detaljnije će se obraditi tipična jela i pića Japana kao i osnovne namirnice koje se koriste za pripremu istih.

2.1. Tipična jela Japana

U nastavku će se obraditi 3 bitne kategorije hrane i osnovnih namirnica koje se u velikoj količini upotrebljavaju u Japanskoj kuhinji te su temelj prehrane, a to su riža i ramen, riba, meso i mliječni proizvodi te soja, umaci i začini.

Jela koja nastaju od tih namirnica, u Japanu su vrlo popularna su sljedeća:

- Sushi je možda najpoznatije japansko jelo izvan Japana. Osnovna komponenta sushija je vinegared riža (shari) koja se kombinira s raznim dodacima kao što su sirova riba (neta), morski plodovi, povrće i ponekad tropsko voće. Postoji nekoliko glavnih vrsta sushija: nigiri, hosomaki, maki, temaki, sashimi
- Tempura je metoda prženja u dubokom ulju koja se koristi za pripremu različitih sastojaka, najčešće povrća i morskih plodova. Sastojci se umaču u lagano tijesto, obično napravljeno od brašna, jaja i ledene vode, a zatim se brzo prže kako bi se postigla hrskava tekstura. Tempura se često poslužuje s ten-tsuyu, umakom napravljenim od dashi temeljca, sojinog sosa i mirina.

- Sukiyaki je jelo koje se priprema na stolu u posebnoj tavi. Sastojci, uključujući tanke kriške govedine, tofu, konjac rezance i razno povrće (kao što su zeleni luk, kupus i šitake gljive), kuhaju se u slatko-slanom umaku od sojinog sosa, šećera i mirina.
- Kaiseki je tradicionalna japanska večera koja se sastoji od više sljedova, pažljivo pripremljenih i estetski prezentiranih. Svaki slijed naglašava sezonske sastojke i ravnotežu okusa i tekstura.
- Unagi je jelo od jegulje, često pripremljeno na roštilju i premazano slatko-slanim umakom napravljenim od sojinog sosa, šećera i mirina. Poslužuje se preko riže i često je dio tradicionalnog ljetnog jelovnika u Japanu.
- Natto je fermentirana sojina zrna, poznata po svom snažnom mirisu, ljepljivoj teksturi i jedinstvenom okusu. Natto se često poslužuje s rižom i začinima kao što su soja sos i senf. Ovo jelo je poznato po svojim zdravstvenim koristima, uključujući visoki sadržaj proteina i probiotika.

Svako naveden jelo, kao i mnoga druga tradicionalna jela, nose svoju jedinstvenu priču i dio japanske kulture, čineći iskustvo japanske hrane ne samo gastronomskim, već i kulturnim putovanjem.

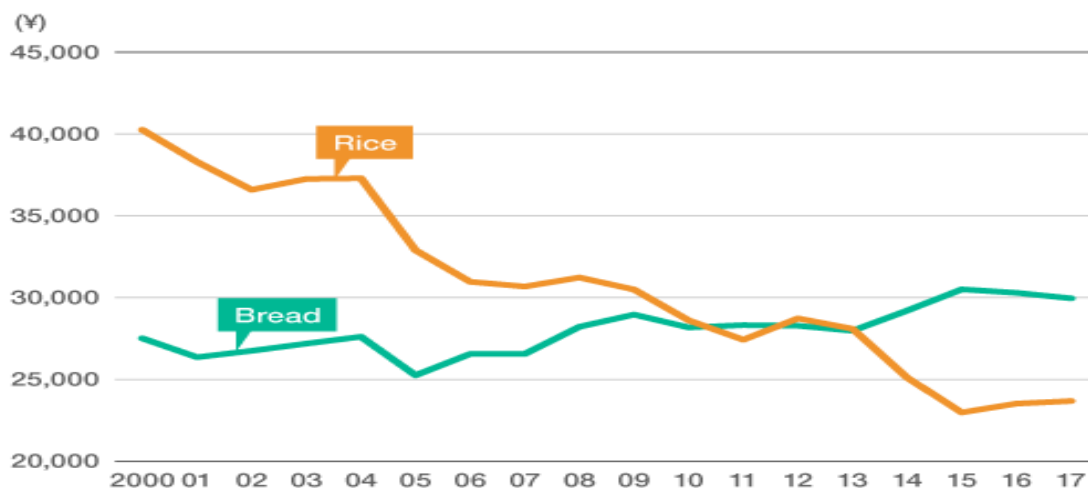
2.1.1. Riža i ramen

Riža je stoljećima duboko prisutna u životima Japanaca te je to njihova najvažnija poljoprivredna kultura. S poljoprivredne strane, riža je idealna namirnica za monsunsku Aziju. Omogućuje najveći prinos po jedinici površine svih usjeva koji se uzgajaju u regiji. Raste ljeti u monsunskom pojasu s visokim temperaturama i velikim oborinama. Nadalje, za razliku od većine kopnenih poljoprivrednih gospodarstava erozija tla nije problem, a isto polje može se koristiti iz godine u godinu bez ikakvih štetnih učinaka radi kontinuiranog uzgoja. Gledajući s nutritivne strane, riža je odličan proizvod ne samo radi količine kalorija već je i bogata ugljikohidratima i proteinima te je zato Japanci smatraju temeljem svoje prehrane. Riža je u Japan stigla iz Kine radi preseljenja Kineskih stanovnika iz pojedinih regija u Japan, te tijekom ranog razdoblja uzgoja riže u Japanu dolazi do preklapanja dviju kultura.

Još od uzgoja prvih nasada prije gotovo 2000 godina, godišnji ciklus sijanja, presađivanja, plijevljenja i žetve ponavlja se sve do današnjih dana. Vjerovalo se da snage prirode utječu na

kulturu riže, pa su se stoga tijekom godine vršili razni prinosi bogovima.¹⁰ Dvije glavne vrste riže koje se proizvode u Aziji su *japonica* i *inidica*.¹¹ Japonica je biljka koja je niska i uspijeva i u hladnijim klimama. Zrno japonice je kratko i blago zaobljeno te ima ljepljivu teksturu kada je kuhano. Inidica je biljka prilagođena tropskoj klimi, te je zrno dugo, usko i nije ljepljivo kada se kuha. Japonica se tradicionalno uzgaja u Japanu, Koreji i središnjoj Kini, dok se inidica uzgaja u Južnoj Kini i Indiji. Riža se u Japanu uglavnom poslužuje sama, u zdjelici, te se takva riža naziva *Gokhan*. Za Japance potpuni obrok je obrok sa rižom dok se obrok bez riže ne smatra potpunim. Većinom se riža jede isključivo samo kuhana, a drugi popularni oblici konzumacije riže su pržena riža (riža s dodatkom povrća, mesa ili ribe lagano popržena) i sushi riža (riža začinjena rižinim octom). Starije generacije Japanaca i dalje rižu jedu 3 puta dnevno dok je kod mlađih generacija to jednom ili dvaput dnevno. Primjenom zapadnjačke dijeta i povećanjem konzumacije pšeničnih proizvoda, kruh je u velikoj mjeri zamjenio obroke riže, pogotovo za doručak. Ubrzanim načinom života, kruh je postao jednostavniji i brži doručak u odnosu na rižu.

Spending on Rice and Bread in Japan



Compiled by *Nippon.com* based on data from the Ministry of Internal Affairs and Communications Family Income and Expenditure Survey (households with two or more members). 

Grafikon 1 Potrošnja na rižu i kruh u Japanu 2000.-2017. godine

Izvor: <https://www.nippon.com/en/features/h00257/> (pristupljeno 12.5.2024.)

U grafikonu su prikazani podatci istraživanja „Survey on family income and expenditure conducted by the Ministry of Internal Affairs and Communications“ potrošnje novaca na rižu i

¹⁰ Visočnik, Hrana i identitet u Japanu, 23.

¹¹ Ishige, The history and culture of Japanese food, 27.

kruh u Japanu u razdoblju od 2000. do 2017. godine. Analizom priloženog grafikona, vidljivo je kako je kupovina riže godinama osjetno padala, dok je kupovina kruha polako rasla, te se je 2014. godine dogodila promjena kada je više novaca po kućanstvima potrošeno na kruh nego na rižu, te se je taj trend nastavio i kroz sljedeće godine.

Osim riže, veliku popularnost imaju i japanski rezanci. Japanski ramen restorani tj restorani s različitim vrstama juha od rezanaca poznati su pod nazivom *ramen-ya*. Statistički podaci variraju ali prema procjeni ramen čini dvadeset i šest posto svih obroka koji se jedu izvan kuće u Japanu. U Japanu postoji više od osamdeset tisuća restorana koji služe ramen¹², a njih čak 30 tisuća je specijalizirano isključivo za pripremu ovih rezanaca.¹³ Iako postoji puno vrsta ramena, najjednostavniji sastojci su: rezanci, temeljac i začinski umaci. Rezanci se rade od pšeničnog brašna, vode, soli i sode bikarbone. Temeljac za juhu se priprema kombinacijom mesa, morskih plodova i povrća. Od mesa se većinom koriste piletina i svinjetina, a od plodova mora to su školjke, sušena riba poput bonita i sardine, te sušene alge. Standardno povrće koje se koristi u izradi temeljca su luk, mladi luk, đumbir i češnjak uz mogućnost dodavanja ostalog različitog povrća. Na kraju, kako bi temeljac dobio poseban prepoznatljiv okus, dodaje se miso pasta, sol ili soja umak. Iako se ramen danas smatra Japanskim jelom, njegovo porijeklo nije iz nacionalne japanske kuhinje već iz kineske. Nije poznato kada je točno ramen stigao u Japan ,ali njegov dolazak može se pratiti od devetnaestog stoljeća, dolaskom kineskih migranata u japanski grad Yokohamu, gdje su u ranoj fazi radili kao kuhari i servirali juhu s rezancima primarno studentima i radnicima koji su bili iz Kine. Kasnije, kada su se kineski šefovi kuhinje počeli zapošljavati u japanskim restoranima, i ostatak japanske nacije je započeo s konzumacijom ramena. Do 1920ih godina konzumacija domaće kineske kuhinje u urbanim djelovima Japana je narasla na do tad nezabilježenu razinu, te je najprepoznatljivije jelo bilo upravo rezanci.

Ukratko, najznačajniji faktori koji su utjecali na povećanu konzumaciju kineskih jela, te kasnijeg nastanka japanskog ramena su: povećanje radničke klase u industriji čime se je stvorila potražnja za jeftinim i visokokaloričnim jelima, moderna nutricionistička istraživanja koja su zagovarala veću konzumaciju pšenice, mesa i mliječnih proizvoda, te širenje Japana na Kinu čime se je Kineska kuhinja približila Japancima.

¹² Solt, The untold history of ramen, 4.

¹³ Kushner, Slurp!social and culinary history of ramen, 23.

Zanimljivo je kako se u Japanu srkanje juhe i rezanaca smatra znakom da je jelo dobro, dok se ostatku svijeta to smatra nekulturnim ponašanjem. U Japanu juhu i rezance glasno srču i muškarci i žene, a ukoliko se jelo ne srče smatra se da to jelo nije dovoljno toplo i ukusno.

Osim pravog ramena sa svježim rezancima, u ostatku svijeta popularna je verzija „instant ramen“. Instant ramen ili instant noodles su rezanci koji se prodaju u prethodno skuhanim i osušenim blokovima uz koji je priložen i začim u prahu te začinsko ulje. Instant ramen je osmišljen s ciljem brze pripreme obroka jer se takvi rezanci samo preliju vrućom vodom te su odmah spremni za konzumaciju, iako se smatraju puno manje nutritivno bogatim i nezdravim u odnosu na pravi ramen. Prema podacima Svjetske instant noodle organizacije (World Instant noodle association), Kina je najveći potrošač instant ramena sa čak 42,21 biliona obroka godišnje. Japan se nalazi na petom mjestu na ljestvici, sa konzumiranih 5,84 biliona obroka godišnje dok je SAD na šestom mjestu sa 5,1 biliona.¹⁴

Zaključno, iako se i danas riža u velikim količinama konzumira u Japanu, u prošlosti se je puno više koristila i uvrštavala u glavne obroke. Jedan od razloga je uvoz, proizvodnja i konzumacija različitih jela od pšenice kao što su kruh i rezanci. S druge strane, ramen se konzumira puno više nego u prošlosti te popularnost svake godine raste kako u Japanu tako i u ostatku svijeta.

2.1.2. Riba, meso i mliječni proizvodi

More je oduvijek bio najveći izvor proteina u Japanskoj prehrani. U to su uključeni riba, morski plodovi pa čak i morsko povrće.¹⁵ S obzirom da je najbolje konzumirati ribu dok je svježna, u prošlosti, dok nije bilo zamrzivača, ribari su smišljali razne načine kako da ribu što duže održe svježom kako bi se mogla isporučivati u unutrašnjost Japana, pa su je tako kiselili, sušili ili fermentirali. Japan je, prema geografskim obilježjima, na povoljnom položaju za ulov ribe i morskih plodova jer se proteže od hladnih do toplih tropskih mora, te je sama obala puna velikih i malih zaljeva. Japan jako poštuje sezonalni ribolov tako da za svaku ribu postoji vrijeme u godini kada se smije loviti kako bi se osigurala najbolja kvaliteta i svježina. Tijekom godina mjenjala se popularnost konzumacije pojedinih vrsta ribe pa je tako primjerice tuna, koja je danas luksuz i ima vrlo visoke cijene, prije 200 godina u Japanu smatrala se je „ribom niže

¹⁴ Instant noodles - <https://instantnoodles.org/noodles/demand/ranking/> - (pristupljeno 23.4.2024.)

¹⁵ Ashkenazi, Jacob - Food Culture in Japan, 52.

klase“. Radi stalnih zahtjeva da riba mora biti svježja i čestog lova, u moru oko Japana je danas nestašica nekih vrsta, primjerice bakalara, tune i lignji.¹⁶

Osim morske, konzumiraju se i velike količine slatkododne ribe, a 4 najpopularnije su: pastrva, slatka riba, šaran i jegulja. Pastrva, slatka riba i jegulja se najčešće pripremaju na grillu, dok se šaran konzumira sirov kao *sashimi*.

Od morskih plodova, u Japanskoj gastronomiji popularni su rakovi, morske alge, školjke, lignje i hobotnice, a neki od manje poznatih specijaliteta su: morski ježevi, morski krastavci i morski mlaz.¹⁷ Razne vrste rakova pripremaju se kao sushi, tempura i slična jela. Zanimljivo je da se u Japanu rijetko prodaje sirova hobotnica, već ukiseljena i onda se poslužuje uz sushi. Lignje se jedu ili sirove kao sashimi ili se peku na grillu sa raznim dodacima i umacima.

Stoljećima su Japanski stanovnici u moru uzgajali razne vrste morskog povrća od kojih su dvije neizostavna namirnica japanske kuhinje: morska trava i zeleni laver. Morska trava se uzgaja u hladnom moru te se suši, reže i koristi kao ključni sastojak u pripremi temeljaca ili se jede svježja u obliku salate. Zeleni laver je vrsta morske alge popularnog naziva „Nori“ koja se također zove i morski kupus. Najpoznatiji način konzumacije nori alge je kao omot za sushi. Još jedan od popularnih morskih dodataka hrani u Japanskoj gastronomiji je ikra. Ikra od lososa smatra se delikatesom u Japanu. Također konzumiraju se i ikra od bakalara i haringe koji se tradicionalno jedu za doručak.

Iako je poznato da se Japanska prehrana pretežito sastoji od ukiseljenog povrća, biljnih proizvoda, soje i ribe, u novije vrijeme meso i mliječni proizvodi su postali važan sastojak Japanske kuhinje. Tri vrste mesa koje se najviše konzumiraju u Japanu su piletina, svinjetina i govedina. Govedina se koristi u raznim varivima, maneštrama i raznim varijacijama hamburgera. Japanska Kobe crna govedina popularnog naziva wagyu steak, je službeno najbolja i najskuplja govedina na svijetu. Stručnjaci tvrde da je razlog tome sretno govedo, odnosno, krave imaju kontroliranu ispašu, nema nepotrebnih dodataka prehrani i antibiotika te im se uz sve to pušta smirujuća klasična glazba.¹⁸ Takva govedina priprema se u manjim komadima, reže se na tanke listiće koji se peku na tavi svega nekoliko sekundi sa svake strane. Svinjetina se u Japanu konzumira sve više, tako da je pohani svinjski kotlet postao omiljeno jelo. Pojavljuje se u jeftinijim jelima, pa je tako pretežito popularna vrsta mesa u restoranima

¹⁶ Ibid, 54.

¹⁷ Ibid, 56.

¹⁸ Kuhaj.hr - <https://www.kuhaj.hr/sto-je-wagyu-steak/> - (pristupljeno 12.5.2024.)

brze hrane gdje se serviraju jela za radnike. Kroz povijest Japana, konzumiralo se je pačje meso, a kokoši su se uzgajale samo radi jaja. Danas se u prehrani koristi skoro svaki dio pile tine na razne načine.

Mlijeko se je vrlo rijetko konzumiralo u Japanu sve do kraja drugog svjetskog rata. Japan se je tada suočio sa nepredvidivom prehrambenom krizom u kojoj su ljudi svakodnevno umirali od gladi. Kako bi pomogli Japanu, Licencirana agencija za pomoć u Aziji – LARA (Licensed Agencies for Relief in Asia) i UNICEF slali su zalihe hrane kao oblik pomoći. Namirnice koje su slali većinski su uključivale obrano mlijeko u prahu i konzervirane proizvode, te se je to mlijeko u prahu razrjeđivalo u vodi i juhi i davalo djeci u školama u svim većim gradovima Japana. Iako je tada to mlijeko bilo vrlo loše kvalitete, pomoglo je velikom broju djece da unesu dovoljno nutrijenata u organizam. Kada je Japan u narednim godinama ponovno stekao neovisnost, započela je kampanja o mlijeku i mliječnim proizvodima koji su se preporučavali kao potpuno nutritivna hrana, te se to može opisati kao „polazište za ozbiljan pomak prema zapadnjačkoj prehrani u Japanu“.¹⁹ Posljednjih godina postali su popularni i zapadnjački sirevi, toliko popularni da je Japan razvio autohtonu industriju sira za različite vrste sireva kao što je primjerice Camembert, koji mnogi Japanci konzumiraju uz piće.

2.1.3. Soja, umaci i začini

Umak od soje svoje korijene ima u kineskoj gastronomiji od koje se razlikuje s time što se u Kini tradicionalni soja umak radi isključivo od sojinog graha a u Japanu se mješaju jednaka količina soje i pšenice.

Sojin grah ili soja je bogat visoko kvalitetnim proteinima i mastima. Također sadrže dobru ravnotežu između ugljikohidrata, vitamina, minerala i ostalih nutrijenata.²⁰ Iako je soja sada stekla veliku popularnost u svijetu, u Japanu se ta namjernica koristi već stoljećima, radi prethodno navedenog bogatog nutritivnog sastava koji je dobro komplementirao japansku prehranu koja je većim dijelom bila vegetarijanska.

Iako je na globalnoj razini Japan manji proizvođač soje od primjerice Kine, Japanci su najveći potrošači soje i različitih proizvoda od soje u svijetu. Postoji mnogo jela od soje od kojih su neka od popularnih tofu, miso pasta i natto (fermentirani sojin grah), ali uvjerljivo

¹⁹ Japan Dairy Association, The history of milk in Japan, 11.

²⁰ Web Japan - <https://web-japan.org/niponica/niponica34/en/feature/feature02.html> (pristupljeno 15.5.2024.)

najpopularnija namirnica je sojin umak bez kojeg je većina Japanskih jela ne bi imala taj poseban, umami okus.

Umak od soje je po prvi puta nastao kroz proces pravljenja miso paste u 13 stoljeću od strane Zen budista/redovnika. Proces proizvodnje umaka od soje kreće od mješanja kuhanog sojinog graha, pečene usitnjene pšenice te rižinog slada – „proizvod nastao klijanjem zrna riže za oslobađanje enzima koji pretvaraju škrob u riži u šećere“. ²¹ Nakon što se mješavina ostavlja 3 dana kako bi fermentirala i stvorila „koji“ plijesan, u nju se dodaje slana voda te se ponovnom fermentacijom dobiva baza za umak od soje tzv. „moromi“. Moromi je stanje fermentacije u kojem sirove namirnice postaju mekane čvrste tvari, dajući tim namirnicama bogatu aromu i okus.²² Mješavina se potom prebacuje u drvene bačve u kojima mora fermentirati minimalno 6 mjeseci. Nakon procesa fermentacije kada je mješavina moromi dovoljno zrela, cijedi se, te se umak od soje zagrijava kako bi se prekinuo process fermentacije. Potom je umak spreman za spremanje u boce za prodaju.

Primarna podjela umaka od soje je na svijetli i tamni. Osim toga postoje još tri vrste umaka od soje a to su bijeli, tamari i twice brewed soja umak.²³ Svjetli umak od soje je, kako i sam naziv kaže, svjetlije zlatno smeđe boje, rjeđi je i slaniji. Tamni umak od soje je tamno smeđe boje, radi dodavanja prženog šećera u toku fermentacije, te je zato manje slan i gust. Bijeli soja umak se dobiva tako da se fermentira veća količina pšenice u koju se dodaje tek mala količina kuhane soje, te ima blag i sladak okus. Tamari soja umak je najsličniji originalnom soja umaku kada je prvi put tek stigao u Japan jer se radi bez pšenice, samo sa sojom, kako se radi i originalni Kineski soja umak.

²¹ The perfectrice - <https://www.theperfectrice.com/malted-rice/> (pristupljeno 12.5.2024.)

²² Japanesetaste - <https://int.japanesetaste.com/blogs/japanese-taste-blog/what-is-moromi-a-unique-process-achieved-through-fermentation> (pristupljeno 14.5.2024.)

²³ Japan centre - <https://www.japancentre.com/en/page/65-soy-sauce> (pristupljeno 12.5.2024.)



Slika 1 Proces izrade umaka od soje

Izvor: <https://web-japan.org/niponica/niponica34/en/feature/feature02.html> (pristupljeno 2.5.2024.)

Umak od soje se u Japanskoj kuhinji koristi u mnogim jelima kao što su sushi, razna jela s rezancima, mesna jela i gyoze te se može zaključiti kako je soja umak temeljni umak u pripremi mnogih tradicionalnih Japanskih jela kako bi se postigao tzv umami okus.

Osim umaka od soje, postoji nekoliko popularnih umaka i začina koji se koriste u Japanskoj gastronomiji a koji su u nekim jelima neizostavni dodatci. To su: Ponzu umak, Teriyaki umak, Rayu, Wassabi, Shichimi, Katsuobushi, Aonori,

Ponzu umak je umak na bazi citrusa to jest, sastoji se od soka limuna ili limete, rižinog octa, mirina, umaka od soje, palamida pahuljica i kombu alge. Većinom se poslužuje kao dodatak uz “hot pot” i jela od ribe ili kao dodatak tokom kuhanja velikom broju tradicionalnih japanskih jela. Teriyaki umak je slatkasti gusti umak koji se dobiva kombinacijom soja umaka, mirina i šećera. Koristi se u marinadama, jelima od riže ili kao glazura radi svoje ljepljive teksture. Rayu je japanski naziv za chili ulje koje se poslužuje u restoranima na stolu uz ramen ili gyoze gdje se često konzumira tako da se par kapi ulja pomješa sa umakom od soje. Od pasti jedan od najpoznatijih dodataka jelima je japanski hren ili wasabi. Većinom je nariban vrlo sitno, u pastu, te je neizostavan dodatak sushiju. Shichimi je chilli začim koji se sastoji chillija, sezama, japanskog sansho papra, sjemenke konoplje i korice citrusa. Konzumira se posipanjem po jelima kao što su razne vrste tjestenine i juhe. Katsuobushi su pahuljice od tune koje su jedan od glavnih sastojaka većine japanskih jela. Koriste se za izradu temeljca i kao dodatak, ukras ili začim za sva jela od tjestenine i riže do jaja.

Iz prethodno navedenih umaka i dodataka jelima vidljivo je kako je soja umak, osim što se konzumira sam, česti sastojak ostalih popularnih japanskih umaka, i neizostavan dodatak na stolu u restoranu ili u popularnim japanskim jelima.

2.2. Deserti

U Japanu su se deserti i slastice pripremali stoljećima prije dostupnosti šećera, a važan sastojak u pripremi bio je *anko* – pasta od zgnječene azuki graha. U japanskoj kuhinji azuki grah je druga po redu najbitnija mahunaka, nakon soje. Pasta se priprema prokuhavanjem graha koji se potom gnječi. Pasta je većinom tamno smeđe/crvene boje jer poprimi boju od ljuske graha. Drugi naziv za Japanske slastice je *wagashi* tj. mali zalogajčići izrađeni od raznog sezonalnog voća, anko paste ili mochia. Mochi je Japanski popularni rižin desert koji se sastoji od japonica riže, vode, šećera i škroba. Riža kuhana na pari se pretvara u pastu te se izrađuje željeni oblik mochia. Tradicionalno se mochi priprema u ceremoniji *Mochitsuki*. To je ceremonija u kojoj se riža udara sa drvenim maljem kako bi se stvorilo tijesto. Većinom u ceremoniji sudjeluju timovi po dvoje ili troje ljudi gdje jedna osoba udara s maljem, a druga osoba polako dodaje vodu, te se tako izmjenjuju dok tijesto ne postane sjajno i glatko. Kada je tijesto spremno, mochi se oblikuje u male zalogajčiće. Mogu se koristiti različita slana ili slatka punjenja od kojih su popularna mljevena svinjetina ili anko pasta. Ceremonija *Mochitsuki* je dio slavlja Japanske nove godine te se zato tradicionalno održava svake godine te se vjeruje da mochi donosi sreću i zdravlje.²⁴ Danas je u Japanu i u svijetu popularan mochi sladoled raznih okusa, to jest mochi punjen sladoledom.

Ostale popularne slastice u Japanu su: Sladoled od zelenog čaja, Hakuto jelly (sezonalni japanski desert koji je dostupan ljeti, a priprema se od hakuto japanskih breskvi i svježe izvorske vode bogate mineralima), Anpan (slatka rolada, većinom punjena pastom od graha), Chinsuko (keksi rađeni od masti i brašna, nalik popularnim škotskim shortbread keksima, koji se prodaju kao suveniri u Japanu).

²⁴ Sakura - <https://sakura.co/blog/making-mochi> (pristupljeno 10.6.2024.)

2.3. Ritual čaja

Čaj se je izvorno uzgajao u Kini te se je polako krenuo pojavljivati u Japanu oko 7. stoljeća, kada je na vlasti bilo kraljevstvo Yamato, koji su smatrali Kinu superiornijom te su počeli primjenjivati neke njihove prakse, kao što se je počeo tada i prakticirati budizam u Japanu, pa tako i uvođenje čaja. Konzumacija čaja u Japanu doživljava preokret u 12. stoljeću kada je jedan budistički monah po povratku s putovanja iz Kine, u Japan donio sadnice i sjeme čaja. Napisao je utjecajnu knjigu pod nazivom „Ispijanje čaja za zdravlje“ u kojoj je opisao proces kako skuhati i sušiti čaj kako bi se mogli spremati u staklenke te je također detaljno opisao pripremu i konzumaciju danas popularnog čaja u prahu, matcha. Prezentirao je čaj kao „eliksir zdravlja“, naglašavajući da je gorak okus bio koristan za srce i poboljšanje općeg fizičkog zdravlja²⁵. U 14. stoljeću počeli su se pojavljivati dućani s čajevima u Kyotu. U 15. stoljeću, zadovoljstvo ispijanja čaja se širi i van hramova, te elitni članovi društva počinju organizirati okupljanja vezana uz konzumaciju čaja. Ali kroz kontekste čaja omogućili su da se obustave statusne podjele, ojačali su klasne razlike, budući da su uglavnom oni s dobrim vezama i financijski uspješni imali pristup takvim okupljanjima.²⁶

Oko 16. stoljeća, grupa umjetnika i znanstvenika razvija ceremoniju čaja, u kojoj se matcha priprema, servira i konzumira u serijama rituala.²⁷ Kroz stoljeća, u Japanu su se konzumirale razne vrste čajeva a neki od njih su: gyokuro, sencha, bancha, koji su se u različitim periodima pripremali na razne načine. Inicijalno, ovo piće se je u najvećim količinama konzumiralo u hramovima, radi visokog udjela kofeina u čaju koji je budističkim redovniku bio stimulans za duge meditacije, te su zato zeleni čaj uvrstili u formalnu pripremu i konzumaciju tijekom budističkih rituala.²⁸ Ceremonije čaja, osim što su ih održavali redovnici, također su bile popularne među samurajima, kojima je to bilo jedino vrijeme za opuštanje, pa je stoga ceremonija dosta spora i traje i po nekoliko sati, u tišini.

Do 19. stoljeća ceremonija čaja je bila isključivo okupljanje za muškarce, a s vremenom su se i žene počele upoznavati s ceremonijom. Čaj se je promovirao među elitnim muškarcima kao

²⁵ Hinsch, *The Rise of Tea Culture in China: The Invention of the Individual*, 71–103.

²⁶ Surak. *Making Tea, Making Japan*, 82.

²⁷ Hellyer. *Green with milk and sugar: When Japan filled Americas tea cups*, 26.

²⁸ Surak. *Making Tea, Making Japan*, 79.

način njegovanja discipliniranog uma i tijela dobrog lidera, i među elitnim ženama kao sredstvo za razvijanje „društvene dražesnosti, profinjenog ponašanja i otmjene ženstvenosti“²⁹

Ceremonija čaja u Japanu, poznata kao "chado" ili "sado" (put čaja), ima dugu i bogatu tradiciju koja seže stotinama godina unazad. Ovo nije samo ceremonija o ispijanju čaja, već je duboko ukorijenjena u filozofiju, estetiku i spiritualnost. Glavni cilj ceremonije nije samo pružiti gostima piće, već ih uvesti u jedan poseban trenutak mira, prisutnosti i harmonije. Osim toga, ceremonija čaja ističe važnost poštovanja prema gostima, domaćinu, posuđu i prirodi. Obično se odvija u posebnim prostorijama nazvanim chashitsu (čajne sobe) koje su minimalistički uređene i imaju tradicionalne elemente kao što su tatami prostirke, drveni i bambusni detalji te posebno dizajnirano posuđe.

Danas se čajna ceremonija prakticira kao hobi, a postoje mjesta gdje je mogu doživjeti i turisti. Čajne ceremonije različitih stupnjeva formalnosti i autentičnosti nude mnoge organizacije diljem Japana, uključujući neke tradicionalne vrtove, kulturne centre i hotele.

Ulaz za goste ponekad je nizak tako da se gosti koji ulaze moraju sagnuti, što simbolizira poniznost. Dekorativni elementi u čajani uključuju nišu (tokonoma) u kojoj je izložen svitak ili sezonsko cvijeće. Nakon naklona, domaćin ulazi u sobu i zauzima mjesto najbliže niši, a za njim i ostali gosti. Gosti idealno sjede u seiza položaju na tatami podu. Nakon što gosti zauzmu svoje položaje, uobičajeno je još jednom se nakloniti prije početka ceremonije.

Japanski slatkiš se poslužuje prije čaja i treba ga pojesti prije nego što se čaj popije. Posuda za čaj se postavlja na tatami ispred gosta, prednjom stranom okrenutom prema njemu.

Domaćin može pitati žele li gosti još jednu turu čaja, a ako ne, čajna ceremonija je gotova kada domaćin opere pribor za čaj i vrati opremu na mjesto gdje je bila prije početka.³⁰

²⁹ Ibid, 88.

³⁰ Japan guide - <https://www.japan-guide.com/e/e2096.html> (pristupljeno 10.6.2024.)

2.4. Alkoholna pića

Osim hrane, japanska kultura pića, koja uključuje sake (japansko rižino vino), zeleni čaj (matcha) i viskije svjetske klase, također čini značajan dio gastronomskog identiteta zemlje. Ova pića često prate obroke i obogaćuju ukupno gastronomsko iskustvo.

Konzumacija alkoholnih pića vrlo je popularna u Japanu i igra važnu ulogu u društvenom i kulturnom životu. Japanci uživaju u širokom spektru alkoholnih pića, a neka od tradicionalnih su:

- Sake: tradicionalno japansko alkoholno piće od samo četiri sastojka: riže, vode, kvasca i kvasca. Koji i kvasac su mikroorganizmi koji imaju bitnu ulogu: Koji pretvara škrob u šećer, a kvasac pretvara šećer u alkohol. Većina proizvođača sakea je smještena u blizini izvora vode te je čak često i da se sele na drugu lokaciju ukoliko voda postane onečišćena ili smanjene kvalitete. Riža koja se koristi za proizvodnju sakea zove se shuzo kotekimai. Ta vrsta riže ima veće zrno i puno više škroba nego riža koja se koristi za kuhanje. U prošlosti se je to piće konzumiralo toplo, sve dok premium i skuplje vrste sakea nisu postale popularne u Japanu te se je tada to piće sve više počelo posluživati ohlađeno. Iz tog razloga, konzumiranje sakea toplog je ukazivalo na to da sake nije najbolje kvalitete, iako danas sve više ponovno vraća trend da se poslužuje toplo.
- Awamori: Awamori je tradicionalno japansko alkoholno piće koje potječe s otoka Okinawa. Proizvodi se od riže i ima sličnosti s drugim azijskim alkoholnim pićima poput prethodno navedenog sakea. Međutim, razlika je u postupku proizvodnje i sastojcima. Proces proizvodnje awamorija uključuje fermentaciju riže, koja se zatim destilira. Nakon toga, često se stavlja u hrastove bačve da odmara, što mu daje poseban okus i karakteristike. Awamori ima različite stupnjeve jakosti, a često se poslužuje kao aperitiv ili digestiv te se koristi i u koktelima ili kao sastojak u kulinarskim jelima.
- Shochu: još jedno tradicionalno japansko alkoholno piće, ali za razliku od sakea i awamorija, shochu se proizvodi od različitih sastojaka, uključujući slad, batat, rižu ili ječam. Proces proizvodnje shochua uključuje fermentaciju sastojaka, a zatim destilaciju. Shochu obično ima veći udio alkohola od sakea, obično između 25% i 40% alkohola po volumenu, što ga čini jačim pićem. Shochu se može konzumirati na različite načine - može se poslužiti čist, sa ledom, pomiješan s vodom ili sokom, ili se može koristiti kao

baza za koktele. Ovo piće ima raznolik spektar okusa, ovisno o sastojcima od kojih je napravljeno i procesu proizvodnje. Tradicionalno je popularan na jugu Japana, ali se sve više širi i izvan Japana zbog svoje raznolikosti i jedinstvenih karakteristika.

- Umeshu: japansko voćno alkoholno piće napravljeno od zelenih nezrelih šljiva, poznatih kao ume. Ovo piće ima dugu tradiciju u Japanu i popularno je kao aperitiv ili digestiv. Proces izrade umeshua uključuje maceraciju (natapanje) nezrelih ume u alkoholu, obično shochuu ili sakeu, te dodavanje šećera. Nakon što voće odstoji neko vrijeme, proizvod se filtrira i često razrijedi vodom prije flaširanja. Umeshu ima slatko-kiselkast okus i osvježavajući miris šljive. Može se konzumirati na različite načine - hladno, na ledu, razrijeđeno s vodom ili tonikom

Iako je prva pomisao na alkoholno piće japana sake, zanimljivo je kako je desetljećima najprodavaniji alkohol u Japanu bio pivo. Pivo je vrlo popularno piće u Japanu i ima bogatu povijest koja seže unatrag gotovo 150 godina. Prvo japansko pivo proizvedeno je u 19. stoljeću, a najpoznatiji japanski brend piva je Asahi, koji proizvodi lagere i aleove. Osim Asahija, drugi popularni brendovi uključuju Kirin, Sapporo i Suntory. Japanska piva obično su niskog do srednjeg stupnja alkohola i često su vrlo osvježavajućeg okusa. Također postoji i rastuća scena craft piva, gdje se male neovisne pivovare fokusiraju na proizvodnju visokokvalitetnih i inovativnih piva s naglaskom na lokalne sastojke i tradicionalne japanske okuse. U Japanu postoje određeni običaji vezani uz konzumaciju piva - Prije nego što se napije, često se izgovara "Kanpai!", što znači "nazdravlje". Također, u društvenim situacijama, uobičajeno je da ljudi natoče piće jedni drugima, izražavajući poštovanje i prijateljstvo.

Još jedno popularno alkoholno piće u Japanu ali i u svijetu je – japanski viski. Japanski viski, koji je stekao svjetsku slavu zbog svoje izuzetne kvalitete i jedinstvenog okusa, ima zanimljivu povijest i posebno mjesto u japanskoj kulturi konzumacije alkohola. Proizvodnja japanskog viskija započela je početkom 20. stoljeća, a od tada je evoluirala u jednu od najcjenjenijih vrsta viskija na globalnoj sceni. Japanski viski često se uspoređuje sa škotskim viskijem zbog svojih metoda proizvodnje i stila. Međutim, japanski viski razvija svoj jedinstveni karakter zahvaljujući pažljivoj kontroli kvalitete, korištenju lokalnih sastojaka i specifičnim tehnikama starenja. Često odležava u bačvama od japanskog hrasta (mizunara), što mu daje specifične arome. Mizunara hrast dodaje kompleksne i začinske note koje su jedinstvene za japanski viski.

Preokret u popularnosti Japanskog viskija u svijetu dogodio se je 2001. godine, kada je 10 godina star Yoichi viski osvojio nagradu "Najbolji od najboljih" na međunarodnoj slijepoj degustaciji koju je organizirala britanska publikacija Whisky Magazine. Od tada, dva najveća proizvođača u zemlji, Nikka i Suntory, pridružili su se redovima proizvođača viskija s najviše medalja na svijetu.

Posljednjih desetljeća Japan sve više stječe reputaciju i kao proizvođač kvalitetnog vina. Iako se vinogradarstvo u Japanu suočava s jedinstvenim izazovima zbog klime i terena, japanski vinari uspješno proizvode vina koja sve više privlače pažnju međunarodnih ljubitelja vina. Proizvodnja vina u Japanu ima relativno kratku povijest u usporedbi s Europom i drugim vinskim regijama svijeta. Prva vinova loza zasađena je u 8. stoljeću, ali komercijalna proizvodnja vina počela je tek krajem 19. stoljeća. Tokom razdoblja Meiji, kada se Japan otvorio prema zapadu, japanski vinari počeli su usvajati zapadne metode vinogradarstva i vinarstva. Koshu je autohtona japanska sorta grožđa koja ima dugu povijest u Japanu. Ova sorta, s debelom kožom otpornom na vlagu, idealna je za japanske klimatske uvjete. Koshu vina su lagana, s niskim udio alkohola i karakterističnim voćnim i cvjetnim aromama, često s notama citrusa i bijelog cvijeća. Japansko vino sve više dobiva priznanje na međunarodnoj vinskoj sceni. Vinarije poput Grace Wine i Chateau Mercian osvajaju nagrade na međunarodnim natjecanjima, čime dokazuju kvalitetu japanskih vina. Također, japanska vina sve su češće prisutna na vinskim kartama vrhunskih restorana diljem svijeta. Konzumacija vina u Japanu postala je popularna među mlađim generacijama i urbanim stanovništvom, koje traže raznovrsne i sofisticirane okuse. Vino se često kombinira s japanskom kuhinjom, a somelijeri u japanskim restoranima sve više preporučuju lokalna vina kao savršen dodatak tradicionalnim jelima.

U zaključku, konzumacija alkoholnih pića u Japanu je izuzetno popularna i duboko ukorijenjena u društvenoj i kulturnoj tradiciji. Bilo da se radi o tradicionalnim pićima kao što su sake i shochu, ili modernim izborima poput piva i viskija, alkoholna pića igraju ključnu ulogu u japanskom društvenom životu i ritualima.

3. SUVREMENI TRENDOSI U GASTRONOMIJI JAPANA

Gastronomija je dinamično područje koje neprestano evoluirala pod utjecajem različitih čimbenika poput tehnoloških inovacija, društvenih promjena i globalizacije. Iako se trendovi neprestano mijenjaju, trenutno je popularno nekoliko suvremenih trendova u gastronomiji u cijelom svijetu, a u većinu kojih se uklapa upravo japanska kuhinja:

- Biljna prehrana: Sve veća popularnost vegetarijanske i veganske prehrane potiče razvoj kreativnih biljnih jela. Znanstveni napredak u alternativama mesu, poput laboratorijskog mesa i biljnih zamjena, značajno mijenja prehrabene navike.
- Fermentacija: Fermentirani proizvodi poput kombuche, kimchija i fermentiranih povrća dobivaju na popularnosti zbog svojih probiotika i zdravstvenih prednosti.
- Personalizacija obroka: Tehnologija omogućuje personalizaciju obroka prema individualnim preferencijama i potrebama, uključujući prehrabene restrikcije i nutritivne zahtjeve.
- Kulturno povezivanje: Kuhari istražuju i kombiniraju kulinarske tradicije iz različitih kultura, stvarajući jedinstvena jela koja prelaze granice tradicionalne kuhinje.
- Interaktivna kulinarska iskustva: Restorani nude interaktivna iskustva, poput kuharskih radionica, degustacija i večera s više sljedova, gdje gosti mogu naučiti više o sastojcima i tehnikama pripreme.
- Održivost: Održivost je postala ključna tema. Restorani se fokusiraju na smanjenje otpada, korištenje održivih izvora morskih plodova i lokalno uzgojenih sastojaka.

Ovi trendovi odražavaju promjene u društvenim preferencijama, tehnologiji i globalnim pitanjima poput održivosti i zdravlja. Japanska kuhinja, sa svojom bogatom tradicijom i inovativnim pristupom, savršeno se uklapa u ove suvremene trendove, istovremeno zadržavajući svoje jedinstvene karakteristike, te time stiče svoju globalnu popularnost i izvan Japana.

3.1. Globalna popularnost japanske kuhinje

Japanska kuhinja je tijekom godina uvelike evoluirala i to prelaskom iz isključivo regionalne kulinarske tradicije i kulture u globalni fenomen privlačeći sve više ljudi koji cijene njegove okuse, kulturni značaj i umjetnost.

Japanska kuhinja je u proteklih nekoliko godina stekla veliku popularnost u svijetu i to radi kombinacije nekoliko važnih faktora. Jedan od faktora su jedinstveni okusi i arome od umjerenih umami okusa i raznolikih vrsta juha, do jačih pikantnijih okusa poput wasabija. Također, u japanskoj kuhinji sama prezentacija jela igra veliku ulogu, te smatraju ukrašavanje tanjura malim umjetničkim djelima, koja su naravno privukla svojim izgledom i ljude diljem svijeta. Osim okusa i izgleda, Japanska kuhinja je jedna od najzdravijih kuhinja u svijetu radi korištenja svježih sastojaka, fermentiranog povrća i ribe. Kod razvoja moderne zapadne fine dinnig kuhinje, japanska kuhinja je imala veliki utjecaj radi svojih minimalistički prezentiranih jela, s fokusom na svježije i kvalitetne namjernice, što je danas postalo veliki globalni trend. Evolucija japanske kuhinje odražava spoj tradicije i inovacije, što je čini omiljenim izborom za ljubitelje hrane diljem svijeta.

Prema istraživanju japanskog Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i ribarstva, u srpnju 2015. broj japanskih restorana na svim tržištima izvan Japana iznosio je gotovo 89 000. To je znatno više od 55.000 izbrojenih 2013. i trostruko više od 24.000 izbrojenih u istraživanju iz 2006. godine, dok je taj broj u 2023. došao do 187.000.³¹

Prema istraživanju JETRO-a provedenom u prosincu 2013., koje je obuhvatilo ukupno 3000 građana u dobi od 10 do 59 godina, 35,3% ispitanika navelo je sushi/sashimi kao japanski obrok koji najviše vole, a zatim tempura (9,6%) i yakitori (8,7%). Doprinos sushiju na prvom mjestu na ljestvici popularnosti bili su njegov zdrav imidž i status reprezentativne japanske kuhinje. Ukusna hrana niske cijene, poput ramena i curryja s rižom, također se pokazala vrlo popularnom, s omjerima od 8,6% odnosno 5,1%.³²

³¹ Nippon.com - <https://www.nippon.com/en/features/h00128/> (pristupljeno 10.6.2024.)

³² [Ibid](#)

Popular Japanese Foods Overseas

Cuisine	Selected by	Cuisine	Selected by
Sushi/sashimi	35.3%	Sukiyaki	4.6%
Tempura	9.6%	<i>Udon</i> (flour noodles)	4.5%
Yakitori	8.7%	<i>Takoyaki</i> (fried octopus dumplings)	3.7%
Ramen	8.6%	Soba	3.5%
<i>Shabu-shabu</i> (thinly sliced meat dipped in boiling stock)	5.6%	Tonkatsu (breaded, deep-fried pork cutlet)	3.3%
Curry with rice	5.1%	<i>Gyūdon</i> (beef and rice bowl)	3.0%

Note: Based on a JETRO survey conducted in December 2013 in Bangkok, Dubai, Ho Chi Minh City, Jakarta, Moscow, and São Paulo, covering 500 people aged 10–59 in each city (3,000 total).

Tablica 1. Popularna japanska jela izvan Japana 2013. godine

Izvor: <https://www.nippon.com/en/features/h00128/> (pristupljeno 25.5.2024.)

U prosincu 2013. Organizacija ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu donijela je odluku o registriranju japanske kuhinje, za koju je i drugi popularni naziv washoku, kao nematerjalnu kulturnu baštinu, društveni običaj koji se prenosi s koljena na koljeno kojim se izražava poštovanje japanskog naroda prema prirodi. Riječ "Washoku" sastoji se od dvije komponente, "Wa" i "Shoku". "Wa" znači Japan, a "Shoku" znači jesti.³³ Ovo priznanje ne samo da je povećalo svijest o japanskoj kulinarskoj tradiciji, već je također potaknulo interes za autentičnost, kvalitetu, i zdravstvene prednosti japanske prehrane, čime je osiguran kontinuirani rast popularnosti japanske kuhinje širom svijeta.

3.2. Trend zdrave prehrane i japanskog načina života

U zadnjih nekoliko godina postepeno raste trend zdrave prehrane, a pogotovo nakon početka Covid pandemije gdje je velik broj ljudi krenuo voditi brigu o načinu života i ishrane kako bi poboljšali opće psihofizičko zdravlje. Tako prema istraživanju, na Tajlandu više od dvije trećine potrošača smatra da je zdrava prehrana veći prioritet od izbijanja COVID 19 pandemije, a slični

³³ Startdvertiser - <https://www.staradvertiser.com/2024/02/01/news/interest-in-japans-traditional-cuisine-has-grown-globally/> (pristupljeno 28.05.2024.)

trend je uočen i u Indiji gdje je gotovo dvije trećine potrošača smanjilo nezdrave navike grickanja nakon pandemije.³⁴ Potrošači ne traže samo zdravu hranu u tradicionalnom smislu (niskokalorična, bez šećera itd.), već i hranu koja doprinosi poboljšanju raspoloženja i stanja uma. Znanost i potrošači sve više prepoznaju vezu između crijevnog mikrobioma i cjelokupnog zdravlja. U tu priču ovdje uskače Japanska kuhinja, kao jedna od najzdravijih kuhinja u svijetu. Japanska prehrana sadrži značajan udio proteina i omega-3 masnih kiselina iz ribe, plodova mora i proizvoda biljnog podrijetla kao što su tofu, natto i morske alge. Uravnotežuju ovu hranjivu komponentu s ugljikohidratima i malo masti za uravnoteženu prehranu. Japanci obično koriste sirove plodove mora i ribu u svojim obrocima umjesto da ih prže u dubokom ulju. Neke jedinstvene metode kuhanja koriste minimalnu količinu ulja za prženje ili kuhanje govedine, janjetine, svinjetine i tempure. Štoviše, fermentirana hrana, koja se u Japanskoj kuhinji uvelike koristi, je bogat izvor vitamina i minerala, a japanci također minimaliziraju sol korištenjem raznih začina, bilja i umaka u jelima.³⁵

Općenito, trend japanskog način života odnosi se na fokus na zdravlje i samopoboljšanje. To se odražava u raznim aspektima japanske kulture, uključujući prehranu, životne navike i filozofske koncepte. Priotizira se balans i osobni rast i razvoj.

³⁴ Mintel - <https://www.mintel.com/insights/food-and-drink/global-trends-driving-evolution-of-healthy-eating/> (pristupljeno 11.6.2024.)

³⁵ Sanraku - <https://www.sanraku.com/why-is-japanese-food-so-healthy/> (pristupljeno 11.6.2024.)

4. GASTRONOMIJA JAPANA U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA

Japanska kuhinja doprinosi razvoju turizma i to na nekoliko načina:

- Privlačenje međunarodnih turista: radi jedinstvenog kulinarskog iskustva općenito, ali i najvećeg broja fine dining restorana u svijetu koji se nalaze upravo u Tokyju i Kyotu, Japan privlači ljubitelje gastronomije diljem svijeta.
- Gastronomski turizam: u Japanu postoji bezbroj aktivnosti i radionica kao što su priprema tradicionalnih jela i ceremonija čaja, pa posjetitelji imaju priliku za samostalno i dublje razumjevanje japanske kuhinje i tradicije. Također, u Japanu se odvija velik broj festivala kao što su ramen festivali, sushi festivali i festivali sakea koji privlače velik broj posjetitelja.
- Promocija regionalnih specijaliteta: Svaka regija u Japanu ima svoje specijalitete, kao što su Hida govedina iz Takayame, okonomiyaki iz Hiroshime, i kobe govedina iz Koba. Promocija ovih specijaliteta potiče turiste da posjete različite dijelove zemlje. Ovo pomaže u disperziji turističkog prometa i ekonomskom razvoju manje poznatih područja.
- Integracija moderne tehnologije: Moderni turisti koriste aplikacije i digitalne platforme za pronalaženje najboljih restorana, rezervaciju stolova i sudjelovanje u kulinarskim turama. Radi digitalnih inovacija i uvođenjem online kulinarskih radionica, potencijalnim turistima je omogućeno da dožive japansku kuhinju prije nego što posjete zemlju, što može potaknuti njihov interes za putovanje.

Gastronomija Japana ne samo da privlači turiste, već također obogaćuje njihovo iskustvo i doprinosi ekonomiji zemlje, a u sljedećim cjelinama će se detaljnije analizirati upravo gastronomija kao razlog dolazaka turista u Japan.

4.1. Uloga hrane u brendiranju destinacije

Gledano s aspekta turizma kao brenda, to se odnosi na kombinaciju različitih proizvoda i usluga na jednom geografskom području. Da bi brendiranje destinacije bilo pozitivno, treba se kvalitetno predstaviti prema ciljanoj tržišnoj skupini, te je važno da turist može jasno prepoznati turistički proizvod. Hrana i gastronomija su jedan od elemenata koji pridonose razvoju i brendiranju destinacije. Mnoga istraživanja su također potvrdila da „turisti putuju u destinacije koje su stekle reputaciju kao mjesto za eksperimentiranje s kvalitetnim lokalnim proizvodima“ (WorldTourism Organization, 2012: 8). Hrana ima jednu od ključnih uloga u stvaranju identiteta destinacije te može biti ključna u diferencijaciji destinacije na tržištu. Također, gastronomija pruža autentična iskustva svim posjetiteljima, te stvaranju emocionalne veze s destinacijom. U posljednjem desetljeću gastronomija je doživjela najveći „boom“ do sada, te je tako postala bitan segment u planiranju razvoja turizma i brendiranju destinacije. (Food and cuisine image in destination branding: Toward a conceptual model Mun Y Lai, Catheryn Khoo-Lattimore and Ying Wang 2017. stranica 9)

Brendiranje hrane kao destinacije i razloga putovanja, može značajno doprinijeti atraktivnosti mjesta, oblikovati percepciju posjetitelja i povećati ekonomske benefite. Hrana je moćan alat za brendiranje turističkih destinacija jer može pružiti autentična iskustva, privući specifične segmente turista, podržati lokalnu ekonomiju i stvoriti jedinstveni identitet destinacije. Promocija gastronomskih iskustava, lokalnih specijaliteta i održivih praksi ne samo da obogaćuje turističku ponudu, već i jača prepoznatljivost i privlačnost destinacije na globalnoj razini.

4.2. Gastroturisti – kulinarski turizam kao oblik putovanja

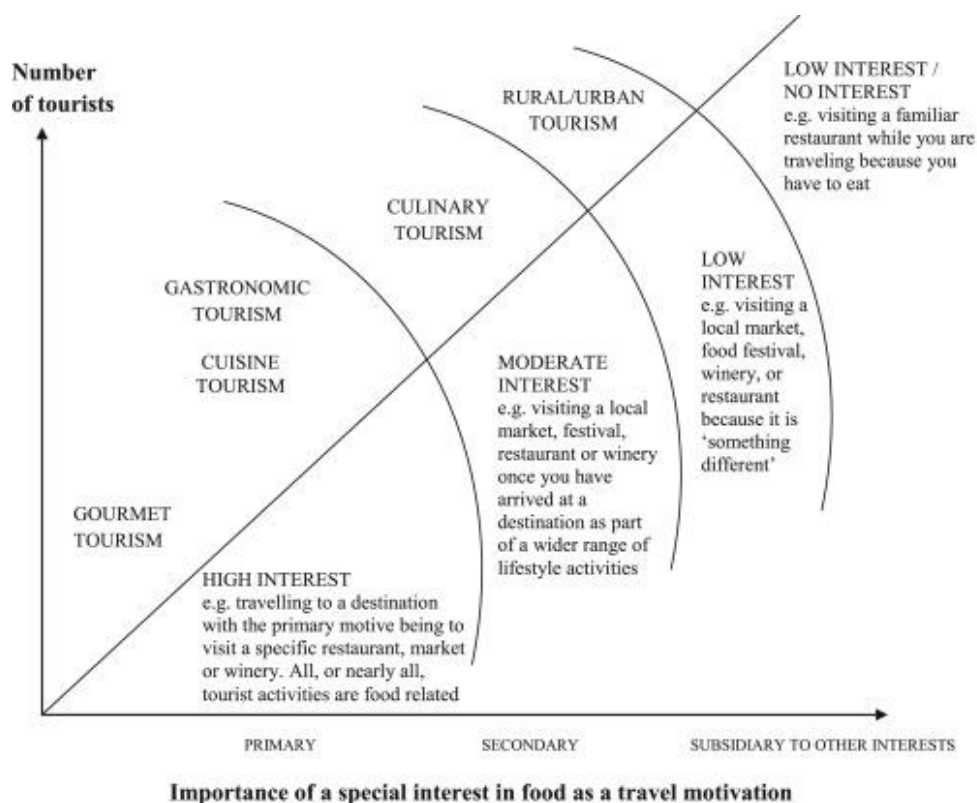
Gastroturisti su turisti koji putuju prvenstveno radi istraživanja i uživanja u lokalnoj hrani i piću. Ova vrsta turizma poznata je kao gastronomski ili kulinarski turizam. Gastroturisti traže autentična gastronomska iskustva koja uključuju lokalne restorane, vinograde, festivale hrane, lokalne tečajeve kuhanja, i degustacije tradicionalnih jela i pića. Gastro turizam je dobio na popularnosti zadnjih nekoliko godina, i to zbog nekoliko faktora:

- Povećanje globalne povezanosti - S razvojem interneta i društvenih mreža, informacije o različitim kulturama i njihovim kuhinjama postale su dostupnije. Ljudi su postali više zainteresirani za istraživanje i doživljavanje novih kulinarskih iskustava.
- Promjena u motivima putovanja - Moderni turisti sve više traže autentična iskustva i žele dublje povezivanje s lokalnom kulturom. Hrana i piće predstavljaju savršen način za postizanje tog cilja, jer pružaju direktan uvid u lokalni način života, tradiciju i običaje.
- Razvoj gastronomskog turizma kao industrije - Mnoge destinacije prepoznale su potencijal gastronomskog turizma i počele su aktivno promovirati svoje kulinarske specijalitete kroz festivale hrane, degustacije, kulinarske ture i slično što je dodatno potaklo interes za ovom vrstom turizma
- Popularnost restorana sa stranom kuhinjom - Restorani sa stranom kuhinjom omogućavaju ljudima da isprobaju ukuse i tradicije drugih kultura bez napuštanja svoje zemlje. Ta dostupnost budi radoznalost i želju za dubljim istraživanjem, što često vodi putovanjima u zemlje porijekla tih kuhinja kako bi doživjeli autentično iskustvo.

Neka istraživanja rade podjelu gastro turista u nekoliko različitih kategorija.³⁶ (slika)

Primjerice, kulinarski turist smatra hranu sekundarnim interesom za svoje putovanje, ali će cijeliti odlazak u restoran, lokalnu tržnicu ili festival hrane kao način da iskusi životni stil destinacije, između ostalih aktivnosti. S druge strane, gastronomski turist ima za primarni motiv putovanja posjet određenim restoranima, vinarijama i mjestima gdje može doživjeti gastronomski užitak.

³⁶ Redl, Culinary Tourism for Young Adult Travellers and its connection to Destination Management, 15



Slika 2. Kategorije gastro turizma

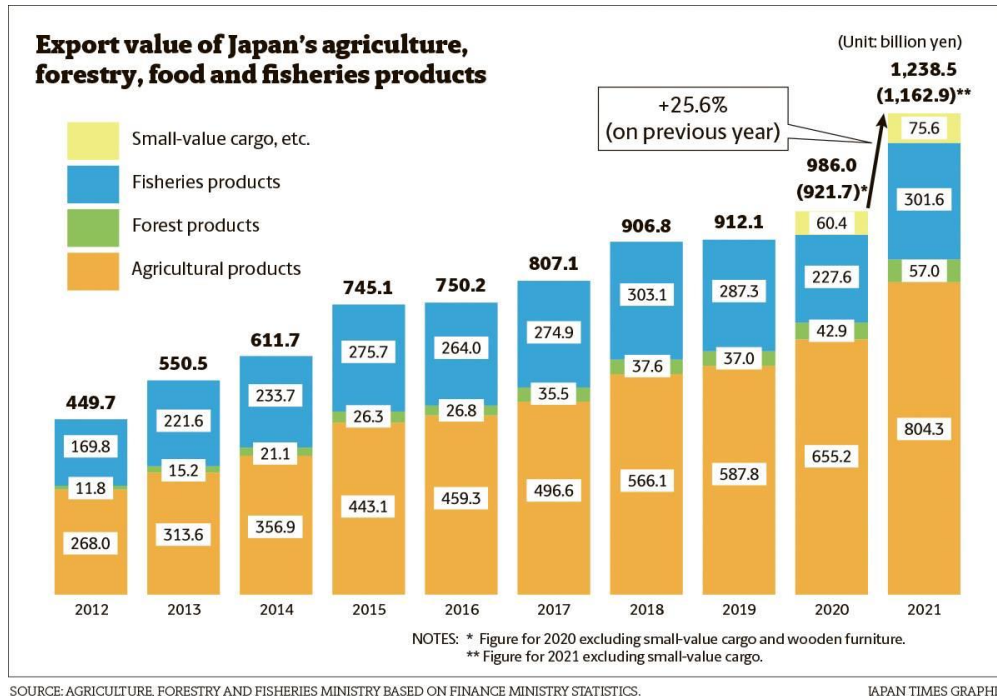
Izvor: <https://www.semanticscholar.org/paper/A-Typology-of-Gastro-Tourism-Consumers%3A-A-of-Thomas/b39acd491e35b78c2c458bdd2576fc7f1daaea> (pristupljeno 12.5.2024.)

Zaključno, kulinarski turizam predstavlja važan i rastući segment turističkog tržišta koji nudi brojne prednosti kako za putnike, tako i za destinacije. Povezivanjem gastronomije s kulturom i tradicijom, ovaj oblik turizma pruža autentične i edukativne doživljaje, podržava lokalnu ekonomiju i doprinosi očuvanju kulturne baštine. S obzirom na sve veći interes za autentična i jedinstvena iskustva, kulinarski turizam postaje sve popularniji oblik turizma.

4.3. Utjecaj turizma na lokalne kulinarske tradicije Japana

Globalna popularnost japanske hrane, posebno jela kao što su sushi, ramen i tempura, značajno je utjecala na razvoj japanske gastronomske kulture. Restorani širom svijeta prilagodili su japanske recepte zapadnim ukusima, što je dovelo do stvaranja fusion kuhinje koja kombinira elemente japanske i zapadne kuhinje. U Japanu, ovaj povratni utjecaj doveo je do prilagodbe domaće kuhinje kako bi zadovoljilo međunarodne ukuse i preferencije. Ovo uključuje uvođenje zapadnih sastojaka i tehnika u tradicionalna jela, kao i kreiranje novih jela koja reflektiraju globalne kulinarske trendove.

Japanska kuhinja je „fascinirala svijet“ svojom širokom paletom zdravih, vizuelno primamljivih i ukusnih jela te njezina popularnost iz godine u godinu raste. U priloženom grafikonu vidljivo je kako izvoz proizvoda i hrane iz Japana raste u periodu od 2012 do 2021. godine.³⁷



Grafikon 2. Izvoz japanskih proizvoda i hrane

Izvor: <https://www.japantimes.co.jp/2022/03/04/special-supplements/japanese-food-continues-gain-popularity-overseas/> (pristupljeno 1.6.2024.)

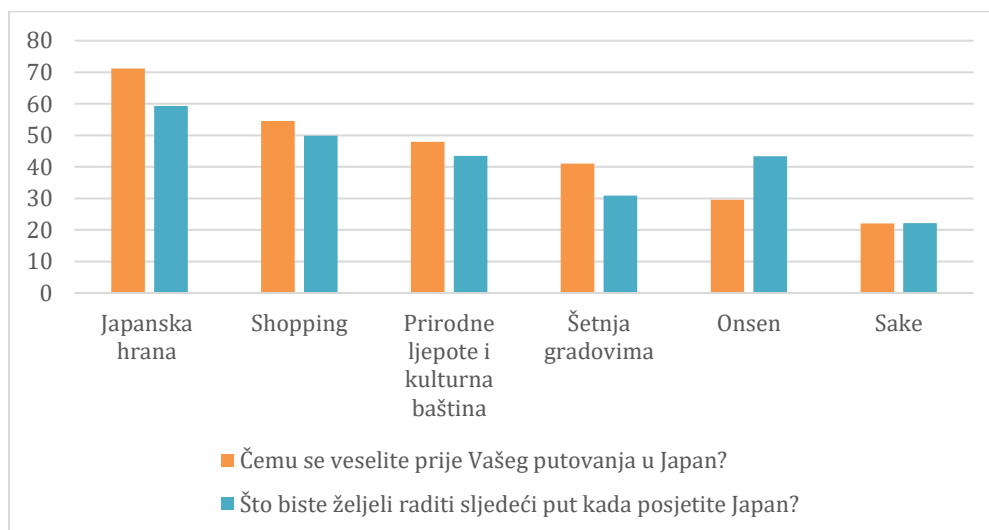
Sve veći broj japanskih restorana diljem svijeta i dostupnost proizvoda, približava goste japaskoj kuhinji i njezinim okusima. Radi te popularnosti, i u samom Japanu se lokalna kuhinja kroz godine mjenja i oblikuje pod utjecajem drugih zemalja. Primjerice, kako bi se prilagodilo okusima lokalnog stanovništva, pojavom sushija na Američkoj gastro sceni, u sushi su se počeli dodavati sastojci kao što su avokado i meso raka, te su tako nastale popularne „California rolls“ koje su danas i sastavni dio jelovnika u restoranima Japana. S druge strane, fuzijom Američke kuhinje s japanskim okusima, popularizacijom burgera u japanskoj kuhinji se popularno konzumira burger sa wagyu odreskom. Povećana interakcija između japanske i zapadne kuhinje dovela je do stvaranja fusion jela koja kombiniraju elemente obje tradicije. Ovakva jela postaju popularna i u Japanu i u zapadnim zemljama, nudeći nove i inovativne kulinarske doživljaje.

³⁷ Japan times - <https://www.japantimes.co.jp/2022/03/04/special-supplements/japanese-food-continues-gain-popularity-overseas/> (pristupljeno 30.5.2024.)

Na kraju, povećan broj turista u Japanu koji žele autentična kulinarska iskustva doveo je do prilagođavanja jelovnika i servisa kako bi zadovoljili njihova očekivanja. Ovo je uključivalo na primjer, uvođenje jelovnika na engleskom jeziku, posluživanje jela sa bambus štapićima i vilicom koju Japanci inače ne koriste, te promjenu nekih tradicionalnih praksi kako bi bile pristupačnije stranim posjetiteljima.

4.4. Istraživanje gastronomije kao razloga dolazaka turista u Japan

U istraživanju koje je 2016. godine provelo Ministarstvo infrastrukture, prometa i turizma po imenu „Consumption Trend Survey for Foreigners Visiting Japan”, prva dva odgovora za „Čemu se najviše radujete (prije svog putovanja u Japan)?“ bili su „jedenje japanske hrane“ i „shopping“³⁸ Kao što je vidljivo iz grafikona ispod, može se zaključiti kako hrana igra važnu ulogu kada je u pitanju putovanje u Japan za turiste i posjetitelje.



Grafikon 3 Istraživanje razloga dolazaka stranaca u Japan u %

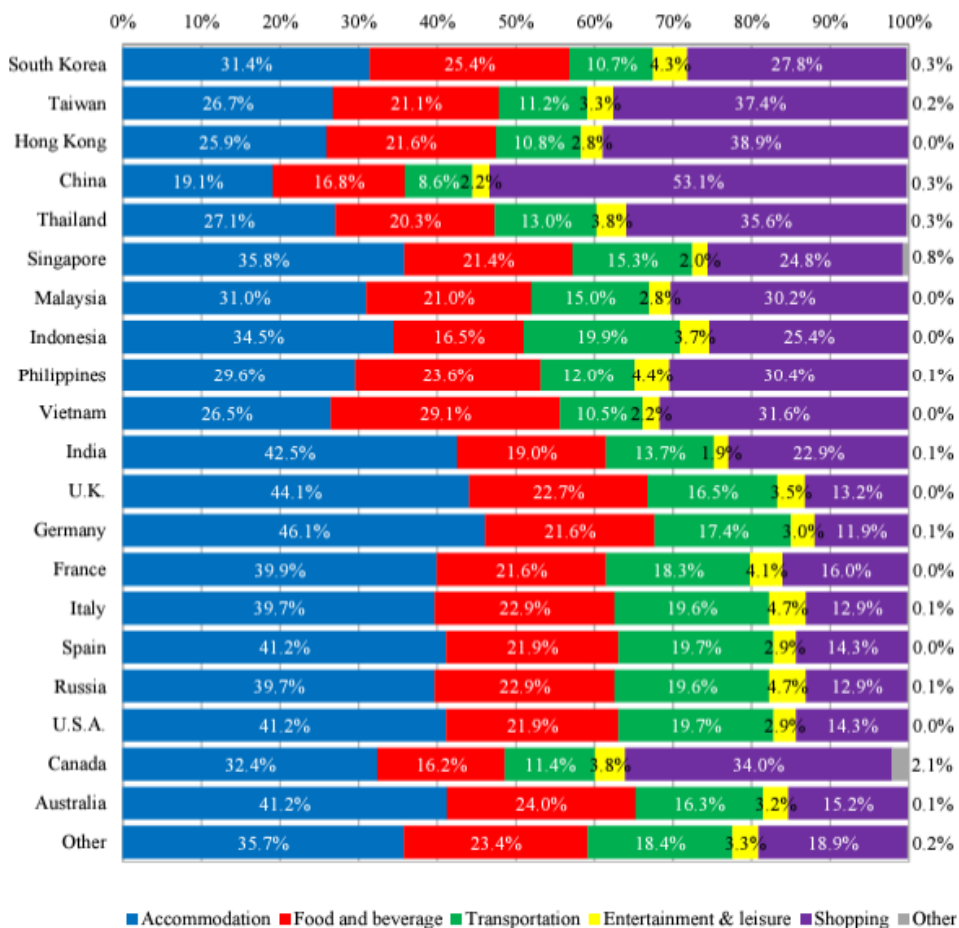
Izvor: izrada autora prema izvoru <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/toukei/syouthityousa.html> (pristupljeno 8.6.2024.)

Također, navedeno se može i potvrditi istraživanjem provedenim iste godine od iste agencije, u svrhu analize potrošnje internacionalnih turista tijekom svog putovanja u Japan. Može se primjetiti kako posjetitelji iz azijskih zemalja uz smještaj, najviše novaca troše na shopping, ali

³⁸ Japan Tourism Agency - <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/toukei/syouthityousa.html> (pristupljeno 8.6.2024.)

analizom ostalih zemalja tj. zemalja Europe, SAD-a i Australija, vidljivo je kako uz trošak smještaja, posjetitelji najviše troše na hranu i piće.

Appendix-41 Breakdown of International Visitors' Travel Expenditure in Japan by Country/Region (2016)



Source: Consumption Trend Survey for Foreigners Visiting Japan (JTA)

Grafikon 4. Potrošnja internacionalnih turista tijekom svog putovanja u Japan

Izvor: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/toukei/syouthityousa.html> (pristupljeno 8.6.2024.)

Također, prema drugom istraživanju pod nazivom "National Culture and Culinary Exploration: Japan Evidence of Culinary Consumption Behaviors of Inbound Tourists"³⁹, otkriveno je da je japanska kuhinja glavna atrakcija za turiste koji posjećuju Japan. U studiji su analizirani podatci od više od 5000 ispitanika koji su posjetili grad Osaku u Japanu. Utvrđeno je da je japanska kuhinja, uključujući svakodnevnu i luksuznu hranu, bila značajan faktor u privlačenju turista u

³⁹ Frontiersin - <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.784005/full> (pristupljeno 10.6.2024.)

Japan. Istraživači su primijetili da je japanska kuhinja stekla svjetsku popularnost, pri čemu se broj japanskih restorana u inozemstvu povećao gotovo peterostruko između 2006. i 2017. Drugi izvor u ovom istraživanju spominje da je 2013., kada je washoku (tradicionalna japanska kuhinja) proglašena UNESCO-voim nematerijalnom kulturnom baštinom, i Japan dobio kandidaturu za domaćina Olimpijskih igara 2020., turizam u Japanu počeo je cvjetati. Mnogi su posjetitelji naveli japansku hranu kao primarnu motivaciju za svoje putovanje. Ukratko, istraživanje pokazuje da je gastronomija, posebice privlačnost japanske kuhinje, glavni čimbenik koji pokreće turizam u Japanu. Jedinstveni okusi, vješta prezentacija i svjetska popularnost japanske hrane privlače mnoge posjetitelje da je iskuse iz prve ruke u zemlji porijekla.

Zaključno, prema navedenim analizama i istraživanjima, može se zaključiti kako je gastronomija i hrana jedan od bitnih razloga dolazaka posjetitelja u Japan, u nekim slučajevima i najbitniji. Samim time, kako se tehnologija sve više razvija, posjet dalekim zemljama postaje sve jednostavniji i pristupačniji, te raste svijest o gastroturizmu i sve veći broj ljudi svakim danom putuje upravo radi gastronomskog užitka, pretpostavka je kako će gastronomija s vremenom biti jedan od glavnih razloga posjeta Japanu za sve veći broj posjetitelja.

Zaključak

Gastronomska tradicija Japana nije samo bogatstvo okusa i kulinarskih tehnika, već i duboko ukorijenjen dio japanskog kulturnog i nacionalnog identiteta. Kroz stoljeća, japanska kuhinja se razvijala pod utjecajem domaćih i stranih elemenata, stvarajući jedinstvenu fuziju koja odražava prirodne resurse zemlje, sezonalnost i filozofiju ravnoteže i harmonije. Japan je usvojio elemente stranih kuhinja kako bi u svojoj tradicionalnoj prehrani nadopunio ono što je nedostajalo. Također, umami, peti okus koji je otkriven u 20. stoljeću, postao je nezamjenjivi dio globalne gastronomske scene radi njegove sposobnosti da pojača okuse, poveća zadovoljstvo pri jelu i doprinese kulinarskoj kreativnosti.

Tradicionalna jela kao što su sushi, ramen, tempura i sukiyaki ne predstavljaju samo prehrambene proizvode, već simboliziraju način života, vrijednosti i povijest japanskog naroda. Od tradicionalnih namirnica, riža je u Japanu najvažnija poljoprivredna kultura, iako je ramen zadnjih godina dostigao popularnost, te se pšenični proizvodi počinju konzumirati i više od riže. Iako su riba i morski plodovi stoljećima najvažniji izvor proteina u japanskoj kuhinji, posljednjih nekoliko godina meso i mliječni proizvodi postaju neizostavni dodatci u dijelu japanske svakodnevne kuhinje. Nadalje, priprema deserta ima daleku povijest u japanskoj gastronomiji, čak i prije pojave šećera, a ceremonija zelenog čaja također ima dugu i bogatu tradiciju koja seže stotinama godina unazad, te gosta uvodi u jedan poseban trenutak mira, prisutnosti i harmonije. Alkoholna pića često prate obroke i obogaćuju ukupno gastronomsko iskustvo, a u zadnjih nekoliko godina Japan počinje proizvoditi sve više vrsta alkoholnih pića, te osvaja brojne nagrade diljem svijeta, primjerice za japanski viski.

Suvremeni trendovi u japanskoj gastronomiji pokazuju kako se ova drevna tradicija prilagođava modernim potrebama i globalnim utjecajima, zadržavajući pritom svoju autentičnost i integritet. Globalna popularnost japanske kuhinje svjedoči o njenoj univerzalnoj privlačnosti, privlačeći ljude diljem svijeta svojim delikatnim okusima, zdravim sastojcima i estetskom prezentacijom. Japanska kuhinja je jedna od najzdravijih u svijetu, pa nije ni neobično da u trenutnom trendu zdrave prehrane u svijetu, sve više se koriste japanski načini pripreme jela. Rastuće tržište japanske hrane u zemljama diljem svijeta dodatno potvrđuje njezinu sposobnost da premosti kulturne i geografske granice. Kulturna privlačnost japanske kuhinje leži u njenoj sposobnosti da ponudi više od samog obroka – svaki zalogaj priča priču o zemlji, ljudima i tradicijama koje su oblikovale njezin identitet. Estetika, ceremonijalni aspekti i filozofija

pažljivog uživanja u hrani odražavaju širi kulturni kontekst u kojem se japanska kuhinja razvijala. U ovom svjetlu, japanska gastronomija nije samo hrana, već i umjetnost i kultura. Promatrajući kako se japanska kuhinja prilagođava suvremenim trendovima i globalizaciji, možemo vidjeti očuvanje ključnih elemenata koji čine njezinu esenciju, dok se istovremeno otvara novim idejama i inovacijama. Ovaj balans između tradicije i modernosti omogućuje japanskoj gastronomiji da ostane relevantna i cijenjena u dinamičnom svijetu.

Na primjeru Japana jasno je vidljivo kako gastronomski turizam igra veliku ulogu u razvoju turizma destinacije, te kako zadnjih nekoliko godina broj ljudi koji putuju i posjećuju određene destinacije radi hrane i pića, sve više raste. Hrana je moćan alat za brendiranje turističkih destinacija jer može pružiti autentična iskustva, privući specifične segmente turista, podržati lokalnu ekonomiju i stvoriti jedinstveni identitet destinacije. Gastronomija Japana ne samo da privlači turiste, već također obogaćuje njihovo iskustvo i doprinosi ekonomiji zemlje. Sekundarnom analizom podataka iz nekoliko izvora, zaključuje se kako gastronomija Japana ima važnu, po nekim istraživanjima i glavnu ulogu u privlačenju turista, i potvrđuje kako je doživljaj japanske gastronomije i autentičnih iskustava jedan od najbitnijih razloga dolazaka posjetitelja u Japan.

Kroz ovaj rad, jasno je da gastronomija Japana nastavlja igrati ključnu ulogu u oblikovanju kulturnog identiteta zemlje, dok istovremeno doprinosi globalnom kulinarskom pejzažu svojim jedinstvenim i nezaboravnim okusima.

Bibliografija

1. Barak Kushner. *Slurp! : a social and culinary history of ramen*. Koninklijke Brill NV, Leiden, The Netherlands, 2012.
2. Bret Hinsch, *The Rise of Tea Culture in China: The Invention of the Individual* (Latham, MD: Rowman and Littlefield, 2015)
3. C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis, Brock Cambourne. *Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets*. Butterworth-Heinemann, 2003.
4. Eerang Park, Sangkyun Kim, Ian Yeoman. *Food Tourism in Asia*. Springer Nature Singapore, 2019.
5. Frontiersin - <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.784005/full> (pristupljeno 10.6.2024.)
6. George Solt. *The Untold History of Ramen*. The Regents of the University of California, 2014.
7. Instant noodles - <https://instantnoodles.org/noodles/demand/ranking/> - (pristupljeno 23.4.2024.)
8. Japancentre-<https://www.japancentre.com/en/page/65-soy-sauce>(pristupljeno 12.5.2024.)
9. Japan guide - <https://www.japan-guide.com/e/e2096.html> (pristupljeno 10.6.2024.)
10. Japan times - <https://www.japantimes.co.jp/2022/03/04/special-supplements/japanese-food-continues-gain-popularity-overseas/> (pristupljeno 30.5.2024.)
11. Japan Tourism Agency - <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/toukei/syuhityousa.html> (pristupljeno 8.6.2024.)
12. Japanesetaste- <https://int.japanesetaste.com/blogs/japanese-taste-blog/what-is-moromi-a-unique-process-achieved-through-fermentation> (pristupljeno 14.5.2024.)
13. Jeanne Jacob. *Food cultures of Japan*. Santa Barbara, California : Greenwood, 2022.
14. Katarzyna Cwiertka with Boudewijn Walraven. *Asian Food: The global and the local*. New York:Routledge, 2002.
15. Kristin Surak. *Making Tea, Making Japan*. Stanford University Press, 2013.
16. Kuhaj.hr - <https://www.kuhaj.hr/sto-je-wagyu-steak/> - (pristupljeno 12.5.2024.)

17. Michael Ashkenazi and Jeanne Jacob. *Food Culture in Japan*. London: Greenwood Press, 2003.
18. Mintel-<https://www.mintel.com/insights/food-and-drink/global-trends-driving-evolution-of-healthy-eating/> (pristupljeno 11.6.2024.)
19. Mondotravel - <https://www.mondotravel.hr/Japan-blog> (pristupljeno 27.5.2024.)
20. Naomichi Ishige. *The history and culture of Japanese food*. New York:Routledge,2014.
21. Nippon.com - <https://www.nippon.com/en/features/h00128/> (pristupljeno 10.6.2024.)
22. Priscilla Boniface. *Tasting tourism : travelling for food and drink*. New York: Routledge, 2014.
23. Robert Hellyer. *Green with milk and sugar: When Japan filled Americas tea cups*. New York: Columbia University press, 2021.
24. Sakura - <https://sakura.co/blog/making-mochi> (pristupljeno 10.6.2024.)
25. Sanraku - <https://www.sanraku.com/why-is-japanese-food-so-healthy/> (pristupljeno 11.6.2024.)
26. Sidney C.H. Cheung and Tan Chee-Beng. *Food and Foodways in Asia Resource, tradition and cooking*. New York:Routledge,2007.
27. Startdvertiser - <https://www.staradvertiser.com/2024/02/01/news/interest-in-japans-traditional-cuisine-has-grown-globally/> (pristupljeno 28.05.2024.)
28. Stephen Lyman and Chris Bunting. *The Complete Guide to Japanese Drinks: Sake, Shochu, Japanese Whisky, Beer, Wine, Cocktails and Other Beverages*.Tokyo Tuttle Publishing
29. Sylvie Guichard-Anguis and Okpyo Moon. *Japanese Tourism and Travel Culture*. Routledge, 2009.
30. Takayuki Kosaki and Walter Wagner. *Authentic recipes from Japan*. Published by Penptus EdIt1ons 2005.
31. The perfectrice - <https://www.theperfectrice.com/malted-rice/> (pristupljeno 12.5.2024.)
32. The Regents of the University of California. *Japan's Dietary Transition and Its Impacts*. London: The MIT Press Cambridge, Massachusetts
33. Visočnik Nataša. „Hrana i identitet u Japanu“. Univerza v Ljubljani, 2004.
34. WebJapan-<https://web-japan.org/niponica/niponica34/en/feature/feature02.html> (pristupljeno 15.5.2024.)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1. Popularna japanska jela izvan Japana 2013. godine	25
--	----

Grafikoni

Grafikon 1 Potrošnja na rižu i kruh u Japanu 2000.-2017. godine	10
Grafikon 2. Izvoz japanskih proizvoda i hrane	31
Grafikon 3 Istraživanje razloga dolazaka stranaca u Japan u %.....	32
Grafikon 4. Potrošnja internacionalnih turista tijekom svog putovanja u Japan	33

Slike

Slika 1 Proces izrade umaka od soje	16
Slika 2. Kategorije gastro turizma.....	30