

Зоологічна екскурсія супермаркетом. Невідома історія відомих продуктів

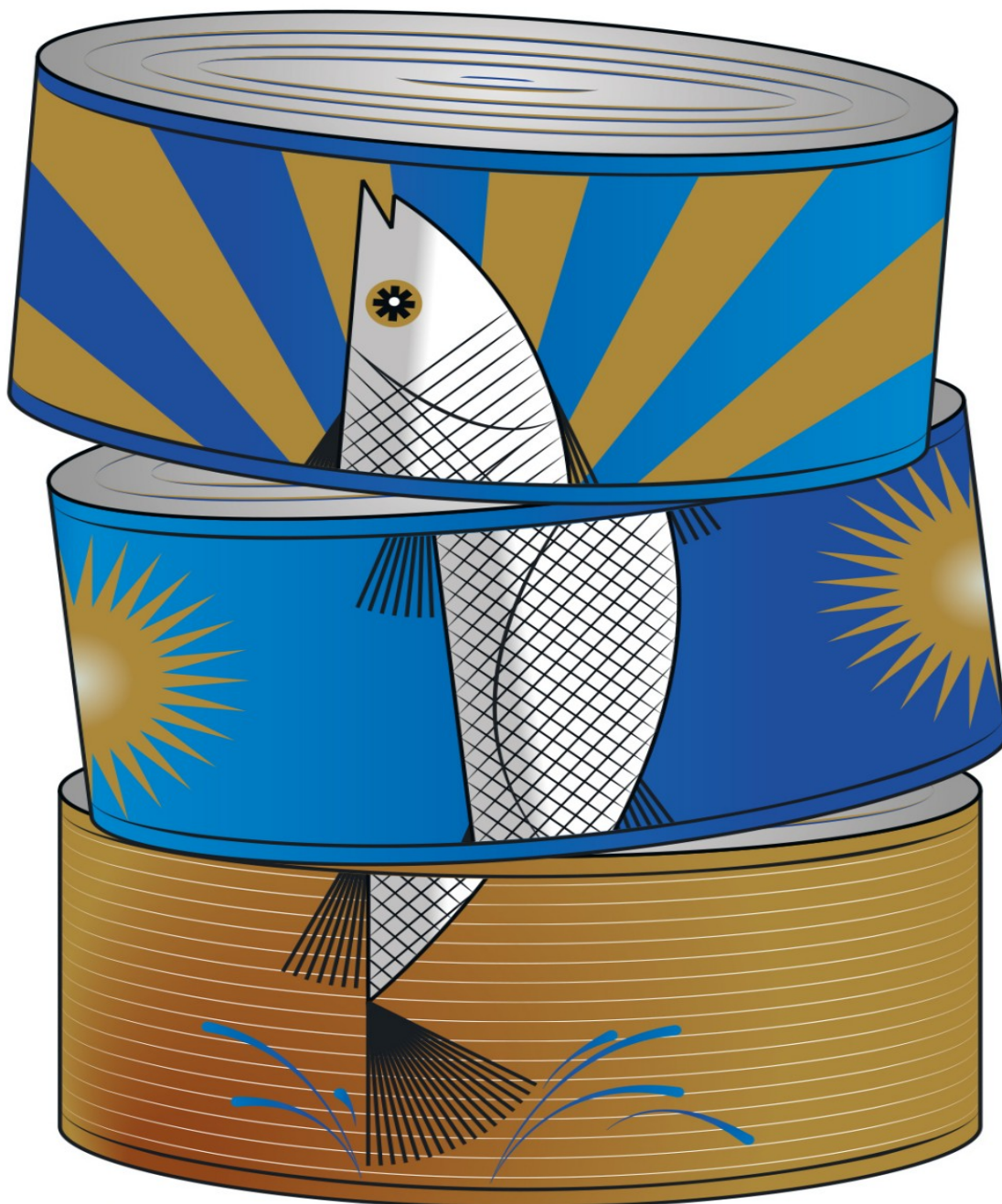
Оселедець — це сардина, сардина — це анчоус, анчоус — це хамса, хамса — це кілька, кілька — це тюлька, тюлька — це шпроти, шпроти — це салака, а салака — це оселедець. А оселедець — це сардина...

Складно? Лише на перший погляд. Повірте, цей ряд має абсолютно логічне пояснення. У своїй новій книжці біолог Леонід Горобець пропонує нам прогулятись найближчим супермаркетом та дізнатися, чому у нашому кошику лежать свинина та креветки, а не, скажімо, м'ясо слонів чи мурена.

Яких тварин неможливо одомашнити і чому для цієї місії краще обрати гепарда, ніж гризлі (якщо дуже хочеться спробувати щось неможливе)? З якої риби роблять «крабові» палички, чому «фермерська» курка лише покращує продажі в магазині, а «фермерський» лосось — ні? Хто їв менше свинини — шляхта чи селяни? Чому не варто готувати м'ясо страусів? Гуляючи супермаркетом, автор переміщується у просторі та часі, пояснюючи еволюцію окремих видів. Він розповідає, як відрізнити, чи перед вами справжня ікра, та як правильно чистити рибу, хто такі трахіти і чи справді «мармурова яловичина» така смачна, якщо не бачиш її цінника.

Леонід Горобець

Зоологічна екскурсія супермаркетом



віхОла

Невідома історія
відомих продуктів

Леонід Горобець

Зоологічна екскурсія супермаркетом

Невідома історія відомих продуктів

віхблa

Київ ♦ 2022

УДК 664:604.4](02.062)
Г70

Горобець Леонід
Г70 Зоологічна екскурсія супермаркетом. Невідома історія відомих продуктів. – К. : Віхола, 2022. – 264 с. – (Серія «Наукпоп»).

ISBN 978-617-7960-75-0 (п. в.)
ISBN 978-617-7960-74-3 (е. в.)

Оселедець – це сардина, сардина – це анчоус, анчоус – це хамса, хамса – це кілька, кілька – це тюлька, тюлька – це шпроти, шпроти – це салака, а салака – це оселедець. А оселедець – це сардина...

Складно? Лише на перший погляд. Повірте, цей ряд має абсолютно логічне пояснення. У своїй новій книжці біолог Леонід Горобець пропонує нам прогулятись найближчим супермаркетом та дізнатися, чому у нашому кошику лежать свинина та креветки, а не, скажімо, слоняче м'ясо чи мурена.

Яких тварин неможливо одомашнити і чому для цієї місії краще обрати гепарда, ніж гризлі (якщо дуже хочеться спробувати щось неможливе)? З якої риби роблять «крабові» палички, чому «фермерська» курка лише покращує продажі в магазині, а «фермерський» лосось – ні? Хто їв менше свинини – шляхта чи селяни? Чому не варто готувати м'ясо страусів? Гуляючи супермаркетом, автор переміщується у просторі та часі, пояснюючи еволюцію окремих видів. Він розповідає, як відрізнити, чи перед вами справжня ікра, та як правильно чистити рибу, хто такі трахікти і чи справді «мармурова яловичина» така смачна, якщо не бачиш її цінника.

УДК 664:604.4](02.062)

Усі права застережено. Будь-яку частину цього видання в будь-якій формі та будь-яким способом без письмової згоди видавництва і правовласників відтворювати заборонено.

ISBN 978-617-7960-75-0 (п. в.)
ISBN 978-617-7960-74-3 (е. в.)

© Леонід Горобець, 2022
© Леонід Горобець, фото, ілюстрації, 2022
© Володимир Гавриш, обкладинка, 2022
© ТОВ «Віхола», виключна ліцензія на видання, оригінал-макет, 2022

Відгуки про книжку

Коли я дочитав нову книжку Леоніда Горобця, то міг лише сказати одне слово: «Ого!». Ним варто було б і завершити свій відгук. Зоологічна екскурсія супермаркетом — це не розмірене і планомірне вештання за музейним гідом, це екстремальне занурення у надцікавий світ, тільки двері в цю Нарнію ховає не шафа, а полиці та вітрини магазинів.

Ми часто незаслужено розглядаємо похід на закупи як дрібне побутове заняття, позбавлене будь-яких цікавостей та покликане задовольняти лише базові фізіологічні потреби. Але для мене особисто давно торгові точки різного штибу — це філіали природничих музеїв, у яких надзвичайно цікаво вивчати різноманіття флори та фауни всього світу. І тепер ви тримаєте в руках зоологічний путівник до цих кулінарно-просвітницьких установ. Він лаконічний і дуже інформативний, приправлений фірмовим гумором автора та шок-контентом на будь-який смак — від піфагорійського уявлення про веганство до таксономічної вакханалії, яка коїться у найближчій до вас банці з маркуванням «Сардини». Леонід Горобець розвінчує багато побутово-кулінарних міфів, але не перетворює цей процес у пафосне дійство на кшталт «Усе, що ви знали про ікру риб, — нісенітниця». Ні, це інтелектуальний приємний текст для широкого кола читачів у найкращих традиціях дебютної книжки автора — «Слідуй за розбитим черепом». Я, як людина, яка холодно ставиться до більшості описаних у книжці продуктів, а якісь узагалі не їсть, не міг відірватися від тексту, певні уривки з якого цілком варто розібрати на цитати.

Окремої уваги заслуговує величезна кількість проаналізованої актуальної літератури. Дуже приємно читати в книжці врахування даних з найновішої грандіозної статті про одомашнення коней, свіжі дані про дослідження фальсифікацій морепродуктів на ринку та багато інших праць, з-поміж яких є і дослідження автора, адже він є знаним фахівцем у галузі археозоології. Леонід Горобець збагатив книжку не лише даними фахових публікацій, а й власним досвідом, як кулінарним, так і туристичним. Тому весь текст сприймається не як

знеособлена збірка декларованих істин, а саме як дослідження, у якому «варився» автор і (це помітно!) отримував від процесу неабияке задоволення. А тому немає жодних сумнівів у тому, що ця доля омине відвідувачів його зоологічної екскурсії.

Олексій Коваленко, автор книжок «Фрукти проти овочів. Чому кавун — не ягода, а томат — це фрукт» та «Рослини-прибульці. Як борщівник та амброзія захоплюють Землю»

Стосунки людини з тваринним світом — то не лише про біологію, а й про культуру, що не завжди є очевидним. Книжка Леоніда Горобця переконливо доводить, що саме так це і є. Термічна обробка продуктів, одомашнення диких тварин були тими кроками, котрі остаточно виокремили людину серед інших біологічних видів і породили один із фундаментальних сегментів цивілізації — культуру харчування. Таким самим винаходом культури стала систематика — тварин, риб і рослин у зоології та біології, а продуктів харчування — у гастрономії, де все впорядковано в певні видові групи та ієрархії. Ми часто говоримо про вищі та нижчі види в біології чи то про високу й низьку кухню в гастрономії — усе це теж є своєрідним інтелектуальним винаходом людства, щоб раціонально впорядкувати все живе/їстівне й ефективно ним користуватися. А звідси вже близько до того, що організовує й впорядковує наше споживання. Маркетинговими східцями автор веде нас на зоологічно-гастрономічну екскурсію до супермаркету, де всі продукти і напої теж розставлено в певному порядку й за системою.

Олексій Сокирко, історик, дослідник побуту і гастрономії

Частина перша

Супермаркет-музей

Дорослі бувають напрочуд нещирі, хоч того не помічають. От, скажімо, дитячі книжки. Одні пишуть, а інші купують для малечі незліченну кількість книжок про тварин. Утім для себе обирають книги про будь-що, тільки не про це. Та якщо вважати, що дорослим про тварин читати не варто, то навіщо воно було потрібне малюкам? Або ж якщо ці знання такі важливі, що з них розпочинають знайомство з книжками, то чому дорослі ними нехтують?

Нонфікшн для дорослих спрямовано на певний зиск читачу. «Заробляємо перший мільйон», «Як вийти заміж», «Прокачуємо прес не встаючи з ліжка» і тому подібне. Серйозні речі, тут не до зайчиків із їжачками. Однак хай як ми цуратимемося зоологічних знань, у нашому повсякденні є місце, немислиме без тварин. Це продуктові магазини. Товари тваринництва, птахівництва, рибного промислу й аквакультури є важливою складовою нашого життя незалежно від того, споживаєте м'ясо особисто ви чи ні. Пропоную обговорити зоологічні теми принаймні на прикладі асортименту полиць. Хтозна, можливо, після такого читива історії про зайчиків і їжачків вас також зацікавлять...

1. Як так склалося?

Сучасна біологія, а відповідно і зоологія, ґрунтується на еволюційному вченні. Поширена думка, що це теорія про походження людини від мавпи. Насправді історія появи людства є лише окремою подробицею. Ставити її на чільному місці теорії еволюції так само недоречно, як вважати фізику наукою, що пояснює падіння яблук. Теорія еволюції змінила саму біологію. До середини ХІХ століття біологія розвивалася переважно як описова наука: «У квітці гороху десять тичинок, а в миші чотири лапки» — і тому подібне. Еволюційний підхід робить наріжним каменем не констатацію факту, а запитання «Як так склалося?».

У подальшому виявилось, що знання про походження живих організмів необхідні для розуміння анатомії, фізіології, екології та інших наук. Генезис також слід брати до уваги під час знайомства з неживими об'єктами. Тому перш ніж розпочати зоологічну екскурсію, в загальних рисах згадаємо, звідки з'явилися самі супермаркети.

Попри те що супермаркети є звичною частиною сьогодення, виникли вони відносно нещодавно — менше ніж століття тому. Влітку 1930 року в Нью-Йорку підприємець Майкл Каллен заснував перший в історії супермаркет — «King Kullen» ¹. То було на початку Великої депресії, в ризикований для експериментів з новим бізнесом час. Проте ідея спрацювала. Значною мірою успіху сприяв прагматичний підхід американців. Сьогодні здається очевидним, що будь-який торговець має озиратися на показники прибутків і збитків. Однак історія свідчить: так було незавжди. Впродовж тисячоліть у монархічних державах особистим амбіціям правителів і шляхти частенько надавали більшого значення, ніж комерційному зиску. Ще більш далекою від прибутків була безглузда економічна політика СРСР. А от у США принцип «вигідно–невигідно» зробили основним орієнтиром торгівлі, так що в 1930-ті іноземці відзначали його як характерну особливість американських магазинів ².

Майклу Каллену вдалося реалізувати ідею, яку його співвітчизники випробовували в першій половині ХХ століття, а саме: створити місце

продажу, де прибуток формується не за рахунок націнки, а завдяки великому асортименту і, відповідно, великій кількості покупців³. Здається, ідея проста, чи не так? А то був справжній прорив, зміна системи «продавець —асортимент товарів — покупець».

До появи супермаркетів товари купували в спеціалізованих крамницях або на ринку. Коли власник крамниці не оточений конкурентами, то вільний наповнювати асортимент на власний розсуд. Дехто проявляє себе справжнім митцем, тому неповторна атмосфера маленьких магазинчиків досі вабить покупців. Щоправда, кожен митець є певною мірою диктатором — він нав'язує свої смаки, не оглядаючись на вподобання інших. Та й утриматися в цьому бізнесі так само важко, як диктатору в політиці. Постійно чуємо: «За рогом була ТАКА крамниця (варіанти: кондитерська, булочна, м'ясна лавка тощо), шкода, що зачинилася...».

На базарі ситуація інакша: тут довкола безліч конкурентів, щоб їх пранці з'їли! Немає місця для творчості, необхідно боротися за... час! Продавці на ринку змагаються не за покупця, а за час покупки. Їм не потрібно, щоб за день підійшла тисяча покупців, усе одно на таку юрбу товару не вистачить. Куди важливіше, щоб до прилавка підійшли перші покупці. В дитинстві літні канікули я проводив переважно в селі. За відсутності магазинів усі покупки доводилося здійснювати на щотижневому ярмарку, куди необхідно було приходити о п'ятій ранку. На запитання «А навіщо так рано?» казали: «Це в місті можна довго спати, а в селі багато роботи, потрібно ще по господарству поратися». Так відповідали всі, хоч подальші дії суперечили словам. То тут, то там на базарі люди зупинялися задля неспішної розмови. Обмін новинами не припинявся впродовж дня. Поярмаркувавши, покупці не йшли до господи, а постійно завертали по знайомих. В обід мав місце денний сон, оскільки «рано встали, та й неділя свята». Весь устрій базарного дня демонструє, що ранній початок аж ніяк не зумовлений великою кількістю справ. Він нав'язаний продавцями, для яких важливо не просто продати, а продати першими. Це породжує доволі одноманітний асортимент товарів. Колись я очікував походу на сільський ярмарок, як свята — гадав, що там зможу придбати щось неймовірне. Сонливість після раннього підйому полегшила гіркоту

розчарування — торговельні ряди нагадували київський ринок, тільки меншої площі.

Супермаркет — інша річ. Конкуренція не за час, а за кількість покупців змінює наповнення полиць. Власник супермаркету має певний простір для творчості, та все ж його основним завданням є здогадатися, що припаде до смаку більшості. Асортимент товарів вибудовується у взаємодії покупців і продавців. На відміну від маленьких крамниць, супермаркет — це місце демократії. Як і в справжньому житті, ніхто не гарантує, що демократично обраний лідер буде шляхетним добродійцем і не дбатиме про власний зиск. Передусім у демократичному устрої політик мусить говорити те, що хоче почути більшість. Так і в супермаркеті: власник повинен пропонувати те, що сподобається багатьом. Це прагматично, та невже ви чули про непрактичних підприємців?

У спробі вловити інтерес більшості продавці подекуди сягають глибин колективного позасвідомого. Розташування полиць та їхнє наповнення визначаються не лише порадами маркетологів. До певної міри вони виявляють уподобання, сформовані еволюційною історією людини ⁴.

-
- 1 Sicilia D.B. Supermarket Sweep. *Audacity, the Magazine of Business History*. Spring, 1997, p. 10.
- 2 Ильф И., Петров Е. (1991). Одноэтажная Америка. Баку, Азернешр, с. 28.
- 3 Stanton J.L. (2018). A brief history of food retail. *British Food Journal*, 120(1), p. 173.
- 4 Griskevicius V. & Kenrick D.T. (2013). Fundamental motives: How evolutionary needs influence consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 23(3), p. 372.

2. Супермаркет-музей

Хай як різняться смаки кожного з нас, та всі ми люди, і нас об'єднують мільйони років спільної історії. В боротьбі за існування наші предки набули до дечого поваби, а до іншого — огиди, й ці схильності відчутні досі. Супермаркет — місце, в якому успадковані від предків уподобання проявляються краще, аніж будь-де. Це в театрі ми можемо обманювати себе й інших і обговорювати акторську гру або оперний спів так, ніби справді на них розуміємося. Можемо лукавити в ресторані і, зазираючи до меню, для позіру казати: «Біфштексу не хочу, мені б шпинату з горошком». Частенько обманюємо на роботі, вдаючи, що вона нам подобається або, навпаки, надзвичайно важка. В супермаркеті, перебуваючи сам на сам зі своїми смаками, ми щирі. І якщо на щось зважаємо, то хіба що на гаманець. Тут кожен, хто хоче м'яса, купує м'ясо або, коли наполовину щирий, соєве м'ясо. Але ніхто не питає стейк зі смаком броколі.

Уявімо супермаркет-музей, у якому товари викладено з урахуванням еволюційних надбань людини. Насамперед він має бути динамічним. Багатьом справжнім музеям роблять закид на статичність вітрин. Зрозуміло, чому музейні експозиції рідко оновлюють, — це потребує фінансів і значних творчих зусиль. Сталість напружує, і навіть якщо ви були в захваті від першої екскурсії, то на другу зберетеся не скоро. Інша справа супермаркет. Тут постійно щось змінюється — починаються й завершуються акції, з'являються і зникають сезонні товари, оновлюється асортимент.

Непередбачуваність супермаркету значною мірою забезпечує потребу мавпочки на ймення «людина» в пошуку нової інформації. Інтерес до нового проявляють будь-які істоти, наділені таким-сяким мозком. Для приматів цікавість стала одним з наріжних каменів еволюційного успіху. І що краще розвинутий мозок примата, то більшого розвитку набуває ця властивість. Якщо мартишка може

вдоложитися дослідженням покинутої бляшанки, то людині з її великим мозком необхідні складніші джерела нової інформації: серіали, рекламні буклети, розповіді в інстаграмі, ця книжка і тому подібне. В супермаркеті є чимало можливостей для пошуку нового, одна з яких — несподівані знахідки. Подекуди трапляються полиці з товарами різного призначення. Зазвичай їх розміщують на розі, щоб мавпочка, походжаючи по магазину, повернула й раптово натрапила на безліч усього цікавого. Їй це подобається.

Сюрпризи тішать, однак ми також потребуємо стабільності. Приємно знати, що десь існує місце, в якому гарантовано знайдеш необхідне. Тому в магазинах намагаються розташовувати основні відділи в «пригодованих» місцях. Супермаркет-музей слід розпочинати з **відділу фруктів та овочів**. На відміну від решти ссавців, примати мають добре розвинений кольоровий зір. Ця властивість корисна, коли мешкаєш у тропіках і довкола багато фруктів та овочів⁵. Люди — одні з небагатьох приматів, які поширилися далеко за межі теплих широт, та любов до фруктів від цього не зникла. Ваза з фруктами доречна скрізь: під час сервірування бенкету, на столику дитячої кімнати, поблизу ложа закоханих або просто поруч з монітором. Хоч ця книжка про м'ясо, проте визнаю, що з каструлею котлет не вдасться досягти такої гармонії.

Поруч із фруктами та овочами розташовані **спеції**. З давезних-давен ми споживали фрукти й овочі, щоб насититися, а спеції — заради здоров'я⁶. Схильність доповнювати їжу їдучими-пекучими компонентами видається дивною. Та якщо прянощі діють на нас, тож і паразитам у кишечнику дістанеться! Любов до спецій закріплена еволюцією не на шмат пізніше за потяг до фруктів.

За фруктами, овочами й спеціями варто розмістити **алкогольний відділ**. У тропіках фрукти наявні впродовж цілого року. Наші предки мешкали не в самій гущавині лісу, а ближче до субтропічної смуги — в краях із сезонними змінами. Тут бувають дні, коли фрукти вже не звисають, а лежать на землі, псуються, в них (о, жах!) з'являється спирт. Більшість звірів чутливі до дії алкоголю, і незначні (за людськими мірками) об'єми можуть викликати сп'яніння, а отже, і беззахисність. Хіба що слони в природі залюбки споживають алкоголь⁷, оскільки сп'яніння слона загрожує не його життю, а інших

мешканців савани. У наших предків приблизно 8–10 мільйонів тому з'явилася мутація, що забезпечила суперсилу — розщепляти спирт у 40 разів ефективніше за пересічну макаку⁸. Тому нас не лякає перспектива споживання алкоголю. Геть не лякає.

Поруч з алкогольним відділом розміщені **сухофрукти й горішки**. Причина та сама: в сезонному кліматі деякі плоди підгнивають, деякі висихають. Коли закінчуються одні й другі, на поміч приходять горішки!

На якомусь відтинку нашої історії сталися кліматичні зміни, і перед жителями околиць африканського лісу постав вибір: рушати вглиб пущі і вступати в конкуренцію з предками шимпанзе й горил чи пристосовуватися до життя в нових умовах, себто в савані. Можливо, хтось обрав перший шлях, та не витримав боротьби, і їх давно вже зазором не видати. Ми — нащадки мавп, які рушили до савани. Спершу пращурам було сутужно, в савані рослиноїдному примату прогнати важко. Свідченням є приклад парантропів — наших родичів, однак не предків (такі собі двоюрідні пра-пра-прадідуся). Вони були вегетаріанцями і так протрималися декілька мільйонів, аж поки їх природний добір на жужіль звів. Що ж до наших пращурів — австралопітеків, то вони також деякий час трималися на рослинних харчах, та згодом живіт до спини прилип — і 3–2 мільйонів тому вони регулярно споживали м'ясо⁹. Тож наступний відділ супермаркету-музею — **м'ясний**.

Той штиб, яким наші предки відчували смак м'яса, досі дається взнаки. В савані мешкало безліч дичини, та були й конкуренти, хай їм грець! Вони не тільки претендували на здобич, але й навчили її швидко бігати задовго до того, як австралопітекам спало на думку поласувати м'ясом. Звісно, із часом люди винайдуть ефективні методи полювання, однак спершу доводилося шукати обхідних шляхів. Упродовж сотень тисяч років наші предки не стільки полювали, скільки шукали трупи великих тварин. Професія «пожирача падалі» лише спершу здається осоружною, по правді ми й досі не позбулися цієї звички. Мало кому із сучасних людей смакує «свіжина» — м'ясо щойно вбитої тварини. Хижаки із задоволенням поїдають щойно вбиту тварину, людина віддає перевагу м'ясу, що полежало хоча б декілька годин, а то й декілька тижнів, як делікатесна «мармурова яловичина». Перелік

продуктів з несвіжого м'яса великий: бастурма, біфштекс, хамон, ковбаса з пліснявою та багато інших... Кожен майстер шашлику похвалиться рецептом «справжнього маринаду», повіданого знайомим узбеком (грузином, таджиком тощо). Втім основний «інгредієнт» шашлику — це час. Навіть нехитрий маринад за деяким часом робить кулінарні дива.

Після того як люди скуштували м'ясо, недалеко залишилося до риби. Щоправда, в савані особливо не порибалиш — у нечисленних річках радше крокодила зустрінеш, аніж здобудеш поживу. Ситуація змінилася приблизно 1,9 мільйоніть тому, коли люди дійшли до краю Африки. Спомин про той шлях оживає в нас, коли, скинувши капці, ступаємо на пісок. Морські хвилі накочуються на босі ноги, і хочеться йти далі. Такої миті здається, що кар'єра, особисті негаразди і навіть продовження улюбленого серіалу вартують меншого, ніж цей шлях без мети.

Крокуючи узбережжям, люди знаходили молюсків, крабів, а подекуди і свіжу рибу. Саме свіжу! Поблизу моря нашим предкам удавалося без особливих зусиль знайти чимало смачного. Головне — не баритися, допоки птахи не випередили. Риба, устриці, мідії, морські гребінці, голотурії, кальмари та краби не потребують особливого приготування — ми і досі залюбки їх поїдаємо сирими. Але, на відміну від м'яса звірів та ще сюрстремінгу та гаукарлю¹⁰, вони мусять бути свіжі. Можна — навіть живі.

Подорож узбережжям тривала тисячоліттями, тож і дари моря міцно закріпилися в переліку вподобань. Відділ **риби й морепродуктів** є в кожному супермаркеті, а спеціалізовані на цьому ресторани користуються незмінним попитом.

Далі в огляді супермаркету-музею м'ясний і рибний відділи змінює цілком вегетаріанський **відділ хлібної випічки**. Існує чимало пояснень, чому хліб розташовують далеко від фруктів та овочів: щоб покупець пройшов пів магазину, допоки дійде до продукту щоденного вжитку, щоб розташувати ближче до службових приміщень, звідки зручно вивантажувати, і тому подібне. Та хай яким є пояснення, таке розташування цілком відповідає концепції «супермаркету-музею». Фрукти й овочі з'явилися в нашому раціоні десятки мільйоніть тому, м'ясо — приблизно два мільйоніття, дещо згодом — риба. Хліб ми

почали споживати значно пізніше — п'ять–десять тисячоліть тому (залежно від регіону). Нововведення було схвалено природним добром. Можна стримати апетит і не почати їсти фрукти, м'ясо або рибу. Та спробуйте втриматися, коли перед вами пахтить свіжа булка із запеченою скоринкою!

Після опанування землеробства недалеко до появи тваринництва. Воно не лише замінило полювання, а ще й дало змогу доповнити раціон **кисломолочними продуктами**. Тож наступний відділ знову не вегетаріанський. Одразу зазначу, що на наша екскурсія сюди не дійде. Звісно, молоко отримують від тварин, проте у виготовленні кисломолочних продуктів визначальною є робота бактерій. У цій справі більше мікробіології та мистецтва, аніж зоології.

Далі — **кондитерський відділ**. Упродовж тривалого часу фрукти й мед диких бджіл і джмелів ¹¹ були для людей чи не єдиними джерелами солодоців. Кондитерські вироби стали звичайним компонентом раціону відносно нещодавно — два-три століття тому. Тож, згідно із концепцією «супермаркету-музею», солодкі мед і фрукти розташовані ближче до входу, а цукерки — в глибині торговельного залу.

Поруч розміщено **відділ кави та чаю**. Попри те що історія цих напоїв налічує декілька тисячоліть, по-справжньому вони стали популярними декілька століть тому.

На цьому огляд завершується, і схема маршруту супермаркетом--музеєм набуває вигляду, який показано на рисунку 1.

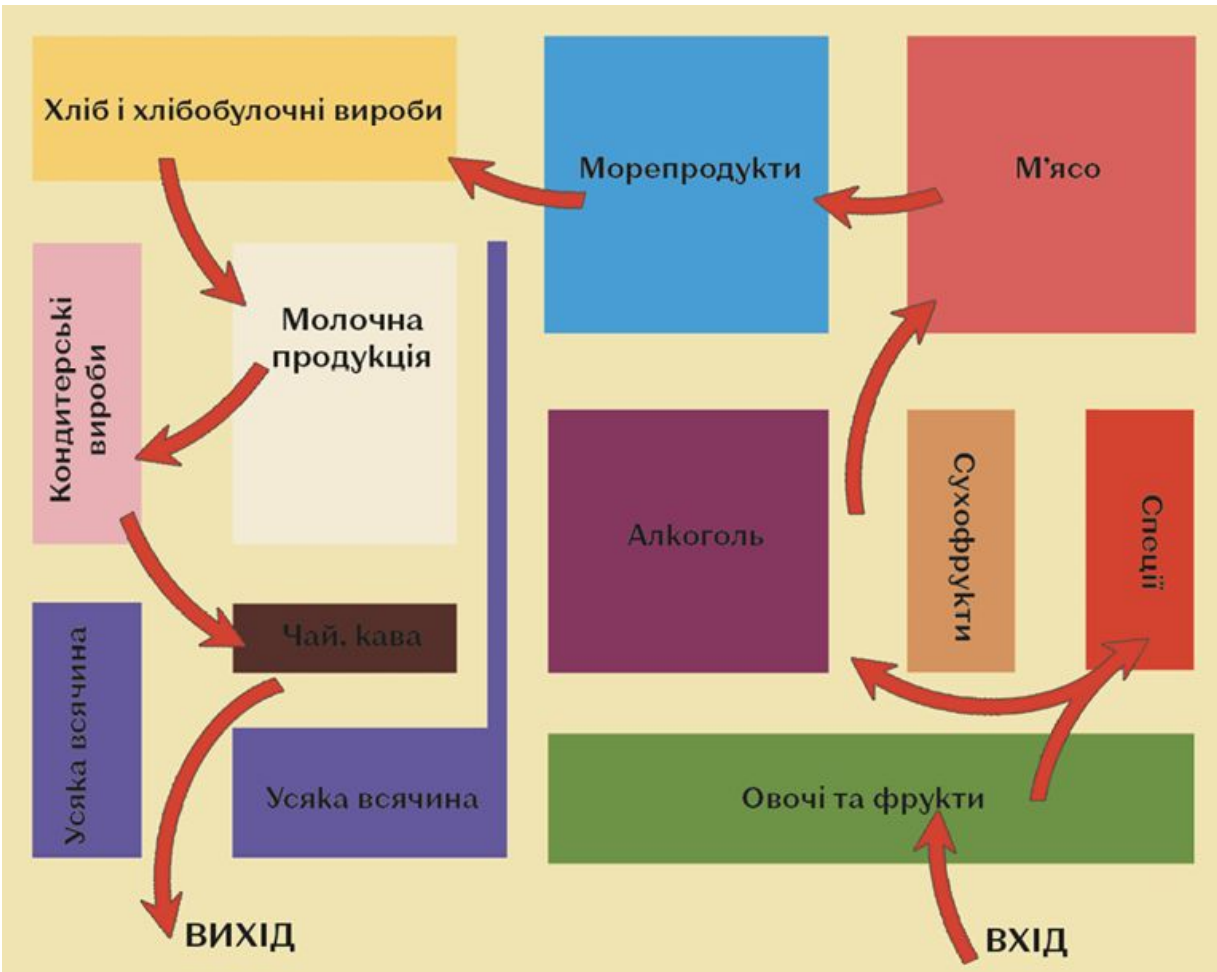


Рисунок 1. Схема маршруту супермаркетом-музеєм, у якому послідовність відділів подано з урахуванням еволюційного шляху людини. Спробуйте застосувати її до супермаркету, в якому зазвичай робите покупки.

Перш ніж розпочати огляд, ще раз нагадаю, що ми на екскурсії. Саме слово *excursus* означає «відступ». Ніхто ж не очікує, що на екскурсії історичним музеєм йому розкажуть всю-всю історію? А відвідини картинної галереї — не привід вважати себе мистецтвознавцем. Тож і на нашій екскурсії годі чекати, що ми згадаємо всі цікавинки й вивчимо зоологію. Мета будь-якої екскурсії — показати певну тему під незвичним кутом зору. Запрошую!

Відділи «М'ясо» та «Морепродукти»: Чому? Для чого? Що із цього буде?

Наша екскурсія зоологічна, тож зосередимося на відділах «М'ясо» та «Морепродукти». Якщо дотримуватися зоологічної систематики, розподіл видається свавільним. Деякі представники типу Хордові (звірі

та птахи) у відділі «М'ясо». Риб, які також Хордові, продають укупі з Членистоногими та Моллюсками. Необхідно терміново навести лад у... власному сприйнятті зоології.

Систематика важлива, але це ще не вся зоологія. Систематика констатує факти, а біологія вже півтора століття як перестала бути суто описовою наукою. Сучасна наука нагадує ослика Іа-Іа, який «іноді думав: “Чому?”, іноді: “Для чого?”, а іноді думав навіть так: “Що з цього буде?”»¹². Спробуймо порівняти асортимент відділів м'яса та морепродуктів у такому світлі.

Спершу запитання: **Чому ці тварини існують у Всесвіті?**

Відділ «М'ясо»: тому, що їх вивели люди методом штучного добору. Якби не було людей, то і цих тварин також не існувало б. Дикі предки курей, корів, свиней, овець суттєво відрізняються від одомашненої рідні.

Відділ «Морепродукти»: тому, що вони виникли шляхом природної еволюції, отже, у своєму походженні незалежні від людини. Для багатьох з них контакт з людьми розпочався в момент вилову. Якби на планеті Земля ніколи не з'явилися люди, то кальмар залишався б кальмаром, а судак — судаком. Усе, що змінилося в житті: їх з'їли не люди, а інші тварини.

Йдучи за настановою Іа-Іа, переходимо до запитання: **Що з цього буде?**

Відділ «М'ясо»: оскільки тут продають м'ясо свійських тварин, то зазвичай молодих, які ще не досягли статевої зрілості. Це вигідно, адже свійські тварини швидко ростуть. Передусім тому, що для одомашнення обирають швидкорослі види. До того ж у процесі селекції люди посилили цю властивість.

Відділ «Морепродукти»: тут чимало тварин, які досягли статевої зрілості. Звісно, часом можна знайти молодих особин (зокрема оселедці матіас), але то більше винятки. Покупець не буде радий молодому лососю, а молоді креветки хіба що на корм акваріумним рибкам згодяться.

На цьому відмінність у походженні не вичерпана. І знову поставмо собі запитання: **Що з цього буде?**

Відділ «М'ясо»: допишіть до назви продукту слово «фермерський» — і це поліпшить продажі. «Фермерська курка», «фермерська

свинина» — нам здається, що саме такими мають бути ці товари.

Відділ «Морепродукти»: додайте до назви продукту слово «фермерський» — і це відверне частину покупців. Лосось, дорадо, сібас і багато інших риб надходять до супермаркету з акваферм. Однак покупці чомусь переконані, що морепродукти мають бути «дикими», а не «фермерськими».

Наступне запитання: **Для чого люди почали використовувати цих тварин?**

Відділ «М'ясо»: для їжі та... з релігійною метою. Так, у багатьох тварин шлях до одомашнення розпочався не зі шлунка, а з мозку древніх людей.

Відділ «Морепродукти»: тут усе просто — для їжі. Бувало, що небіжчику із собою покладуть рибки в дорогу ¹³, та все ж таки мало якому народу спадало на гадку приносити в жертву богам тараню чи молитися на креветку.

Що з цього буде?

Відділ «М'ясо»: продукти із цього відділу часто підпадають під різноманітні релігійні й культурні заборони. Іудеї та мусульмани не їдять свинину й кроликів (останні дозволені лише мусульманам--сунітам ¹⁴). Згідно з християнським календарем, днів, коли дозволено м'ясо, значно менше, ніж тих, у які можна споживати рибу.

Відділ «Морепродукти»: на цих тварин обмежень значно менше. Хіба що іудеї відмовляються від членистоногих, молюсків і деяких риб. Навіть індуїсти, які зазвичай дотримуються вегетаріанства, подекуди дозволяють собі морепродукти ¹⁵. У світському суспільстві відомі пескетаріани — люди, які споживають рибу й морепродукти, але відмовляються від м'яса птахів і звірів.

Неочевидне і водночас важливе запитання: **Чому саме ці види представлені на полицях супермаркету?**

Відділ «М'ясо»: щоб вид був одомашнений, він повинен бути наділений певними характеристиками. Люди одомашнили всіх, кого могли, і кінцевий відбір пройшли одиниці.

Відділ «Морепродукти»: кого простіше відловити чи виростити на аквафермі, того і продають.

Що з цього буде?

Відділ «М'ясо»: асортимент продуктів залишиться стабільним, нових видів на полицях не з'явиться. Завдяки одомашненню люди спроможні контролювати чисельність тварин відповідно до попиту.

Відділ «Морепродукти»: асортимент продуктів швидко змінюється — одні види з'являються в магазині, інші зникають. Люди можуть більш-менш контролювати чисельність видів на аквафермах. Запаси Світового океану можемо хіба що зменшувати, а як їх збільшити, нам не відомо.

Що ще з цього буде?

Відділ «М'ясо»: оскільки одомашнено не надто велику кількість видів і відбулося це давно, їхні назви добре відомі навіть тим, чиє знання зоології обмежується картинками з пошматованої в дитинстві розмальовки.

Відділ «Морепродукти»: асортимент надзвичайно великий і постійно змінюється, зорієнтуватись у назвах тварин цього відділу важко.

Таким є побіжний огляд відмінностей між двома відділами. Якщо цікавлять подробиці, то вони будуть, залишайтеся на екскурсії. Спершу завітаємо до м'ясного відділу і поговоримо про... релігію.

⁵ Osorio D. & Vorobyev M. (1996). Colour vision as an Adaptation to Frugivory in primates. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 263(1370), p. 593.

⁶ Sherman P.W. & Billing J. (1999). Darwinian Gastronomy: Why We Use Spices: Spices taste good because they are good for us. *BioScience*, 49(6), p. 462.

⁷ Siegel R.K. & Brodie M. (1984). Alcohol self-administration by elephants. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 22(1), p. 49.

⁸ <http://www.bbc.com/earth/story/20170222-our-ancestors-were-drinking-alcohol-before-they-were-human>

⁹ Henry A.G. (2016). Evolution of the human diet. *Ernaehrungs Umschau international*, 6, p. 134.

¹⁰ *Сюрстремінг*, або кислий оселедець, — досить відома шведська страва. Це консерва, від запаху якої перехоплює подих, а від цінника паморочиться в голові. *Гаукарль*, або квашена акула, — менш відома та не менш смердюча страва ісландської кухні. Попри те що у світі наявні кулінарні виверти з несвіжої риби, деякі м'ясні страви пахнуть куди гірше. Зокрема, *квіак* ескімосів Гренландії, *ізунак* інуїтів Канади та *копальхен* жителів Чукотки. В загальних рисах рецепт подібний: тюленя начиняють морськими птахами і прикопують у ямку на декілька місяців. За оповідями очевидців, ця страва навчить молитися перед їжею навіть затятих атеїстів.

¹¹ Svanberg I. & Berggren Å. (2018). Bumblebee Honey in the Nordic Countries. *Ethnobiology Letters*, 18(2), p. 312.

¹² Переклад Леоніда Солонька.

13 Ковальчук А.Н. (2014). Остатки рыб из раскопок кургана эпохи бронзы около с. Марьянское (Днепропетровская область, Украина). *Вісник Дніпропетровського університету. Серія Біологія*, 22(2), с. 157.

14 Імам ан-Навві. Аль-Мінхадж фі шарх Сахих Муслім. Хадіс № 1953.

15 Axelrod P. & Fuerch M.A. (1998). Portuguese Orientalism and the Making of the Village Communities of Goa. *Ethnohistory*, 45(3), p. 451.

Частина друга

Чи бажаєте поговорити про релігію?

На полицях м'ясного відділу представлено товар, що походить із тваринницьких господарств. Навіть ведмежатина й оленина, що інколи наявні в Україні, є м'ясом тварин, вирощених у неволі. Причина не в ціні, адже в деяких регіонах світу дичина доволі дешева. На відміну від мисливців, фермери спроможні дотримуватися певних стандартів продукції, а також забезпечити постійне надходження товару, реагуючи на збільшення чи зменшення попиту. Передумови до цього було закладено задовго до появи супермаркетів, за сивої давнини, коли деякі племена мисливців-збирачів змінили штаб життя і стали осілими землеробами та скотарями. На перший погляд їхній вибір здається очевидним. Полювання залежить від удачі, а господарювання дозволяє робити запаси. Так буде згодом, через багато тисячоліть. Навіть сучасне сільське господарство вразливе до непередбачуваних катаклізмів, а стародавнє — і поготів. Учені достеменно не знають, що спонукало людей торувати цей шлях ¹⁶. Багато хто вважає, що перші кочівники перейшли до осілого життя не з прагматичних міркувань, а під впливом релігійних ідей ¹⁷.

Звісно, було би спрощенням зводити історію одомашнення тварин суто до вірувань. Однак нехтувати ними також було би помилкою. Тож не дивуйте, на екскурсії м'ясним відділом говоритимемо не лише про зоологію, але й про релігію.

16 Дейвіс Н. (2014). Європа. Історія. Київ, Основи, с. 89.

17 Schmidt K. (2010). Göbekli Tepe — the Stone Age Sanctuaries. New results of ongoing excavations with a special focus on sculptures and high reliefs. *Documenta Praehistorica*, XXXVII, p. 253.

3. Конкурс на одомашнення великих звірів! Вимоги до кандидатів

Кінець безкоштовного уривку. Щоби читати далі, придбайте, будь ласка, повну версію книги.

Рекомендована література



Медицина доказова і не дуже



Танці з кістками

ridmi
ТВІЙ УЛЮБЛЕНИЙ КНИЖКОВИЙ

КУПИТИ