

МАРИЯ
ДАРАГАН-СУЦОВА

ЕДА
БЕЗ
ОШИБОК!
ЭНЦИКЛОПЕДИЯ
КУХОННОЙ ЖИЗНИ

*О чем стоит знать,
когда вы идете в магазин*



УДК 641.55
ББК 36.997
Д20

Д20 Дараган-Суцова, Мария Владимировна
Еда без ошибок! Энциклопедия кухонной жизни / М.В. Дараган-Суцова. – М. : Колибри, Азбука-Аттикус, 2024. – 208 с. : ил.

ISBN 978-5-389-23887-9

Как понять, из чего состоит продукт и что скрывается за его названием? Как читать этикетки и разбираться в сроках хранения? «Еда без ошибок!» поможет выбрать на магазинной полке то, что нужно именно вам. Книга построена так же, как устроен любой супермаркет. Мы идем из отдела в отдел, набирая свою корзину. Что-то мы берем не задумываясь, а с чем-то у нас возникают вопросы. Как выбрать оливковое масло? Стоит ли брать зеленую гречку и что это такое вообще? И многое-многое другое. Завершает книгу словарь понятий и терминов, с которыми вы можете столкнуться на этикетках товаров и на витринах магазинов.

УДК 641.55
ББК 36.997

ISBN 978-5-389-23887-9

© Дараган-Суцова М.В., 2024
© Бачакова Н.В., иллюстрации, 2024
© Издание на русском языке, оформление.
ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2024
Колибри®

Содержание

Введение 5

Мы пришли в магазин 13

Как читать этикетку 14 Жирность продукта 16
Калорийность продукта 20

Бакалея 25

Консервы 26 Соления и маринады 29
Растительные масла 31 Сахар 39 Соль 43 Крупы 45
Макароны/паста 57 Варенье 60

Гастрономия 65

Мясная гастрономия 66 Колбасы 70
Сыры 76

Молочный отдел 87

Йогурты и другие кисломолочные продукты 90
Сливочное масло 100 Яйца 101

Мясной и рыбный отделы 104

Мясо 106 Рыба 113 Икра 118
Нерыбные продукты моря 122 Пресервы 128

Кондитерский отдел 131

Шоколад 138 Мёд 143 Другие полезные сладости 146

Овощи и фрукты 149

Чай и кофе 157

Чай 158 Кофе 166

Хлеб 175

Резюме 181

Словарь 183

Введение

О чем стоит подумать,
когда вы идете в магазин,
и почему я могу помочь сделать
правильный выбор

Многих интересует, как можно продлить здоровую и счастливую жизнь? Как то, что мы едим, влияет на наше здоровье, настроение и даже на наш внешний вид? Меня эти вопросы стали волновать очень давно, и я искала ответы на них многие годы.

Начну с того, что я уверена и в том, что понятие «здоровая жизнь» включает в себя чистую воду и хорошее питание (с минимумом вредных для человека веществ). Именно о питании и рассказывает эта книга — о том, что мы покупаем, что готовим и что мы едим.

Автор будет учить нас правильно питаться! — решите вы. И не угадаете. Цель у меня совершенно иная — я попробую сделать так, чтобы вы не обманывались и самостоятельно принимали обдуманное решение при покупке продуктов питания.

Получив специальное товароведческое образование в институте им. Плеханова, я десять лет работала в науке, связанной с питанием (в научно-исследовательских институтах), где, кроме всего прочего, научилась работать с литературными источниками, перепроверять и анализировать полученную информацию. Десять лет работала в системе торговли продуктами питания в разных сетях и должностях, поэтому знаю, как устроены торговые сети изнутри. А потом были восемнадцать лет работы в Учебном центре торговой сети «Азбука вкуса», и благодаря тесной работе с ее поставщиками мне посчастливилось увидеть и изучить производство многих эксклюзивных продуктов в Европе. Я побывала на фабриках и семейных предприятиях, в том числе по производству швейцарских сыров, испанских хамонов, европейских хлебобулочных изделий. Не на словах, а на деле познакомилась с производством самых лучших продовольственных брендов в России, побывала на многих фермерских хозяйствах и на производствах всех основных мясных комбинатов Москвы и Подмосковья. Кроме того, я десять лет читала лекции и рассказывала будущим менеджерам ресторанной службы в бизнес-школе RMA о нюансах работы с продуктами питания.

Работая в этой сфере более сорока пяти лет и взаимодействуя с большим количеством людей, производящих и продающих продукты, я столкнулась с тем, что существует очень много мифов о полезности и вреде продуктов. Я была удивлена, как много неточностей и ошибочных мнений вываливается на головы

неискушенных потребителей не только в прессе, но и в специальной литературе. Много информации «притягивается за уши», а какая-то просто не является достоверной. Большую лепту в дезинформацию и путаницу в этой области знаний вносит недобросовестная реклама, где часто желаемое выдают за действительное или просто утаивают часть информации, что мешает нам сложить правильное мнение о продукте. Чуть позже я докажу это на примерах.

Дезинформация и недостоверная информация может приходиться к нам как с экранов телевидения, так и из интернета. Поняв, что часто и производители рекламы, и потребители продуктов питания не владеют знаниями, необходимыми для правильного понимания, что полезно для организма человека, а что нет, я захотела поделиться с вами накопленными мной знаниями.

Я расскажу о подвохах, которые мешают сделать правильный выбор при покупке еды, постараюсь научить вас правильно выбирать продукты и обещаю быть предельно правдивой и точной в своих рекомендациях.

Я ставлю перед собой задачу научить вас максимально рационально использовать всю информацию, которую поставщики «зашифровали» на этикетках, чтобы вы научились выбирать именно тот товар, который вам нужен. А выбирать его можно по разным критериям. Например, продукт может быть: вкусный, полезный, красивый, дешевый/дорогой, престижный, безопасный, продукт, выбираемый для подарка, для себя любимого и тому подобное.

К информации о продуктах, которую вы получаете из любого источника, нужно относиться критично. Так, довольно часто в рекламе продуктов говорят или пишут, что новый товар лучше и, например, в 10 раз содержит больше овощей (или витаминов, или других полезных веществ). Вроде как и хорошо, что новый продукт содержит теперь так много полезного, но с каким товаром его сравнивают, нигде не сказано! Возможно, что в исходном продукте вообще не было овощей или был 1 г или 5 г, и тогда в новом продукте будет овощей 10, 20 или 50 г. Такая реклама некорректна, и доверять ей нельзя. Не верьте голословным заявлениям. Внимательно читайте все, что написано на этикетке. К моей информации тоже обязательно нужно отнестись критически, ведь я тоже могу переборщить с критикой. Подумайте, проанализируйте полученную информацию, если нужно, перепроверьте и сделайте независимый от рекламы, свой правильный выбор.





В одной уважаемой телевизионной программе врач — специалист по мёду сказала, что самым полезным считается гречишный мёд. Заявила она это на многомиллионную аудиторию и даже не объяснила, чем же он полезнее других видов мёда. Думаю, теперь половина страны будет так считать. А ведь в каждом цветке есть свои специфические полезные вещества, а иначе пчелы их не собирали бы вовсе. Ну не могу я поверить в то, что для всех нас, таких разных по возрасту, месту проживания, полу, болезням, состоянию организма в данный момент, именно гречишный мёд будет самым полезным.

Липовый или каштановый мёд, а тем более горное разнотравье, я уверена, ничуть не хуже и мне, например, нравятся гораздо больше, а значит, для меня именно они будут полезнее!

*Не всегда можно доверять высказываниям даже специалистов, ведь они могут быть сделаны под действием каких-либо ярких впечатлений или представляя чьи-то интересы.
Может быть, гречишный мёд помог его родственнику или просто понравился врачу.*



В той же передаче несколькими днями позже рассказывали о пользе капусты брокколи. В качестве аргумента ее чрезвычайной полезности врач сказал, что в этой капусте витамина С содержится в 2 раза больше, чем в цитрусовых. Чуть позже он сказал, что, к сожалению, после бланширования (обработки кипятком) и заморозки в капусте остается не более 60% витамина С, а ведь это почти столько же, сколько его содержится в цитрусовых (см. выше).

НО! Врач не сказал, что капусту брокколи перед употреблением нужно сварить и что она потеряет еще, как минимум, 50% витамина С.

Врач не обманул нас, но, не сказав всей правды, он ввел нас в заблуждение. Получается, что задача этого врача была не рассказать нам всю правду о капусте, а сделать ей рекламу. Скорей всего, спонсором этой передачи был производитель замороженных овощей.

***Учитесь критично относиться
к любой информации и анализировать услышанное.
Капуста брокколи полезна в любом виде,
но это не связано с витамином С.***

Всегда ли мы знаем, что содержится в съеданном продукте, насколько он полезный и соответствует ли нашим ожиданиям?

К сожалению, довольно часто искомую информацию мы черпаем не из научных книг, а из интернета, а еще хуже – из рекламы. Информация в интернете не всегда достоверная, не всегда соответствует действительности, а уж об информации, которую мы получаем из рекламы, и говорить нечего. Рекламируя товар, производитель в лучшем случае просто умалчивает нежелательную информацию, а иногда и искажает ее, потому что задача рекламы – любыми доступными средствами заинтересовать вас именно этим товаром, чтобы вы его купили. И, согласитесь, ведь это будет ваш выбор, так как никто насильно вас не заставлял покупать этот товар.

☺ Выбор продукта всегда за вами!





Мы пришли
в магазин



Как читать этикетку

Если правильно прочитать этикетку, то можно получить достаточно сведений, чтобы оценить полезность продукта. Главное – читать очень внимательно.

Первое, на что нужно обратить внимание на этикетке, – это сроки и условия хранения продукта. Если сроки хранения продукта вас устраивают, то нужно изучить его состав. Как узнать, что находится в продукте? Всегда ищите на этикетке **состав**.

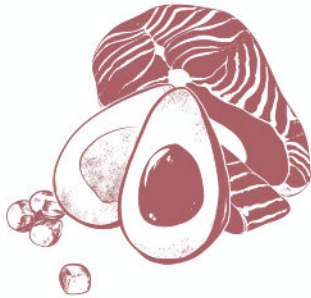
Какие здесь могут быть подвохи:

Обычная соленая селедка типа «Матиас», как правило, хранится три месяца при $-3...-5$ °C. Но такая температура не используется в бытовых холодильниках для хранения обычных продуктов! В домашнем холодильнике мы поддерживаем плюсовую температуру от 0 до $+6$ °C, а это значит, что селедка не должна храниться у вас дома более месяца. Кроме того, мы не знаем, при какой температуре до совершения нами покупки хранилась селедка в магазине или у поставщика. Такой же режим хранения, как правило, предусмотрен для всех пресервов, в том числе различных морепродуктов в рассоле и для икры.

Очень часто, чтобы привлечь внимание покупателя, производитель в названии товара использует слова, которые нас привлекают, но и дезинформируют. Такие слова, как «100%», «натуральный», «эко-био» и другие, выглядят эффектно, но не несут за собой достоверной информации. Эти слова часто являются составной частью названия продукта, а не его состава.

Еще раз обращаю ваше внимание на то, что для того, чтобы узнать, из чего состоит продукт, мы смотрим именно **состав продукта**.

- Прямо в центре этикетки кисломолочного продукта напротив слов «Злаки», «Фрукты», «Витамины» стояли жирные галочки. Создавалось впечатление, что эти полезные вещества находятся в данном продукте. Когда я решила проверить, есть ли это всё в моем йогурте, и прочитала состав, то ничего из этих компонентов в составе продукта не оказалось. Это было написано на этикетке просто для привлечения внимания к продукту.
- На пакете с кофе, который я купила, достаточно крупно, прямо в центре пакета, написано: «100% арабика», а мелким шрифтом на оборотной стороне пакета написан состав этого кофе. Оказалось, что в пакете находится 50% арабики и 50% робусты. То есть в этом случае надпись «100%» — это просто часть названия продукта, как, например, и в названии сока «100% Голд»!



Жирность продукта

Из школьной программы всем известно, что процентный состав – это количество граммов вещества в 100 г продукта. То есть 20%-я сметана содержит 20 г жира в 100 г продукта.

Любой продукт имеет в составе 100% каких-либо веществ – это могут быть белки, жиры, углеводы, минеральные вещества и вода (иногда спирт). Очень часто содержание воды в продукте не указывается, так как вода питательных веществ не содержит и калорийности не имеет. Именно поэтому в сухом продукте с влажностью 20% сумма остальных веществ должна быть 80%, а во влажных продуктах может быть и меньше 40%. Например, гречка содержит: белков – 13%, жиров – 2,5%, углеводов – 68%. Всего получилось 83,5%, значит, воды в гречке 16,5%. Сыр «Адыгейский» содержит: белков – 19%, жиров – 16%, всего 35%, остальные 65% в «Адыгейском» сыре – это вода. В сыре типа «Российского» белков – 22%, жиров – 28%. Значит, воды в таком сыре получается 50%.

Неполная информация о составе продукта может вводить нас в заблуждение, а производители, не

указывая какие-либо вещества, лукавят. Довольно часто эта ситуация складывается именно в связи с составом жира в сырах, поэтому мы и рассмотрим это на примере сыра.

По стандарту массовая доля жира в сыре, указанная на этикетке или ценнике, — это содержание жира в сухом веществе продукта, и она отличается от содержания жира в сыре (%-ное содержание в 100 г).

Например, на ценнике сыра типа «Российского» указана массовая доля жира 50%. Известно, что в таком сыре содержится 50% влаги (50 г воды в 100 г сыра). Как было уже сказано, по стандарту массовая доля жира в сырах рассчитывается по отношению к сухому остатку (не к 100 г сыра, а к 50 г белков и жиров без воды), таким образом, оказывается, что содержание жира в этом сыре только 25%.

■ ВАЖНО!

На ценнике твердого сыра указана жирность (массовая доля жира в сухом остатке) 45–50%, а на самом деле содержание жира (% содержания жира в 100 г продукта) всего 25–30%. Жирность сыра «Бри» на этикетке указана 60%, а на самом деле в нем 30% жира. На этикетке сыра «Маскарпоне» указана жирность 70%, а на самом деле в нем 40% жира (40 г) в 100 г.

Некоторые производители вводят нас в заблуждение, напротив, указывая содержание жира в сыре (25%) вместо массовой доли жира (50%). Это делают производители, чтобы занижить жирность сыра для привлечения тех, кто стремится похудеть. Некорректно сравнивать содержание жира в сыре 25% и массовую долю жира (жирность) этого же сыра 50%, так как процент вычисляется по отношению к разным показателям. В первом случае процент вычисляется по отношению ко всему составу сыра вместе с влагой, а во втором случае только по отношению к сухим веществам без воды. **Смотрите состав продукта!**

У меня в руках красивая коробка с детским питанием. Вся коробка пестрит информацией о полезности этого питания, о том, что в нем натуральные ингредиенты и сбалансированный состав злаков и овощей. **Читаю состав готовой каши:** белков — 1%, жиров — 0,1%, углеводов — 10%, пребиотических волокон — 0,2%. **Калорийность каши** 45 ккал. **Получается, что из 100 г готовой каши ваш ребенок получит 1 г белка, 1 г жира и 10 г углеводов.** Я думаю, что такое количество питательных веществ ненадолго насытит ребенка. Возможно, вашему ребенку именно такая каша и нужна, но убедиться в этом можно, только внимательно прочитав этикетку и узнав состав продукта.

Это интересно!

Процесс переваривания пищи зависит от множества факторов, в том числе от:

- состояния вашей пищеварительной системы,
- условий приема пищи,
- вашего настроения,
- температуры употребляемой пищи и многих других.

К примеру: калорийность продукта, указанная на этикетке, рассчитывается по количеству белков, жиров и углеводов, находящихся в продукте. При расчете калорийности продукта не учитывается, в каком виде и какого химического состава вам достались углеводы — в конфете, капусте или яблоке содержатся разные углеводы по составу и усвояемости. Это могут быть 100% усвояемые простые сахара (в конфете) или неусвояемые клетчатка и пектин (в капусте и яблоке).

Даже близкие по величине молекулы самых простых углеводов: моносахаридов (глюкоза, фруктоза, галактоза) или дисахаридов (лактоза, сахароза) усваиваются по-разному. Невозможно сравнивать с ними усвоение сложных полисахаридов (патоки или крахмала) и тем более неусвояемых человеком пектина и клетчатки. Таким образом, количество углеводов может быть одинаковым, а их усвоение несравнимым.

Варенье и отруби, имея одинаковое количество углеводов (около 65%), не должны иметь одинаковую калорийность.

Издание для досуга
Бос уакытқа арналған басылым
Мария Владимировна Дараган-Суцова

ЕДА БЕЗ ОШИБОК!

Энциклопедия кухонной жизни

Руководитель проекта Ольга Ро

Редактор Мария Николаева

Выпускающий редактор Татьяна Маслова

Технический редактор Лидия Сеницына

Дизайнер Надежда Данильченко

Корректоры Елена Бударгина, Людмила Асанова

Верстка Михаил Быковский

Подписано в печать / Баспага қол қойылды 14.06.2024.

Формат 75×110/32. Бумага офсетная. Гарнитура «Orbi».

Печать офсетная. Усл. печ. л. 9,75.

Тираж 2000 экз. О-РЗН-32843-01-Р. Заказ №

Изготовитель: ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» – обладатель товарного знака КоЛибри 115093, Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Даниловский, пер. Партийный, д. 1, к. 25 Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19 E-mail: sales@atticus-group.ru	Өндіруші: «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» ЖШҚ – КоЛибри тауар белгісінің иесі 115093, Мәскеу, қ. іш. аум. Даниловский муниципалдық округі, Партийный т.л., 1-үй, к. 25 Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19, Эл. поштасы: sales@atticus-group.ru
Филиал ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» в г. Санкт-Петербурге 191024, Санкт-Петербург, Херсонская ул., д. 12–14, лит. А Тел. (812) 327-04-55 E-mail: trade@azbooka.spb.ru	Санкт-Петербург қаласындағы «Азбука-Аттикус» Баспа Тобы» ЖШҚ филиалы 191024, Санкт-Петербург, Херсон көшесі, 12–14 үй, лит. А Тел. (812) 327-04-55 Эл. поштасы: trade@azbooka.spb.ru
www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru	www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru

Отпечатано в России. Ресейде басып шығарылған.

Техникалық реттеу туралы РФ заңнамасына сай басылымның сәйкестігін
растуа туралы мәліметтерді мына адрес бойынша алуға болады:
<http://atticus-group.ru/certification/>.



Знак информационной продукции
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)
Ақпараттық өнім белгісі (29.12.2010 ж. № 436-ФЗ федералдық заң)