

Ю. В. Стула

Какао как продукт для здоровья на российском рынке в конце XIX — начале XX в.

В последней четверти XIX в., в период становления и развития гигиены как отдельной отрасли науки, среди широких общественных кругов происходило осознание значения продуктов питания для здоровья, а одной из задач гигиены стало «создание стойкого организма человека, способного противостоять болезням»¹. В частности, началась разработка такого направления как кулинарная гигиена, в основе которого лежали кулинарная химия и физика. Последователи этого направления подчеркивали значение правильной обработки пищи для здоровья как детей, так и взрослых². В условиях, когда даже в деле лечения больных и выздоравливающих фокус внимания смещался с аптек на кухню, на рынке появилось большое количество «продуктов для здоровья», которые по замыслу производителей должны были заменить лекарства.

Одним из таких продуктов стало какао (напиток), которое по задумке химиков и докторов медицины конца XIX — начала XX в. должно было стать незаменимым спутником питания «современного культурного человечества, являющимся, к тому же диететическим средством для подрастающего поколения»³.

«Продукты для здоровья» активно производят и сейчас, они обладают устойчивым спросом, широко проводятся рекламные кампании с участием спортсменов, ученых и других известных людей. Основопологающими остаются те же принципы, что и более ста лет назад: сохранение и поддержание здоровья с помощью определенных продуктов питания.

¹ *Канель В. Я.* Вопрос воспитания в свете социальной гигиены : (гигиена телесной и душевной жизни ребенка). М., 1918. Ч. 2. С. 30.

² *Карвасовский И. А.* Кулинарная гигиена и практический повар. С приложением гигиены питания детей вообще и нормальной ежедневной пищевой таблицы для детей в закрытых учебных заведениях. Варшава, 1891. С. 10.

³ Записка Совета съездов представителей промышленности и торговли о таможенной пошлине на сырое какао. СПб., 1910. С. 14.

Цель данной статьи — в рамках исторической ретроспективы рассмотреть особенности производства и реализации «продукта для здоровья» — какао-напитка в Российской империи в конце XIX — начале XX в. Определенный исследовательский интерес представляет изучение эволюции какао от редкого колониального товара до продукта массового потребления.

В отечественной историографии производство какао-напитка как «особого продукта» для здоровья рассматривалось в нескольких аспектах. Это, прежде всего, история открытия и переработки какао-бобов⁴, значение шоколада и составляющих его ингредиентов в мировой продовольственной безопасности⁵. Также в последние десятилетия наблюдается интерес к истории дореволюционных кондитерских предприятий и их знаменитой продукции. Какао в концепте этих исследований рассматривается как сырье, используемое в кондитерском производстве⁶.

В современной историографии изучается особое отношение к вопросам гигиены в конце XIX в. В то время был сформирован определенный взгляд на питание детей со стороны «ответственных родителей», которые, используя современные на тот момент санитарно-гигиенические знания, старались всячески обеспечить здоровый и грамотный рацион подрастающему поколению⁷.

Производство какао как растворимого напитка в XIX в. стало возможным с изобретением голландским химиком Конрадом Йоханнесом ван Хаутеном (в России получил известность как ван-Гутен) гидравлического пресса, благодаря которому после отжатия какао-бобов половина жира измельчалась и просеивалась. Для лучшей растворимости и ликвидации горечи порошок какао обрабатывали углекислыми щелочами либо вымачивали в растворе углекислого калия (поташа) или соды. По мнению производителей,

⁴ *Вольтер И. М.* Плитка шоколада. М. ; Л., 1940 ; *Ершова Г. Г., Беляев Д. Д.* Взбивая пену шоколада : какао в Древней Америке. М., 2012.

⁵ *Терновая Л. О.* Геополитика в шоколаде // Государственная служба. 2017. № 4. С. 90–95.

⁶ *Шумилина Я. Е., Шевнина Ю. М.* Сладкая жизнь: миф и реальность // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2015. № 11. С. 765–766.

⁷ *Веремченко В. А.*: 1) Гигиена школьника в дворянско-интеллигентских семьях России второй половины XIX — начала XX вв. // История повседневности. 2017. № 2. С. 79–105 ; 2) Женское кулинарное образование в России на рубеже XIX–XX вв.: хобби или обучение профессии? // Там же. 2021. № 2. С. 58–80.

присутствие щелочей не влияло на вкус и не представляло вреда здоровью⁸.

Такой способ производства быстрорастворимого какао получил название «голландского». Изначально этот термин использовался и в качестве торгового наименования. Первоначально, пока действовал патент, растворимое какао было и в самом деле исключительно голландского производства. Впрочем, даже после истечения срока, когда в других странах стали производить растворимое какао, голландские фирмы не утратили своего лидерства, поскольку среди населения уже сложилось прочное убеждение, что только голландские фабрики могли производить качественный какао-порошок⁹. Немало этому способствовала и активная рекламная компания ван-Гутена, порой достаточно неоднозначная в этическом плане¹⁰.

На российском рынке из какао голландских производителей была популярна, помимо фирмы ван-Гутена, продукция фирм Блокера и Бенсдорпа. Уже тогда товары этих фирм рекламировались как «всесторонне укрепляющие человеческий организм»¹¹, «самый здоровый, питательный и вкусный напиток»¹². Но, поскольку на какао этих фирм был спрос, тут же появились и фальсификаторы, работавшие под девизом «*mundus nilt decipi*» («свет хочет быть обманутым»). Для борьбы с подделкой дорожащие своей репутацией голландские фабриканты снабжали какао-порошок отличительными знаками: Бенсдорп — специальной желтой оберткой с изображением повара¹³, ван-Гутен с рекламных листовок предупреждал о необходимости приобретать продукцию только в оригинальной банке с надписью «С. J. van Houten»¹⁴.

Постепенно и российские производители стали осваивать выпуск какао-порошка по голландской технологии. К 1909 г. в Российской

⁸ Петерс Г. Шоколад и его производство. СПб., 1913. С. 7.

⁹ Наставление к заварке чая и приготовлению кофе и какао от чайного магазина «Комиссионер» в Киеве. Киев, 1910. С. 7.

¹⁰ В русской поэзии нашла отражение городская легенда о том, что за определенную плату родным осужденный перед казнью выкрикнул в качестве последнего слова рекламный слоган: «Пейте какао Ван Гутена!» (Маяковский В. В. Облако в штанах : тетраптих. Пг., 1915. С. 38).

¹¹ Родина. 1906. № 8. С. 128.

¹² Нива. 1905. № 4. С. 80а ; 1905. № 3. С. 60а.

¹³ Там же. 1906. № 15. С. 240а.

¹⁴ Там же. 1905. № 1. С. 3.

империи было 116 фабричных заведений, которые занимались производством шоколада и какао¹⁵ (не считая кустарных). Одним из крупнейших производителей голландского какао в порошке было товарищество «А. И. Абрикосов и сыновья» в Москве. Желая подчеркнуть качество продукта своей фирмы, Абрикосов заказал химическое исследование какао-порошка собственного производства в аналитической лаборатории Императорского технического училища. Результаты этого анализа были опубликованы во всех делопроизводственных и рекламных материалах фирмы.

В заключении лаборатории отмечалось, что какао данной фирмы не включало посторонних примесей, в том числе в нем отсутствовали примеси муки, а содержание питательных веществ в какао-порошке превышало 80 %¹⁶. Особо подчеркивалось, что голландское какао приготовления этой фабрики не подвергалось обработке поташом¹⁷.

В данном случае производитель несколько лукавил. Поскольку при использовании соды и поташа процесс обработки какао-порошка растягивался на несколько часов, то, вероятнее всего, Абрикосов, как и другие московские и европейские фабриканты, применял иную щелочь — углекислый аммоний, действующий гораздо быстрее. Однако химический анализ на наличие этого вещества в какао-порошке производитель разумно не заказывал.

Производство «голландского» какао во всем мире в начале XX в. увеличивалось и это было связано, прежде всего, с быстрой растворимостью напитка. Приготовление не требовало кипячения, при этом какао-порошок не давал осадка. Одна чайная ложка какао и ложка сахара, залитая кипятком, давали, по мнению производителей и потребителей, «средство наслаждения», образующее «совершенную пищу»¹⁸.

В целом в последней четверти XIX — начале XX в. наблюдалась следующая тенденция: производители, особенно новых продуктов,

¹⁵ Фабрично-заводские предприятия Российской империи / ... сост. Л. К. Езиранский. СПб., 1909. Д. 7144–7350.

¹⁶ Оптовый прейскурант товарищества А. И. Абрикосова и сыновей. М., 1911. С. 5–6.

¹⁷ Поташ — щелочная соль, которая наравне с содой использовалась для увеличения растворимости какао (*Коцын М. Б.* Какао // Энциклопедический словарь / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон. СПб., 1894. Т. 13а. С. 949).

¹⁸ Нива. 1906. № 3. С. 60а; № 5. С. 3; № 13. С. 3; № 15. С. 3; № 20. С. 400а.

дабы убедить взыскательного потребителя в исключительно полезном химическом составе своей продукции, благоприятно влияющем на здоровье, выпускали брошюры и даже сугубо научные книги, в которых ученые, в основном химики и медики, объясняли «полезные свойства» этого продукта.

Однако сотрудники Московской городской санитарной аналитической лаборатории подчеркивали, что постоянное употребление продуктов, обработанных щелочами, может влиять на кроветворение организма человека. Такие продукты не следовало употреблять в пищу постоянно, а к «широковещательным рекламам» советовали относиться с осторожностью¹⁹.

Какао-порошок в конце XIX в. постепенно завоевывал потребительский рынок европейских стран, в том числе Российской империи. Комитет по техническим делам выдавал патенты и привилегии иностранным производителям на особые способы приготовления какао-порошка: в соединении с хмелем²⁰ и с солодом²¹, а также на особый способ «разъединения или сообщения растворимости какао»²². Целью всех этих разработок было создание «особого», эксклюзивного продукта, отвечающего последним достижениям науки, способного привлечь внимание потребителя не только составом, но и быстрым способом приготовления.

Для удобства потребителей в начале XX в. выпускался готовый какао-порошок, в который уже были добавлены сухое молоко и сахар. Лидером выпуска такой продукции в России стал русско-швейцарский завод «Мильхверке». Желая привлечь внимание потребителя на «выдающиеся качества» своей продукции, производитель подчеркивал, прежде всего, доброкачественность и гигиеничность какао, а также возможность употребления «какао с молоком» везде, где есть горячая вода — на службе, в школе, на экскурсии, в хате крестьянина, на маневрах²³.

Впрочем, подобные громкие лозунги о гигиеничности произведенного продукта вызывали настороженное отношение санитарных

¹⁹ Годовой отчет Московской городской санитарной станции, устроенной при Гигиеническом институте Императорского Московского университета (май 1893 г. — январь 1895 г.). М., 1895. С. 170.

²⁰ РГИА. Ф. 24. Оп. 6. Ед. хр. 268. Л. 1.

²¹ Там же. Оп. 14. Ед. хр. 291. Л. 1.

²² Там же. Оп. 7. Ед. хр. 757. Л. 1–2.

²³ Русско-швейцарский завод «Мильхверке». Смоленск, 1913. С. 1–2.

служб крупных городов Российской империи, справедливо полагающих, что слово «гигиенический» служило лишь для привлечения внимания потребителей и не отражало химического состава и качества продукта.

Разобраться в рекламном многообразии научных терминов и особенностях громко провозглашенных свойств продукта для укрепления здоровья не сразу могли даже специалисты²⁴. Лаборанты и ученые-химики Московской городской санитарной станции в 1895 г. провели масштабное исследование какао, представленного на московском рынке. В ходе этой работы было установлено, что производители какао неверно указывали состав напитка, скрывая содержание в нем большого количества сахара и крахмала, а также незаявленных высококалорийных добавок. И это в условиях, когда какао считалось продуктом, необходимым в диете каждой культурной женщины²⁵.

По распространенной в то время теории питания Ламана²⁶, женское меню утром должно было состоять из «питательного какао» (однако подобные диеты не предполагали, что производители какао будут дополнять питательный порошок большим количеством сахара). В целом именно какао в конце XIX — начале XX в. считалось, с одной стороны, крайне питательным напитком, с другой — напитком, позволяющим сохранять стройность и молодость тела.

На женщин производители делали основной упор, ведь, как провозглашалось в конце XIX в., «роль женщины состоит не только в том, чтобы любить и быть любимой, а на ней еще лежит обязанность быть полезной и деятельной»²⁷. Поэтому изготовители специально отмечали пользу какао как напитка укрепляющего, особо питательного для растущего детского организма. Со временем это нашло отражение в рационе питания: постепенно наряду с чаем, соком, молоком и водой детям стали давать и какао²⁸.

²⁴ Годовой отчет Московской городской санитарной станции ... (май 1893 г. — январь 1895 г.). С. 184.

²⁵ Лозинский Е. Вегетарианство и воспитание. М., 1912. С. 33.

²⁶ *Lahmann H.* Natural hygiene ... London, 1898. P. 49.

²⁷ Хозяйка дома : (домоустройство) / сост. по кн. баронессы Стаффе «*La maitresse de maison*» и др. источникам Юрьев и Владимирский. СПб., 1895. С. 2.

²⁸ *Зигерт В. С.* Грехи молодости. Их причина, последствия и способы устранения. СПб., 1900. С. 66.

С 1886 по 1900 г. привоз какао в Российскую империю увеличился более, чем в три раза²⁹. Закупались какао-бобы и какао-масло отечественными производителями в основном в Англии и США, после чего поступали в Россию через Финляндию и Архангельский морской порт³⁰.

Обработка какао в Российской империи, в том числе изготовление порошка для напитка, осуществлялась, как правило, на кондитерских фабриках. Фабричное производство на таких предприятиях было механизировано, использовались гидравлические прессы для выжимки масла, сеялки, смесители с бегунами, какао-мельницы и т. д. Менее крупные производства также пытались наладить фабрикацию какао, при этом уверяя потребителей в уникальности свойств продукта собственного изобретения. Поскольку технологически процесс был достаточно сложным, встречались случаи прямого заимствования.

Показателен в этом контексте пример одесского коммерсанта И. Н. Панкевича, выпускавшего какао небольшими партиями и утверждавшего, что это его особое ноу-хау. Однако состав напитка был полностью идентичен «Какао с молоком» русско-швейцарского завода «Мильхверке». Помимо этого рекламный слоган об использовании какао везде, включая крестьянскую избу, Панкевич полностью скопировал из упомянутой рекламной брошюры фирмы «Мильхверке»³¹.

Постепенно с появлением устойчивого спроса на какао-порошок резко увеличилось и предложение. Производители, желая привлечь потребителей, предлагали новые, более оригинальные способы упаковки продукции с необычными названиями³². Таким стало, например, появившееся в 90-х годах XIX в. в столичных городах Российской империи «Гафер-какао» (выпускавшееся также под торговым названием «Кассельский какао»). Необычным был

²⁹ Белов А. И. Историко-статистические очерки производства пищевых продуктов. СПб., 1890. С. 69 ; Записка Совета съездов представителей промышленности и торговли ... СПб., 1910. С. 3.

³⁰ РГИА. Ф. 23. Оп. 11. Ед. хр. 590. Л. 7 ; Ед. хр. 755. Л. 1–16.

³¹ Русско-швейцарский завод «Мильхверке». С. 2 ; Панкевич И. Н. Самостоятельный и побочный заработок без всякого риска : [приготовление какао и кофе]. Одесса, 1914. С. 1.

³² Верховой Н. В. Реклама в XX веке как необходимость и единственная верная гарантия успеха в каждом торгово-промышленном деле. Ярославль, 1902. С. 8.

и вид продукта — не привычный порошок, а прессованные плитки, завернутые в бумагу.

По сложившейся традиции, к каждой коробке препарата (так называли «Гафер-какао» производители, желая подчеркнуть его целебные свойства) прилагалась брошюра немецкого профессора Дитриха. Он обращал внимание на большое содержание в этом напитке белковых и крахмалистых веществ, которые оказывали благоприятное влияние на выздоравливающих и ослабленных. При этом всячески отмечалось, что подобный эффект достигался нахождением в «Гафер-какао» большого процента теобромина.

Московская санитарная лаборатория, изучив химический состав какао, приведенный в брошюре, провела и свои исследования. В результате выяснилось, что лечебного теобромина в данном какао содержится в два раза меньше нормы, заявленной производителем. Помимо этого, теобромин как эфирное вещество, придающее какао присущий ему запах, был и в других сортах какао и не являлся «новейшей разработкой»³³. Гигиенисты, агенты торгово-санитарных служб призывали потребителей не доверять рекламным приемам производителей, использующим красивые термины и громкие имена «для уловок и ограбления простецов»³⁴.

Качество какао-порошка от различных производителей существенно различалось. Пытаясь уменьшить себестоимость продукта, зарубежные и отечественные фабриканты добавляли к порошку различные примеси. 55 % образцов какао, изъятых в Москве в ходе проверок санитарных служб в конце XIX в., оказались фальсифицированными, при этом примеси в них составляли от 20 до 45 % от массы продукта³⁵. Такими примесями служили жженая или картофельная мука, рожь, рис, желуди, а также крахмал, декстрин, жженный цикорий и т. д. Попадались образцы какао-порошка, где вовсе не было натурального продукта, а лишь смесь муки, сухарей, отрубей, кирпичного порошка, пряностей, жира и красящих веществ³⁶.

³³ Годовой отчет Московской городской санитарной станции ... за 1899 г. М., 1901. С. 142.

³⁴ *Веригин А.* Русская реклама. СПб., 1898. С. 3.

³⁵ *Чернышев С. А.* Фальсификация пищевых веществ. Харьков, 1900. С. 23.

³⁶ *Смоленский П. О.* Простейшие способы исследования и оценки доброкачественности съестных припасов, напитков, воздуха, воды, жилищ и проч. 3-е изд., вновь перераб. СПб., 1899. С. 340.

Если примеси к какао признавались доброкачественными, производители практически не несли наказание, так как невозможно было доказать причинение вреда здоровью потребителей. Лишь в случае, если примесей содержалось более 10–20 % от общего состава продукта, производителя можно было привлечь к ответственности.

В санитарно-гигиеническом отношении какао считалось полезным питательным напитком. В крупных городах качество продукта отслеживалось торгово-санитарными службами, однако добавление примесей, не вредных здоровью, допускалось законодательством.

В последней четверти XIX в. санитарно-гигиенические знания начали широко распространяться среди населения Российской империи. Благодаря просветительской работе ученых-гигиенистов происходило осознание влияния и значения правильного питания на здоровье человека.

Какао-напиток рассматривался уже не только как лакомство, но и как диетическое средство. Улучшение с помощью новых технологий растворимости какао-порошка делало его более доступным и менее трудозатратным в приготовлении. Напиток становился необходимым средством для больных, выздоравливающих, для ослабленных детей. Однако попытки производителей рекламировать свою продукцию, ссылаясь на ее эксклюзивность и «особые» свойства, лишь подрывали доверие потребителей к данному напитку.

Торгово-санитарное законодательство Российской империи довольно снисходительно относилось к подмеси к какао-порошку посторонних веществ при условии, что они не представляли непосредственной угрозы здоровью человека. Разнообразие ассортимента продукции, активная рекламная деятельность привели к тому, что в Российской империи в первое десятилетие XX в. потребление какао на душу населения значительно увеличилось.