vinetur

Почему одно и то же вино по-разному воспринимается в винном бокале, стакане для воды, кружке или пластиковом стаканчике

Вино — лишь часть впечатления: ожидания, прикосновения, форма края посуды, аромат и температура помогают понять, почему восприятие меняется в зависимости от того, из чего мы пьём.

четверг, 19 ноября 2026 г.



Одно и то же вино может восприниматься по-разному в зависимости от сосуда: свою роль играют ожидания и физические ощущения во время питья. Учебная иллюстрация, созданная с помощью ИИ.

Иногда одно и то же вино кажется совершенно другим, если перелить его из хорошего винного бокала в пластиковый стаканчик, керамическую кружку или обычный стакан для воды. Это не значит, что напиток каким-то образом испортился. Отчасти дело в ожиданиях человека, а отчасти — в физических ощущениях, которые вызывает посуда, когда подносишь её ко рту.

Одно и то же вино — разные впечатления

Ситуация знакомая: наливаешь одно и то же вино в разную посуду — и впечатление меняется. Из пластикового стаканчика оно может казаться другим, в кружке для кофе или чая — странно неуместным, а в стакане для воды восприниматься иначе, чем в хорошем винном бокале, хотя содержимое одинаковое. Само по себе это изменение восприятия не доказывает, что изменился состав вина или что вне винного бокала оно обязательно будет хуже на вкус.

Полезнее спрашивать не о том, какая посуда лучше в любых обстоятельствах, а о том, что именно меняется в восприятии человека. Имеющиеся данные помогают разделить три уровня: что содержится в вине, какие стимулы человек получает во время питья и как мозг всё это интерпретирует. Но важно соблюдать осторожность. Здесь нет контролируемого исследования, в котором в рамках одного теста сравнивали бы хороший винный бокал, пластиковый стаканчик, керамическую кружку и стакан для воды, сохраняя неизменными все остальные условия.

Вкус ощущается не только языком

В повседневной речи, говоря, что у чего-то определённый вкус, мы имеем в виду не только базовые вкусы, которые распознаёт язык, например сладость, кислотность или горечь. В это впечатление входят также аромат, температура и текстура. Поэтому два глотка одного и того же вина могут восприниматься по-разному, даже если жидкость не изменилась: впечатление зависит и от того, как сочетаются и интерпретируются все сенсорные сигналы.

Значительная часть ароматов достигает нас по так называемому ретроназальному пути. Это ароматические соединения, которые во время питья и глотания, а также когда мы ненадолго задерживаем вино во рту, перемещаются из полости рта к носу изнутри. Такое сочетание вкуса и обоняния помогает понять важную вещь: если впечатление изменилось, это ещё не значит, что вино в этот момент претерпевает химические изменения.

Три понятия, которые помогают понять, почему впечатление меняется

Вкус

То, что распознаёт язык: например, сладость, кислотность или горечь.

Ретроназальный аромат

Ароматы, которые во время питья попадают в нос изо рта.

Текстура и температура

Они тоже формируют итоговое ощущение, даже если вино одно и то же.

Какие ожидания возникают ещё до того, как мы выпьем

Ещё до первого глотка мы уже считываем сигналы. Внешний вид посуды имеет значение, потому что мы склонны связывать определённые напитки с определённой посудой. В одном исследовании участникам показывали фотографии алкогольных напитков, в том числе красных и белых вин, и обнаружили, что воспринимаемое соответствие напитка и посуды влияло на оценку увиденного. Участники не пробовали вино, поэтому исследование не показывает, каким оно было бы на вкус. Однако оно подтверждает, что визуальный контекст формирует ожидания ещё до начала дегустации.

Ожидания у разных людей неодинаковы. Если вы обычно пьёте вино из винного бокала, стакан для воды или кружка могут казаться менее подходящей посудой ещё до того, как напиток коснётся губ. Если кружка напоминает вам о кофе или чае, может сработать и эта ассоциация. Исследования межкультурных различий в восприятии посуды и сенсорных ассоциаций также выявляют различия между группами. Поэтому уместнее говорить о привычках, которые формируются с опытом, а не об универсальных правилах, определяющих ожидания каждого потребителя.

Представление о том, что ожидания могут влиять на удовольствие от напитка, основано не только на исследованиях изображений. В одном эксперименте с участием двадцати человек одни и те же вина подавали с разной информацией об их цене. Оценки приятности менялись, как и активность мозга, связанная с оценкой впечатления, но аналогичного эффекта на воспринимаемую интенсивность не обнаружили. Важно не приписывать исследованию больше, чем оно показало: меняли информацию, а не посуду. И всё же этот результат помогает понять, что мозг не ждёт пассивно, пока вино попадёт в рот. Он также интерпретирует то, что, по его мнению, человек пьёт.

Поэтому фраза «это просто самовнушение» не передаёт сути. Ожидания не делают впечатление вымышленным. Они влияют на то, как оценивается настоящий вкус. Если человеку кажется, что вино «пьётся не так», когда он пьёт его из кружки или пластикового стаканчика, он может реагировать на сочетание сенсорных сигналов и привычных ассоциаций, а не на беспочвенную иллюзию.

Два способа, которыми контекст влияет на восприятие

До того, как выпить

Внешний вид посуды может создать впечатление, что она больше или меньше подходит для вина.

Это формирует ожидания, но не измеряет вкус во рту.

Во время дегустации

Информация, полученная заранее, может изменить оценку того, насколько людям нравится одно и то же вино.

Такой эффект наблюдали при сообщении информации о цене, а не при использовании разной посуды.

В питье участвуют также руки и губы

Посуда не только видна — её ещё и держат в руках. В экспериментах с водой жёсткость стаканчика влияла на оценку его содержимого, хотя не у всех участников одинаково. Эти данные не позволяют утверждать, что любое вино из любого пластикового стаканчика разочарует, в том числе потому, что пластиковые стаканчики различаются по жёсткости и гибкости. Однако они показывают, что ощущения от посуды в руке могут участвовать в оценке напитка.

Керамическая кружка подсказывает ещё об одном важном факторе: часть посуды, которая касается губ, тоже влияет на впечатление. Испытания с соками и зелёным чаем показали, что материал и мягкость края посуды могут влиять на ощущение температуры и на некоторые оценки напитка. Это не позволяет точно сказать, каким будет вино на вкус в обычной кружке, но подтверждает практический вывод: физический контакт с посудой — не мелочь.

К физическим ощущениям могут добавляться привычные ассоциации. Человеку, который почти всегда пьёт кофе или чай из кружки, вино в ней может казаться менее уместным, а это несоответствие — окрашивать впечатление. Но утверждать следует только то, что позволяют данные: это разумное предположение из повседневного опыта, подкреплённое исследованиями ожиданий и воспринимаемого соответствия, а не экспериментально доказанный результат именно для вина, поданного в кружке.

Стакан для воды заставляет пойти дальше, потому что здесь уже недостаточно объяснить всё материалом. Стакан для воды и винный бокал могут быть сделаны из стекла, но всё равно создавать разные впечатления. Наиболее правдоподобное объяснение снова связано с привычным использованием посуды и физическими ощущениями во время питья. Если для вас этот стакан ассоциируется с водой, контекст меняет ожидания, а ощущение края на губах остаётся частью впечатления. Однако имеющиеся источники не позволяют утверждать, что более тонкий край обязательно усиливает удовольствие от вина у каждого человека.

Есть ещё один важный фактор, который нельзя упускать, — температура. Хорошо известно, что разная температура подачи вина меняет его сенсорное восприятие. Значит, если один глоток прохладнее, а другой теплее, уже нельзя объяснить всё различие посудой или ожиданиями. Это не означает, что какой-либо материал всегда сильнее охлаждает или нагревает напиток. Это лишь напоминает, что в повседневных сравнениях часто одновременно меняется несколько факторов.

Как посуда может изменить впечатление, не обязательно меняя само вино

1. **1. Вы видите посуду**

   Она пробуждает привычки и усвоенные ассоциации.

2. **2. Вы прикасаетесь к ней**

   Руки и губы ощущают край посуды и её жёсткость.

3. **3. Вы пьёте**

   Вместе воспринимаются вкус, ретроназальный аромат, температура и текстура.

4. **4. Вы оцениваете**

   Мозг объединяет эти сигналы с уже сложившимися ожиданиями.

Дело не в выборе между психологией и физиологией

Представление об этом явлении как о выборе между «психологическим» и «физиологическим» создаёт ложное противопоставление. Ожидания влияют на то, как мы оцениваем напиток, а посуда одновременно создаёт реальные физические стимулы: ощущение её жёсткости и температуры, а также края на губах. Мозг объединяет всё это со вкусом и ароматом. Иными словами,

психологическое не означает вымышленное, а физиологическое не означает лишённое интерпретации.

Имеющиеся данные хорошо объясняют механизмы, но не позволяют назначить им фиксированные доли. Мы не знаем, какая именно часть различий между хорошим винным бокалом, пластиковым стаканчиком, кружкой или стаканом для воды в конкретной ситуации связана с ожиданиями, прикосновениями, температурой или другими переменными. Нет оснований и для универсального рейтинга посуды. Ответственный подход — различать прямые данные, косвенные подтверждения и разумные гипотезы, не превращая личное предпочтение в общее правило.

На практике полезно разделять две вещи, которые часто смешивают: заметить различие и получить меньше удовольствия от вина. В повседневной посуде вино может восприниматься иначе, но при этом всё равно нравиться. Возможно и обратное: винный бокал может нравиться вам больше, но это не доказывает, что вне его вино как-то испортилось. Если хотите провести сравнение самостоятельно, используйте чистую посуду и наливайте одно и то же вино примерно одинаковой температуры. Так впечатления будет проще сопоставить, хотя полностью отделить все причины различий не получится.

Если хотите провести сравнение самостоятельно

- Наливайте одно и то же вино в чистую посуду.
- Постарайтесь, чтобы образцы были примерно одинаковой температуры.
- Отделяйте само различие в восприятии от того, стало ли вино нравиться меньше.
- Воспринимайте результат как личное наблюдение, а не универсальное правило.