
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ
СТАНДАРТ
РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р ИСО
5492—
2005

Органолептический анализ

СЛОВАРЬ

ISO 5492:1992
SENSORY ANALYSIS — VOCABULARY
(IDT)

Издание официальное



Москва
Стандартинформ
2007

Предисловие

Цели и принципы стандартизации в Российской Федерации установлены Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», а правила применения национальных стандартов Российской Федерации — ГОСТ Р 1.0—2004 «Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения»

Сведения о стандарте

1 ПОДГОТОВЛЕН Государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Московский государственный университет пищевых производств» на основе аутентичного перевода стандарта, указанного в пункте 4, который выполнен Государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Московский государственный университет пищевых производств»

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 335 «Методы испытаний агропромышленной продукции на безопасность»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 декабря 2005 г. № 491-ст

4 Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ИСО 5492:1992 «Органолептический анализ — Словарь» (ISO 5492:1992 «Sensory analysis — Vocabulary», IDT)

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

6 ПЕРЕИЗДАНИЕ. Май 2007 г.

Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты», а текст изменений и поправок — в ежемесячно издаваемых информационных указателях «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ежемесячно издаваемом информационном указателе «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте национального органа Российской Федерации по стандартизации в сети Интернет

© Стандартиформ, 2006

© Стандартиформ, 2007

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

| | |
|--|----|
| Область применения | 1 |
| 1 Общая терминология. | 1 |
| 2 Терминология, относящаяся к физиологии. | 3 |
| 3 Терминология, относящаяся к органолептическим характеристикам. | 4 |
| 4 Термины, связанные с методами органолептической оценки. | 8 |
| 5 Алфавитный указатель терминов на русском языке | 10 |
| 6 Алфавитный указатель терминов на английском языке | 13 |

Органолептический анализ

СЛОВАРЬ

Sensory analysis. Vocabulary

Дата введения — 2007—01—01

Область применения

В настоящем стандарте приведены термины, относящиеся к органолептическому анализу, и их значение.

Настоящий стандарт применим во всех областях промышленности, где используется органолептическая оценка продуктов с помощью органов чувств.

1 Общая терминология

1.1 сенсорный анализ (sensory analysis): Анализ с помощью органов чувств (высокоспецифических рецепторных органов), обеспечивающих организму получение информации об окружающей среде с помощью зрения, слуха, обоняния, вкуса, осязания, вестибулярной рецепции и интерорецепции.

1.2 органолептический анализ (organoleptic analysis): Сенсорный анализ продуктов, вкусовых и ароматических веществ с помощью обоняния, вкуса, зрения, осязания и слуха.

Примечание — Термин не является синонимом сенсорного анализа: его значение имеет ограничения по объекту исследования и числу органов чувств.

1.3 органолептика (organoleptica): Область науки, изучающая свойства готовых продуктов, их промежуточных форм и ингредиентов, вызывающих сенсорную реакцию человека.

1.4 органолептическая оценка (organoleptic assessment): Оценка ответной реакции органов чувств человека на свойство продукта как исследуемого объекта, определяемая с помощью качественных и количественных методов.

Примечание — Качественная оценка выражается с помощью словесных описаний (дескрипторов), а количественная, характеризующая интенсивность ощущения, — в числах (шкалах) или графически.

1.5 ощущение (sensation): Субъективная реакция на стимулирование (возбуждение) органов чувств.

1.6 стимул (stimulus): Раздражитель (стимулы бывают различных модальностей: световые, звуковые, механические, химические и т. д.), воздействующий на рецепторы.

1.7 испытатель (assessor): Лицо, привлекаемое для органолептического анализа.

1.7.1 неподготовленный испытатель (naive assessor): Лицо, выбранное для участия в органолептическом анализе без учета каких-либо критериев.

1.7.2 ознакомленный испытатель (initiated assessor): Лицо, которое уже принимало участие в органолептических исследованиях.

1.8 отобранный испытатель (selected assessor): Лицо, выбранное для участия в органолептическом анализе с учетом индивидуальной сенсорной чувствительности.

1.9 эксперт (expert): В широком смысле слова, это лицо, которое обладает соответствующими знаниями, опытом и компетенцией и дает заключение при рассмотрении какого-либо вопроса.

1.9.1 **эксперт-испытатель** (expert assessor): Отобранный испытатель, обладающий высокой сенсорной чувствительностью и опытом работы с методами органолептической оценки, способный проводить анализ различных продуктов с высокой степенью достоверности и воспроизводимости.

1.9.2 **специализированный эксперт** (specialized expert assessor): Эксперт-испытатель, обладающий опытом работы с каким-либо продуктом и/или знакомый с технологией производства данного продукта и/или маркетингом данного продукта, способный выполнить его органолептический анализ, оценить или спрогнозировать эффект от изменения состава сырья, рецептуры, условий производства, хранения, старения продукта и т. п.

1.10 **панель** (panel): Группа испытателей для органолептической оценки качества продукта или для изучения реакции человека на продукт.

1.11 **потребитель** (consumer): Лицо, потребляющее продукт.

1.12 **потребительские исследования** (consumers' research): Органолептические исследования с привлечением потребителей для оценки свойств нового продукта или традиционного, выпускаемого в нескольких вариантах и поступившего в продажу.

1.13 **дегустатор** (taster): Испытатель, отобранный испытатель или эксперт, оценивающий органолептические свойства пищевого продукта в основном в полости рта.

Примечание — Термин «дегустатор» не может использоваться в качестве синонима термина «испытатель».

1.14 **дегустация** (tasting): Органолептическая оценка пищевого продукта в полости рта.

1.15 **свойство, показатель, атрибут, параметр** (attribute): Ощущаемая характеристика.

1.16 **приемлемость** (acceptability): Свойство продукта, который по своим органолептическим показателям положительно принимается отдельными людьми или группой населения.

1.17 **принятие, одобрение** (acceptance): Действие, демонстрирующее мнение отдельного человека или группы населения о том, что данный продукт положительно отвечает их ожиданиям.

1.18 **предпочтение** (preference): Признание преимущества одного продукта в сравнении с другими.

1.19 **аверсия** (aversion): Крайне неприятное чувство, вызванное каким-либо воздействием, отвращение.

1.20 **различение** (discrimination): Количественное и/или качественное различие между двумя или несколькими стимулами.

1.21 **аппетит** (appetite): Физиологическое состояние человека, которое выражается в желании потреблять пищу и/или напитки.

1.22 **аппетитный** (appetizing): Свойство продукта вызывать у человека аппетит.

1.23 **вкусность, приятность** (palatability): Совокупность признаков продукта, делающих его желаемым для потребления.

Примечание — Термин «вкусность» не может использоваться в качестве синонима термина «флейвор».

1.24 **гедонический** (hedonic): Связанный с симпатией или антипатией к чему-либо.

1.25 **психофизика** (psychophysics): Наука, изучающая отношения между стимулами и ответными сенсорными реакциями.

1.26 **ольфактометрия** (olfactometry): Изучение обонятельной чувствительности человека.

1.27 **одориметрия** (odorimetry): Изучение свойств ароматических веществ.

1.28 **ольфактометр** (olfactometer): Прибор, используемый для изучения обонятельной чувствительности испытателей в воспроизводимых условиях.

1.29 **ароматическое вещество, одорант** (odorant): Любое вещество, способное вызывать обонятельные ощущения.

1.30 **качество** (quality): Совокупность признаков и характеристик продукта или услуги, которые позволяют удовлетворять выраженные или скрытые потребности.

1.31 **критерий качества** (quality factor): Параметр, выбранный среди прочих для общей оценки качества продукта.

1.32 **продукт** (product): Съедобное или несъедобное вещество, являющееся объектом органолептической оценки.

2 Терминология, относящаяся к физиологии

2.1 рецептор (receptor): Специализированные для восприятия определенного вида раздражения клетки или окончания нейрона, способные преобразовывать материальный носитель информации в электрический процесс — нервный импульс.

2.2 восприятие (perception): Непосредственное отражение свойств продукта в сознании, способность воспринимать, различать и усваивать информацию с помощью органов чувств.

2.3 вкус (taste): Ощущение, возникающее в результате взаимодействия различных растворенных химических веществ на рецепторы, отражающее свойства стимула и физиологические особенности индивида; чувство вкуса; характеристики продуктов, вызывающие вкусовые ощущения.

Примечание — Термин «вкус» не должен применяться для обозначения совокупности вкусовых, обонятельных и тактильных (тригеминальных) ощущений, которые могут объединяться под термином «флейвор» (см. 3.16). Если в повседневной речи термин употребляется именно в данном значении, то он обязательно должен сопровождаться определением, например: вкус плесени, малиновый вкус, вкус пробки.

2.4 вкусовой (gustatory): Относящийся к чувству вкуса.

2.5 обонятельный (olfactory): Относящийся к обонянию.

2.6 нюхать, чувствовать запах (to smell): Воспринимать или пытаться ощутить запах.

2.7 осязание (touch): Тактильное восприятие; распознавание характеристик формы и структуры продукта путем непосредственного контакта с кожей.

2.8 зрение (vision): Зрительное восприятие; установление различий окружающего мира путем восприятия глазом световых лучей видимой части спектра.

2.9 чувствительность (sensitivity): Способность органов чувств воспринимать, идентифицировать и/или дифференцировать качественно и/или количественно один или несколько стимулов.

2.10 интенсивность (intensity): Величина степени восприятия; количественная характеристика стимула, вызывающего восприятие.

2.11 кинестезия (kinaesthesia): Чувство положения тела и движения конечностей, а также ощущения усилий, силы и тяжести.

2.12 сенсорная адаптация (sensory adaptation): Временное изменение чувствительности органа чувств в результате продолжительного и/или повторяющегося воздействия стимула.

2.13 сенсорная усталость (sensory fatigue): Форма сенсорной адаптации, сопровождающаяся снижением чувствительности.

2.14 агевзия (ageusia): Отсутствие вкусовой чувствительности ко всем вкусовым веществам или же к одному веществу, или к группе веществ.

Примечание — Агевзия может быть постоянной или временной.

2.15 anosmia (anosmia): Отсутствие обонятельной чувствительности ко всем ароматическим веществам или же к одному веществу, или к группе веществ.

Примечание — Аносмия может быть постоянной или временной.

2.16 гиперосмия (hyperosmia): Необычно высокая обонятельная чувствительность ко всем ароматическим веществам или же к одному веществу, или к группе веществ.

2.17 гипосмия (hyposmia): Пониженная обонятельная чувствительность ко всем ароматическим веществам или же к одному веществу, или к группе веществ.

2.18 дихроматопсия (dyschromatopsia): Аномалия цветового зрительного восприятия, характеризующаяся отклонением по сравнению с нормальным наблюдателем.

2.19 псевдотермальный эффект (pseudo-thermal effect): Ощущения тепла или холода, вызываемые некоторыми веществами независимо от их температуры; например такие ощущения вызываются капсаицином (тепло) и ментолом (холод).

2.20 тригеминальные ощущения (trigeminal sensations): Раздражающие или агрессивные ощущения, воспринимаемые в полости рта или горле.

2.21 антагонизм (antagonism): Совместное действие двух или нескольких стимулов, которые вызывают более низкий уровень ощущений, чем если бы эти стимулы воздействовали по отдельности.

2.22 **синергизм** (synergism): Усиление интенсивности ощущений в результате совместного действия двух или более стимулов, превосходящее ожидаемое от простого сложения воздействий каждого отдельно взятого стимула.

2.23 **маскировка** (masking): Снижение интенсивности или изменение качества восприятия стимула из-за одновременного воздействия другого стимула.

2.24 **эффект контраста** (contrast effect): Повышение ответной реакции, основанное на различии двух одновременных или последовательных стимулов.

2.25 **эффект конвергенции** (convergence effect): Снижение ответной реакции, основанное на различии двух одновременных или последовательных стимулов.

2.26 **порог** (threshold): Термин «порог» всегда употребляется с качественным определением; см. 2.27—2.32.

2.27 **порог обнаружения, порог стимула** (detection threshold, stimulus threshold): Минимальная величина стимула, необходимая для возникновения ощущения; этот стимул может быть неидентифицированным.

2.28 **порог распознавания** (recognition threshold): Минимальная величина стимула, позволяющая качественно описать характер ощущения.

2.29 **дифференциальный порог** (difference threshold): Минимально различимое изменение интенсивности стимула.

2.30 **предельный порог, порог насыщения** (terminal threshold): Минимальная величина стимула, выше которой нет ощутимой разницы в интенсивности вызываемого им ощущения.

2.31 **подпороговый** (sub-threshold): Описывает стимул, который находится ниже рассматриваемого типа порога.

2.32 **надпороговый** (supra-threshold): Описывает стимул, который находится выше рассматриваемого типа порога.

3 Терминология, относящаяся к органолептическим характеристикам

3.1 **кислый (вкус)** (acid taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами большинства кислот (например, лимонная и винная кислоты); комплексное обонятельно-вкусовое ощущение, вызываемое в основном присутствием органических кислот.

3.2 **кислотность** (acidity): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, которое вызывает кислый вкус.

3.3 **кисловатый** (acidulous): Характеризует меньшую степень интенсивности вкуса кислого продукта.

3.4 **горький (вкус)** (bitter taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами химических веществ, таких как хинин и кофеин, а также некоторых алкалоидов.

3.5 **горечь** (bitterness): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих горький вкус.

3.6 **солёный (вкус)** (salty taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами химических веществ, таких как хлорид натрия.

3.7 **солёность** (saltiness): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих солёный вкус.

3.8 **сладкий (вкус)** (sweet taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами химических веществ, таких как сахароза.

3.9 **сладость** (sweetness): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих сладкий вкус.

3.10 **щелочной (вкус)** (alkaline taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами химических веществ, таких как бикарбонат натрия.

3.11 **щелочность** (alkalinity): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих щелочной вкус.

3.12 **вяжущий, терпкий (вкус)** (astringent, harsh taste): Характеризует комплексное ощущение, вызываемое сокращением слизистых поверхностей ротовой полости и возникающее от воздействия таких веществ, как танины.

3.13 **терпкость** (astringency): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих вяжущий вкус.

3.14 **металлический (вкус)** (metallic taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами химических веществ, таких как сульфат железа.

3.15 **умами (вкус)** (umami taste): Характеризует основной вкус, вызываемый водными растворами химических веществ, таких как глутамат натрия и нуклеотиды.

Примечание — Вещества, вызывающие «умами», интенсифицируют вкус пищевого продукта, усиливают некоторые его характеристики, такие как приятность, ощущение наполненности, совершенства вкуса. Впервые термин «умами» был предложен японцами и наиболее часто встречается в описании азиатской кухни (рыба, соевый соус).

3.16 **флейвор** (flavour): Комплексное ощущение в полости рта, вызываемое вкусом, запахом и текстурой пищевого продукта.

Примечание — На флейвор могут оказывать воздействие тактильные, термические, болевые и/или кинестезические ощущения.

3.17 **посторонний флейвор** (off-flavour): Нехарактерный флейвор, который обычно сопровождает порчу или изменение продукта.

3.18 **посторонний запах** (off-odour): Запах, имеющий нехарактерные для данного продукта нюансы (ноты) и вызванный его порчей или изменением.

3.19 **порок** (taint): несвойственные посторонние для данного продукта запах, вкус и/или флейвор.

3.20 **основной (базовый) вкус** (basic taste): Любой из характерных вкусов: кислый, горький, соленый, сладкий, щелочной, умами, металлический.

3.21 **безвкусный, пресный** (tasteless, flavourless): Продукт, не имеющий характерного вкуса и/или флейвора.

3.22 **слабый вкус** (insipid): Характеристика продукта с гораздо более низким уровнем характерного вкуса и/или флейвора, чем ожидается.

3.23 **нейтральный** (neutral): Продукт, у которого отсутствуют ярко выраженные вкусовые характеристики.

3.24 **плоский, невыразительный** (flat): Характеристика продукта, восприятие которого находится ниже ожидаемого органолептического уровня.

3.25 **усилитель вкуса и/или флейвора** (flavour enhancer): Вещество, вводимое в продукт для усиления характерного вкуса и/или флейвора, хотя само оно не обладает этим вкусом.

3.26 **послевкусие** (after-taste): Обонятельное и/или вкусовое ощущение, появляющееся после проглатывания или удаления продукта из полости рта, которое отличается от тех ощущений, которые воспринимались во время его нахождения в ротовой полости.

3.27 **стойкость** (persistence): Обонятельное и/или вкусовое ощущение, схожее с воспринимаемым во время нахождения продукта в ротовой полости, длительность которого можно измерить.

3.28 **запах** (odour): Органолептическая характеристика, воспринимаемая органом обоняния при вдыхании некоторых летучих ароматических веществ.

3.29 **аромат** (aroma): Приятный гармоничный запах.

3.30 **нюанс, нота** (note): Отличительная и характерная черта запаха или флейвора.

3.31 **посторонняя нота** (off-note): Нетипичная для продукта нота, ассоциирующаяся с его порчей или изменением.

3.32 **внешний вид** (appearance): Общее зрительное впечатление или совокупность видимых параметров продукта.

3.33 **консистенция** (consistency): Совокупность реологических характеристик продукта, воспринимаемых механическими и тактильными рецепторами.

3.34 **тело** (body): Богатство флейвора или впечатление насыщенности, даваемое продуктом.

3.35 **блеск** (shiny): Способность продукта отражать большую часть лучей, падающих на поверхность, в зависимости от гладкости.

3.36 **цвет** (colour): Впечатление, вызванное световым импульсом и определяемое доминирующей длиной световой волны и интенсивностью; свойство продуктов вызывать цветовое ощущение.

3.37 **оттенок, цветовой тон** (hue): Характеристика цвета, которая определяется длиной волны видимой части спектра.

3.38 **насыщенность цвета, колориметрическая чистота** (saturation of a colour): Комплексная величина, характеризующая чистоту цвета.

3.39 **яркость, интенсивность** (luminance): Величина, соответствующая «количеству цвета» по отношению к нейтральному серому в шкале от абсолютно черного до абсолютно белого.

3.40 **прозрачный** (transparent): Характеристика продукта, зависящая от степени пропускания световых лучей через данный продукт без искажения.

3.41 **полупрозрачный** (translucent): Характеристика продукта, зависящая от степени пропускания световых лучей через данный продукт с искажениями.

3.42 **матовый, непрозрачный** (opaque): Характеристика продукта, не способного пропускать через себя световые лучи.

3.43 **букет** (bouquet): Комплекс специфических обонятельных нюансов, характерных для какого-то типа продуктов (вино, алкогольные напитки и т. п.).

3.44 **обжигающий** (burning): Характеристика продукта, который вызывает ощущение тепла в полости рта (такой эффект, например, вызывает стручковый перец и перец-горошек).

3.45 **жгучий** (pungent): Характеристика продукта, который вызывает ощущение раздражения слизистых оболочек рта и носа (например, уксус, горчица).

3.46 **тактильные ротовые ощущения** (mouthfeel): Тактильные ощущения, воспринимаемые в ротовой полости, включая язык, десны, зубы.

3.47 **текстура** (texture): Совокупность механических, геометрических и поверхностных характеристик продукта, которые воспринимаются механическими, тактильными и там, где это возможно, визуальными и слуховыми рецепторами.

Механические характеристики определяют реакцию продукта на внешнее силовое воздействие. Они воспринимаются с помощью давления, оказываемого зубами, языком и небом при пережевывании пищи. К механическим параметрам относят твердость, сцепление частиц, вязкость, эластичность, клейкость и т. д.

Геометрические характеристики зависят от макроструктуры продукта и связаны с размером, формой и ориентацией составляющих текстуру частиц.

Поверхностные характеристики связаны с ощущениями, даваемыми присутствием воды или жиров в продукте.

3.48 **твердость** (hardness): Характеристика текстуры, связанная с усилием, необходимым для деформации продукта или проникновения в его структуру.

Во рту твердость воспринимается путем сдавливания продукта между зубами для твердых тел или между языком и небом — для полутвердых продуктов:

мягкий (soft): Низкая степень (домашний сыр, плавленый сыр);

плотный (firm): Средняя степень (оливки);

твердый (hard): Высокая степень (карамель).

3.49 **сцепление частиц** (cohesiveness): Характеристика текстуры, связанная со степенью деформации вещества перед разрывом. Это понятие объединяет следующие характеристики: хрупкость (см. 3.50) пережевываемость (см. 3.51) и клейкость (см. 3.52).

3.50 **хрупкость** (fracturability): Свойство текстуры, связанное со сцеплением частиц продукта, характеризуется усилием, необходимым для разрушения на частицы или кусочки, оценивается путем резкого нажатия передними зубами или пальцами:

рассыпчатый, рыхлый (crumbly): Низкая степень (пончик, пирожное);

хрустящий (хрумкий, сочный хруст) (crunchy): Средняя степень (яблоко, морковь);

хрупкий, ломкий (brittle): Высокая степень (крекер);

хрустящий (сухой хруст) (crispy): Высокая степень (картофельные чипсы, попкорн);

жесткий, с корочкой (crusty): Высокая степень (корочка свежего французского багета).

3.51 **пережевываемость** (chewiness): Характеристика текстуры, связанная со сцеплением, определяемая в зависимости от твердости или количества пережевываний, необходимых для превращения в готовый для проглатывания продукт:

нежный (tender): Низкая степень (молодой зеленый горошек);

требующий продолжительного жевания (chewy): Средняя степень (жевательная резинка);

жесткий (tough): Высокая степень (старая жесткая говядина, кожа свиного сала).

3.52 клейкость (gumminess): Характеристика текстуры, связанная со сцеплением мягкого продукта; она определяется в зависимости от усилия, которое необходимо приложить для размягчения продукта и его подготовки для проглатывания:

рассыпчатый, хрупкий (short): Слабая степень (бисквит, беже);

рыхлый, мучнистый (mealy, powdery): Средняя степень (некоторые сорта картофеля, отварная фасоль);

тестообразный, вязкий (pasty): Средняя степень (пюре из каштана);

клейкий, желатинообразный (gummy): Высокая степень (переваренные овсяные хлопья, пищевой желатин).

3.53 вязкость (viscosity): Характеристика текстуры, связанная с сопротивлением потоку; она соотносится с силой, которую нужно приложить, чтобы всосать расположенный в ложке продукт или нанести продукт на субстрат:

жидкий (fluid): Слабая степень (вода);

водянистый (thin): Средняя степень (соус);

маслянистый (unctuous): Средняя степень (свежая сметана, взбитые сливки);

вязкий (viscous): Высокая степень (сгущенка с сахаром, мед).

3.54 упругость, эластичность (springiness). Способность продукта возвращать первоначальную форму после прекращения нажима, не превышающего критического значения (предела эластичности), характеризуется:

1) скоростью восстановления исходных размеров продукта;

2) тем, каким образом деформируемый материал возвращается в исходное состояние:

пластичный (plastic): Эластичность/упругость отсутствует (маргарин);

тягучий, податливый (malleable): Средняя степень (зефир);

эластичный, упругий, резиноподобный (elastic; springy; rubbery): Высокая степень (кальмары, моллюски).

3.55 липкость, адгезионная способность (adhesiveness): Характеристика текстуры, обусловленная усилием, необходимым для преодоления силы притяжения между поверхностью продукта и языком, небом, зубами или руками:

клейкий (sticky): Слабая степень (зефир);

липкий (tacky): Средняя степень (мягкая карамель, сливочный ирис);

очень липкий, вязкий (gooey; gluey): Высокая степень (карамель, переваренный рис).

3.56 зернистость (granularity): Характеристика текстуры, определяемая ощущением размера и формы частиц продукта:

однородный или гомогенный (smooth): Зернистость отсутствует (мороженое);

порошкообразный, песчаный (gritty): Слабая степень (некоторые сорта груши);

гранулированный, зернистый (grainy): Средняя степень (манная крупа, крупка);

крупнозернистый, грубый (coarse): Высокая степень (отварной рис).

3.57 внутренняя структура (conformation): Характеристика текстуры, связанная с восприятием формы и ориентации составляющих частиц продукта:

волоконный (fibrous)— частицы удлиненной формы, ориентированные в одном направлении (сельдерей);

ячеистый (cellular): Частицы сферической или эллипсоидной формы (пульпа апельсина);

кристаллический (crystalline): Частицы с острыми углами (сахарный песок).

3.58 влажность (moisture): Характеристика текстуры, оценивающая восприятие количества поглощенной или выделяемой продуктом влаги:

сухой (dry): Отсутствие влажности (сухое печенье, крекер);

влажный (moist): Слабая степень (яблоко);

мокрый (wet): Высокая степень (водяной каштан, устрицы);

сочный (juicy): Высокая степень (апельсин);

сочный, мясистый (succulent): Высокая степень (мясо);

водянистый (watery): Продукт, воспринимаемый почти как жидкость (арбуз).

3.59 жирность (fatness): Характеристика текстуры, оценивающая восприятие количества или качества жировых веществ, содержащихся в продукте:

маслянистый (oily): Ощущение пропитанности маслом (салат, заправленный маслом);

жирный (greasy): Ощущение жира на поверхности (бекон, чипсы);

салистый (fatty): Ощущение большого количества жира, но без выделения на поверхность (сало, твердый животный жир).

4 Термины, связанные с методами органолептической оценки

- 4.1 **тестируемый образец** (test sample): Образец материала для исследования.
- 4.2 **тестируемая порция** (test portion): Часть тестируемого образца, которая непосредственно пробуете испытателем.
- 4.3 **контрольная точка** (reference point): Выбранная величина (одной или нескольких характеристик продукта), с которой сравниваются тестируемые образцы.
- 4.4 **контрольный образец** (control): Образец продукта, который используется в качестве контрольного для сравнения с ним других образцов.
- 4.5 **эталон, стандарт** (reference): Вещество, отличное от тестируемого продукта и используемое для определения характеристик и степени данного свойства.
- 4.6 **различительный метод** (difference test): Любой метод, где применяется сравнение образцов.
- 4.7 **метод предпочтения** (preference test): Метод, позволяющий выявить предпочтение между двумя или несколькими образцами.
- 4.8 **метод парного сравнения** (paired comparison test): Различительный метод, где стимулы представлены парами для их сравнения на основе определенных характеристик.
- 4.9 **триангулярный метод, метод треугольника** (triangle test): Различительный метод выбора отличающегося образца из трех закодированных образцов, два из которых идентичны. Испытателю предлагается определить образец, отличный от других.
- 4.10 **метод «дуо-трио»** («duo-trio» test): Различительный метод, в котором контрольная проба представляется первой, затем следуют два исследуемых образца, один из которых — искомый и отличается от контрольного.
- 4.11 **метод «два из пяти»** («two-out-of-five» test): Различительный метод отбора двух искомым образцов из пяти закодированных, три из которых идентичны одному образцу, а два — другому образцу. Испытателю предлагается разделить одинаковые образцы на две соответствующие группы.
- 4.12 **метод «А-не-А»** («А» or «not А» test): Различительный метод, в котором испытателю после предварительного ознакомления с контрольным образцом «А» предлагается определить, какие из представленных образцов идентичны контрольному «А», а какие отличны — «не А».
- 4.13 **методы классификации** (grading): Общий термин, объединяющий методы с использованием шкал и категорий, описанные в 4.14 и 4.17.
- 4.14 **ранговый метод** (ranking): Метод классификации, в котором серия образцов располагается в порядке возрастания или снижения интенсивности оцениваемого признака. В данном методе не требуется определения степени отличий.
- 4.15 **метод распределения, метод группировки** (classification): Метод классификации, основанный на распределении образцов по определенным условным категориям.
- 4.16 **метод шкал, рейтинговый метод** (rating): Метод классификации, заключающийся в количественной оценке интенсивности отдельно выбранных описательных характеристик продукта с помощью цифровых порядковых шкал.
- 4.17 **метод «скоринг», балльный метод (scoring)**: Метод классификации, основанный на оценке продукта или его свойств с помощью баллов (имеющих математическую значимость).
- 4.18 **метод разведений** (dilution): Методика, основанная на количественной оценке изменения интенсивности органолептических характеристик продукта в зависимости от степени разведения проб водой, причем образцы предлагаются в порядке их последовательного ступенчатого разбавления, после чего они исследуются по сериям.
- 4.19 **отбор** (screening): Процедура предварительного отбора.
- 4.20 **поиск эквивалента, подбор** (matching): Процедура, позволяющая связывать попарно стимулы и применяемая для определения степени схожести между эталоном и неизвестным образцом или между неизвестными пробами.
- 4.21 **объективный метод** (objective method): Любой метод, где личностные суждения испытателей сведены к минимуму.
- 4.22 **субъективный метод** (subjective method): Любой метод, где учитываются личностные суждения испытателей.

- 4.23 **метод оценки значимости** (magnitude estimation): Процесс присвоения определенного значения интенсивности органолептической характеристики таким образом, чтобы соотношение между данным значением и восприятием испытуемого было одинаковым.
- 4.24 **независимая оценка** (independent assessment): Оценка одного или нескольких стимулов без прямого сравнения.
- 4.25 **сравнительная оценка** (comparative assessment): Одновременное сравнение стимулов.
- 4.26 **описательный количественный анализ, профиль** (descriptive quantitative analysis; profile): Использование описательных терминов для оценки органолептических характеристик образца или определения степени интенсивности каждой из этих характеристик.
- 4.27 **шкала** (scale): Упорядоченная совокупность последовательных величин (графическая, описательная или числовая), используемая для отражения уровня органолептической характеристики.
- 4.28 **гедоническая шкала** (hedonice scale): Шкала, отражающая степень симпатии или антипатии к продукту.
- 4.29 **биполярная шкала** (bipolar scale): Шкала, которая имеет противоположные описательные характеристики на двух ее оконечностях (например шкала текстуры продукта, идущая от твердого к мягкому).
- 4.30 **однополярная шкала** (unipolar scale): Шкала, имеющая только одну описательную характеристику на одной из оконечностей.
- 4.31 **ординарная шкала** (ordinal scale): Шкала, в которой точки расположены в непрерывной последовательности или в соответствии с установленной ранее последовательностью.
- 4.32 **интервальная шкала** (interval scale): Шкала, для которой точки выбираются из предположения, что равные цифровые интервалы соответствуют равным различиям установленных сенсорных восприятий.
- 4.33 **шкала соотношений** (ratio scale): Шкала, в которой точки выбираются из предположения, что равные цифровые соотношения отвечают равным соотношениям сенсорных впечатлений.
- 4.34 **ошибка** (error of assessment): Различие между полученной величиной (оценкой) и действительной величиной.
- 4.35 **случайная ошибка** (random error): Непредвиденные ошибки, среднее арифметическое которых равно нулю.
- 4.36 **погрешность** (bias): Ошибка систематического характера, которая может быть положительной или отрицательной.
- 4.37 **ожидаемая погрешность** (expectation bias): Систематическая ошибка, возникающая из-за предвзятости или заранее сложившегося мнения испытуемого.
- 4.38 **истинное значение** (true value): Частное значение, которое предполагают оценить.
- 4.39 **стандартные источники света** (standart illuminants): Колориметрические источники света, соответствующие гамме искусственных или натуральных лучей, определенных Международной комиссией по освещению (CIE).

Алфавитный указатель терминов на русском языке

| | |
|------------------------------------|------------|
| аверсия | 1.19 |
| агевзия | 2.14 |
| адаптация сенсорная | 2.12 |
| анализ сенсорный | 1.1 |
| анализ описательный количественный | 4.26 |
| анализ органолептический | 1.2 |
| аносмия | 2.15 |
| антагонизм | 2.21 |
| аппетит | 1.21 |
| аппетитный | 1.22 |
| аромат | 3.29 |
| атрибут | 1.15 |
| безвкусный | 3.21 |
| блеск | 3.35 |
| букет | 3.43 |
| вещество ароматическое | 1.29 |
| вид внешний | 3.32 |
| вкус | 2.3 |
| вкус базовый | 3.20 |
| вкусоность | 1.23 |
| вкусовой | 2.4 |
| вкус основной | 3.20 |
| влажность | 3.58 |
| восприятие | 2.2 |
| вяжущий (вкус) | 3.12 |
| вязкость | 3.53 |
| гедонический | 1.24 |
| гиперосмия | 2.16 |
| гипосмия | 2.17 |
| горечь | 3.5 |
| горький (вкус) | 3.4 |
| дегустатор | 1.13 |
| дегустация | 1.14 |
| дихроматопсия | 2.18 |
| жгучий | 3.45 |
| жирность | 3.59 |
| запах | 3.29 |
| запах посторонний | 3.18 |
| зернистость | 3.56 |
| значение истинное | 4.38 |
| зрение | 2.8 |
| интенсивность | 2.10, 3.39 |
| испытатель | 1.7 |
| испытатель неподготовленный | 1.7.1 |
| испытатель ознакомленный | 1.7.2 |
| испытатель отобранный | 1.8 |
| исследования потребительские | 1.12 |
| источники света стандартные | 4.39 |
| качество | 1.30 |
| кинестезия | 2.11 |
| кисловатый | 3.3 |
| кислотность | 3.2 |
| кислый (вкус) | 3.1 |
| клейкость | 3.52 |

| | |
|-----------------------------|------|
| консистенция | 3.33 |
| критерий качества | 1.31 |
| липкость | 3.55 |
| маскировка | 2.23 |
| матовый | 3.42 |
| металлический (вкус) | 3.14 |
| метод «А-не-А» | 4.12 |
| метод балльный | 4.17 |
| метод группировки | 4.15 |
| метод «два из пяти» | 4.11 |
| метод «дуо-трио» | 4.10 |
| метод объективный | 4.21 |
| метод оценки значимости | 4.23 |
| метод парного сравнения | 4.8 |
| метод предпочтения | 4.7 |
| метод разведений | 4.18 |
| метод различительный | 4.6 |
| метод ранговый | 4.14 |
| метод распределения | 4.15 |
| метод рейтинговый | 4.16 |
| метод «скоринг» | 4.17 |
| метод субъективный | 4.22 |
| метод треугольника | 4.9 |
| метод треугольный | 4.9 |
| метод шкал | 4.16 |
| методы классификации | 4.13 |
| надпороговый | 2.32 |
| насыщенность цвета | 3.38 |
| невывраженный | 3.24 |
| нейтральный | 3.23 |
| непрозрачный | 3.42 |
| нота | 3.30 |
| нота посторонняя | 3.31 |
| нюанс | 3.30 |
| нюхать | 2.6 |
| обжигающий | 3.44 |
| обонятельный | 2.5 |
| образец контрольный | 4.4 |
| образец тестируемый | 4.1 |
| одобрение | 1.17 |
| одорант | 1.29 |
| одориметрия | 1.27 |
| ольфактометр | 1.28 |
| ольфактометрия | 1.26 |
| органолептика | 1.3 |
| осязание | 2.7 |
| отбор | 4.19 |
| оттенок | 3.37 |
| оценка независимая | 4.24 |
| оценка органолептическая | 1.4 |
| оценка сравнительная | 4.25 |
| ошибка | 4.34 |
| ошибка случайная | 4.35 |
| ощущение | 1.5 |
| ощущения тактильные ротовые | 3.46 |
| ощущения тригеминальные | 2.20 |
| панель | 1.10 |

| | |
|-------------------------|------|
| параметр | 1.15 |
| пережевываемость | 3.51 |
| плоский | 3.24 |
| погрешность | 4.36 |
| погрешность ожидаемая | 4.37 |
| подбор | 4.20 |
| подпороговый | 2.31 |
| поиск эквивалента | 4.20 |
| показатель | 1.15 |
| полупрозрачный | 3.41 |
| порог | 2.26 |
| порог дифференциальный | 2.29 |
| порог насыщения | 2.30 |
| порог обнаружения | 2.27 |
| порог предельный | 2.30 |
| порог распознавания | 2.28 |
| порог стимула | 2.27 |
| порок | 3.19 |
| порция тестируемая | 4.2 |
| послевкусие | 3.26 |
| потребитель | 1.11 |
| предпочтение | 1.18 |
| пресный | 3.21 |
| приемлемость | 1.16 |
| принятие | 1.17 |
| приятность | 1.23 |
| продукт | 1.32 |
| прозрачный | 3.40 |
| профиль | 4.26 |
| психофизика | 1.25 |
| различение | 1.20 |
| рецептор | 2.1 |
| свойство | 1.15 |
| синергизм | 2.22 |
| слабый вкус | 3.22 |
| сладкий (вкус) | 3.8 |
| сладость | 3.9 |
| соленость | 3.7 |
| соленый (вкус) | 3.6 |
| способность адгезионная | 3.55 |
| структура внутренняя | 3.57 |
| стандарт | 4.5 |
| стимул | 1.6 |
| стойкость | 3.27 |
| сцепление частиц | 3.49 |
| твердость | 3.48 |
| текстура | 3.47 |
| тело | 3.34 |
| терпкий (вкус) | 3.12 |
| терпкость | 3.13 |
| тон цветовой | 3.37 |
| точка контрольная | 4.3 |
| умами (вкус) | 3.15 |
| упругость | 3.54 |
| усилитель вкуса | 3.25 |
| усилитель флейвора | 3.25 |
| усталость сенсорная | 2.13 |

| | |
|----------------------------|-------|
| флейвор | 3.16 |
| флейвор посторонний | 3.17 |
| хрупкость | 3.50 |
| цвет | 3.36 |
| чистота колориметрическая | 3.38 |
| чувствительность | 2.9 |
| чувствовать запах | 2.6 |
| шкала | 4.27 |
| шкала биполярная | 4.29 |
| шкала гедоническая | 4.28 |
| шкала интервальная | 4.32 |
| шкала однополярная | 4.30 |
| шкала ординарная | 4.31 |
| шкала соотношений | 4.33 |
| щелочной (вкус) | 3.10 |
| щелочность | 3.11 |
| эксперт | 1.9 |
| эксперт-испытатель | 1.9.1 |
| эксперт специализированный | 1.9.2 |
| эластичность | 3.54 |
| эталон | 4.5 |
| эффект конвергенции | 2.25 |
| эффект контраста | 2.24 |
| эффект псевдотермальный | 2.19 |
| яркость | 3.39 |

Алфавитный указатель терминов на английском языке

| | |
|---------------------|------|
| adhesiveness | 3.55 |
| acceptability | 1.16 |
| acceptance | 1.17 |
| acid taste | 3.1 |
| acidulous | 3.3 |
| after-taste | 3.26 |
| ageusia | 2.14 |
| alkaline taste | 3.10 |
| alkalinity | 3.11 |
| anosmia | 2.15 |
| antagonism | 2.21 |
| «A» or «not A» test | 4.12 |
| appearance | 3.32 |
| appetite | 1.21 |
| appetizing | 1.22 |
| aroma | 3.29 |
| acidity | 3.2 |
| assessor | 1.7 |
| astringency | 3.13 |
| astringent | 3.12 |
| attribute | 1.15 |
| aversion | 1.19 |
| basic taste | 3.20 |
| betterness | 3.5 |
| bias | 4.36 |
| bipolar scale | 4.29 |
| bitter taste | 3.4 |
| body | 3.34 |

| | |
|-----------------------------------|-------|
| bouquet | 3.43 |
| burning | 3.44 |
| chewiness | 3.51 |
| classification | 4.15 |
| cohesiveness | 3.49 |
| colour | 3.36 |
| comparative assessment | 4.25 |
| conformation | 3.57 |
| consistency | 3.33 |
| consumer | 1.11 |
| consumers' research | 1.12 |
| contrast effect | 2.24 |
| control | 4.4 |
| convergence effect | 2.25 |
| descriptive quantitative analysis | 4.26 |
| detection threshold | 2.27 |
| difference threshold | 2.29 |
| differe test | 4.6 |
| dilution | 4.18 |
| discrimination | 1.20 |
| «duo-trio» test | 4.10 |
| dyschromatopsia | 2.18 |
| error of assessment | 4.34 |
| expectation bias | 4.37 |
| expert | 1.9 |
| expert assessor | 1.9.1 |
| fatness | 3.59 |
| flat | 3.24 |
| flavour | 3.16 |
| flavour enhancer | 3.25 |
| flavourless | 3.21 |
| fracturability | 3.50 |
| grading | 4.13 |
| granularity | 3.56 |
| gumminess | 3.52 |
| gustatory | 2.4 |
| hardness | 3.48 |
| harsh taste | 3.12 |
| hedonic | 1.24 |
| hedonice scale | 4.28 |
| hue | 3.37 |
| hyperosmia | 2.16 |
| hyposmia | 2.17 |
| independent assessment | 4.24 |
| initiated assessor | 1.7.2 |
| insipid | 3.22 |
| intensity | 2.10 |
| interval scale | 4.32 |
| kinaesthesia | 2.11 |
| luminance | 3.39 |
| magnitude estimation | 4.23 |
| masking | 2.23 |
| matching | 4.20 |
| metallic taste | 3.14 |
| moisture | 3.58 |
| mouthfeel | 3.46 |
| naive assessor | 1.7.1 |
| neutral | 3.23 |

| | |
|-----------------------------|-------|
| note | 3.30 |
| objective method | 4.21 |
| odorant | 1.29 |
| odometry | 1.27 |
| odour | 3.28 |
| off-flavour | 3.17 |
| off-note | 3.31 |
| off-odour | 3.18 |
| olfactometer | 1.28 |
| olfactometry | 1.26 |
| olfactory | 2.5 |
| opaque | 3.42 |
| ordinal scale | 4.31 |
| organoleptica | 1.3 |
| organoleptic analysis | 1.2 |
| organoleptic assessment | 1.4 |
| paired comparison test | 4.8 |
| palatability | 1.23 |
| panel | 1.10 |
| perception | 2.2 |
| persistence | 3.27 |
| preference | 1.18 |
| preference test | 4.7 |
| product | 1.32 |
| profile | 4.26 |
| pseudothermal effect | 2.19 |
| psychophysics | 1.25 |
| pungent | 3.45 |
| quality | 1.30 |
| quality factor | 1.31 |
| random error | 4.35 |
| ranking | 4.14 |
| rating | 4.16 |
| ratio scale | 4.33 |
| receptor | 2.1 |
| recognition threshold | 2.28 |
| reference | 4.5 |
| reference point | 4.3 |
| saltiness | 3.7 |
| salty taste | 3.6 |
| saturation of a colour | 3.38 |
| scale | 4.27 |
| scoring | 4.17 |
| screening | 4.19 |
| selected assessor | 1.8 |
| sensation | 1.5 |
| sensitivity | 2.9 |
| sensory adaptation | 2.12 |
| sensory analysis | 1.1 |
| sensory fatigue | 2.13 |
| shiny | 3.35 |
| specialized expert assessor | 1.9.2 |
| springiness | 3.54 |
| standart illuminants | 4.39 |
| stimulus | 1.6 |
| stimulus threshold | 2.27 |
| sweetness | 3.9 |
| sweet taste | 3.8 |

ГОСТ Р ИСО 5492—2005

| | |
|------------------------|------|
| subjective method | 4.22 |
| supra-threshold | 2.32 |
| sub-threshold | 2.31 |
| synergism | 2.22 |
| taint | 3.19 |
| taste | 2.3 |
| tasteless | 3.21 |
| taster | 1.13 |
| tasting | 1.14 |
| terminal threshold | 2.30 |
| test portion | 4.2 |
| test sample | 4.1 |
| texture | 3.47 |
| threshold | 2.26 |
| to smell | 2.6 |
| touch | 2.7 |
| translucent | 3.41 |
| transparent | 3.40 |
| triangle test | 4.9 |
| trigeminal sensations | 2.20 |
| true value | 4.38 |
| «two-out-of five» test | 4.11 |
| umami taste | 3.15 |
| unipolar scale | 4.30 |
| viscosity | 3.53 |
| vision | 2.8 |

УДК 633.11:006.364

ОКС 67.240

Н91

ОКП 98 8000

Ключевые слова: органолептические испытания, пищевые продукты, словарь, сельскохозяйственные продукты

Редактор *Р.Г. Говардовская*
Технический редактор *О.Н. Власова*
Корректор *В.Е. Нестерова*
Компьютерная верстка *Л.А. Круговой*

Подписано в печать 14.05.2007. Формат 60 × 84 $\frac{1}{8}$. Бумага офсетная. Гарнитура Ариал. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 2,32. Уч.-изд. л. 1,95. Тираж 183 экз. Зак. 441. С 4052.

ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
www.gostinfo.ru info@gostinfo.ru
Набрано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» на ПЭВМ.
Отпечатано в филиале ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» — тип. «Московский печатник», 105062 Москва, Лялин пер., 8.