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

gost.e-ecolog.ru

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

© Стандартинформ, 2006
© Стандартинформ, 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

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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.

Издание официальное

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** (kinaesthesis): 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 **аносмия** (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** (pseudothermal effect): Ощущения тепла или холода, вызываемые некоторыми веществами независимо от их температуры; например такие ощущения вызываются капсацином (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 **кислость** (asidity): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, которое вызывает кислый вкус.

3.3 **кисловатый** (aciduious): 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** (betterness): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих горький вкус.

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

3.7 **соленость** (saltiness): Органолептическое свойство индивидуальных веществ или смесей, вызывающих соленый 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** (inspirid). 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, кожица 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, безе);

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, песчанистый (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:

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

ячеистый (celluar): Частицы сферической или эллипсовидной 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 пробуется 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 отличен от контрольного.

4.11 **метод «два из пяти»** («two-out-of-five» test): Различительный метод отбора двух искомых 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 незнакомым 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 испытателя 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 испытателя.

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
вкусность	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
кислость	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 триангулярный	4.9
метод шкал	4.16
методы классификации	4.13
надпороговый	2.32
насыщенность цвета	3.38
невыразительный	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
asidity 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
inspirid	3.22
intensity	2.10
interval scale	4.32
kinaesthesis	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
odorimetry	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

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. Говердовская*
Технический редактор *О.Н. Власова*
Корректор *В.Е. Нестерова*
Компьютерная верстка *Л.А. Круговой*

Подписано в печать 14.05.2007. Формат 60 × 84 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.

gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

Набрано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» на ПЭВМ.
Отпечатано в филиале ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ» — тип. «Московский печатник», 105062 Москва, Лялин пер., 6.

gost.e-ecolog.ru