


Антон Обрезчиков

# ОЧЕНЬ СТРАШНОЕ — ВИНО

Все, что  
вы хотели знать  
о вине,  
но боялись

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО  
Москва

УДК 663.21  
ББК 36.87  
0-24

Во внутреннем оформлении использованы фотографии:  
Serbinka, Artur Ch/ Shutterstock / FOTODOM  
Используется по лицензии от Shutterstock / FOTODOM

**Обрезчиков, Антон Владимирович.**

0-24      Очень страшное вино : все, что вы хотели знать о вине, но боялись / Антон Обрезчиков. — Москва : Эксмо, 2025. — 272 с. : цв. ил. — (Вина и напитки мира).

ISBN 978-5-04-104650-7

Вино кажется вам сложным напитком для снобов, разобраться в котором черт ногу сломит? Так и есть!

Долгое время к вину и правда относились, как к тесту «свой — чужой», отсеивая несведущих и недостаточно обеспеченных. Но есть две хорошие новости. Первая: такой ценз есть почти в каждой теме, от ИТ до коллекционирования монет. Вторая: с приходом новых поколений старый подход к вину изменился.

Подход изменился, но страхи остались. «Я ничего не знаю о вине!», «Ну и где тут аромат красных ягод?», «А вот эта бутылка за полторы тысячи — о'кей или не о'кей?»...

Эта книга развеет все страхи. Профессиональный сомелье и винный журналист Антон Обрезчиков разберет по косточкам все, что пугает в вине неофита, и даст полезные инструкции, как действовать. Почти психотерапия, но только про вино!

УДК 663.21  
ББК 36.87

ISBN 978-5-04-104650-7

© А. Обрезчиков, текст, 2025  
© Н. Авраменко, иллюстрации, 2025  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2025

# СОДЕРЖАНИЕ



<b>Предисловие</b>	с. 5
<b>ГЛАВА 1.</b> Новая культура	с. 6
<b>ГЛАВА 2. СТРАХ НОМЕР ОДИН</b> Я ничего не знаю о вине!	с. 20
<b>ГЛАВА 3. СТРАХ НИЧЕГО НЕ ПОНЯТЬ</b> Учимся дегустировать	с. 52
<b>ГЛАВА 4. СТРАХ ПЕРЕД ВИННОЙ ПОЛКОЙ</b> Идем в магазин	с. 74
<b>ГЛАВА 5. СТРАХ РАЗРУШИТЬ ГАРМОНИЮ</b> Разбираемся с принципами фудпейринга	с. 104
<b>ГЛАВА 6. СТРАХ ЗАБЛУДИТЬСЯ</b> Краткий курс ориентации по винной карте	с. 122
<b>ГЛАВА 7. КУДА ПРИВОДЯТ СТРАХИ</b> Бросаем ресторан и идем в винный бар	с. 134

<b>ГЛАВА 8. СТРАХ ПЕРЕД ПРОФЕССИОНАЛОМ</b> Анатомия сомелье	с. 142
<b>ГЛАВА 9. СТРАХ ПЕРЕД «ХИМИЕЙ»</b> Разбираемся в тренде на натуральное	с. 164
<b>ГЛАВА 10. СТРАХ «ТРЕХ ТОПОРОВ»</b> ...и сладких вин	с. 180
<b>ГЛАВА 11. СТРАХ ПЕРЕД РОЗЕ</b> и другими меньшинствами — долой клише	с. 200
<b>ГЛАВА 12. СТРАХ ПУЗЫРЬКОВ</b> Можно ли убиться пробкой из-под шампанского?	с. 218
<b>ГЛАВА 13. СТРАХ ПОТЕРЯТЬ</b> Храним вино, чтобы не портилось	с. 240
<b>ГЛАВА 14. ГЛАВА О САМОМ СТРАШНОМ</b> Предупрежден, значит вооружен	с. 254
<b>Послесловие</b>	с. 268



# ПРЕДИСЛОВИЕ

Эта книга не справочник терминов. В мире вина есть огромное количество людей, которые считают справочники мерилom всего, а зубрежку — панацеей, но эта книга точно не об этом. Она и не про технологию производства вина, и тем более не о выращивании винограда: учат этому в университетах.

О чем же мы тогда здесь будем говорить? О том, что винная культура многообразна, о том, что вино — это не только вино, но и ключ к очень многим интересным вещам. Правда, прежде чем пробиться к ним, придется столкнуться с собственными страхами. Какими? Не слишком значительными с общечеловеческой точки зрения, но вполне способными отравить жизнь в определенные моменты: всегда есть шанс выбрать не ту бутылку по поводу, не понять разницу между сортами винограда, между дешевым вином и дорогим, сказать глупость в компании более искушенных в предмете. А каких нервов могут стоить все эти «нотки» и «нюансы», которые вы должны были заметить, делая глоток? Но все это не так страшно. Если вам и вправду интересно вино — препятствий не существует, а с вашими страхами мы разберемся на этих страницах. Главное — не злоупотреблять по дороге.



ТАБА 1

ХОБА 9

# Куньтыра





«Я не чувствую всех этих долбанных фруктовых нот!», «О господи, зачем мне вращать бокал, я же обольюсь», «У меня губы от этого вина фиолетовые, я выгляжу как дура, что он обо мне подумает?», «Жюра? Твою мать, где это вообще? Или правильно говорить «Юра»\*? Гагарин?», «Ох, как же я ненавижу всех этих снобов с их напыщенными эпитетами. Но пахнет из бокала вкусно, согласен».

Этих и других камней преткновения на пути знакомства с вином очень много. Новичку сложно бывает понять, чем вина из одного и того же сорта винограда кардинально отличаются друг от друга и тем более почему одно стоит в несколько раз дороже похожего.

Вопросы копятся, и самое логичное, что приходит в голову, — обратиться за ответами сначала к интернету, а потом — в комьюнити. И с чем же сталкивается новичок, попав в эту среду? Ожидание, что тебя берут под руки и любезно рассказывают что к чему, — более вероятная реальность: ты оказываешься в атмосфере с рабочим названием «Добро пожаловать отсюда». Попытки рассказать или что-то спросить о недавно купленном вине раз-

---

\* Как все-таки правильно говорить, а также другую важную информацию, можно прочитать в главе 8.

бываются о стену из людей с разной степенью профессиональной погруженности (а иногда и вовсе без нее).

Здесь важно сказать, что такое **замкнутое комьюнити — случай частый**. Так бывает не только в вине, но и в искусстве, конечно же, в IT и даже на собраниях клуба сантехников. Эти люди тщательно сторожат зону собственного знания и не очень рады неопитам. Да чего уж там, они просто смеются над твоим любимым пино гри по акции. И с какой же, собственно, стати? Что это за снобы такие?

## ЭЛИТАРНЫЙ СНОБ — ПРИВЕТ ИЗ СТАРОГО МИРА

**В**инные снобы примерно одинаковы во всем мире, по крайней мере, с точки зрения начинающего: многозначительно вращающие бокалами, говорящие на своем птичьем языке, иногда настолько непонятном, что хочется передразнить эти странные словечки для описания ароматов — всяческие «оттенки свежевспоротого брющка кролика» и «нюансы каминной полки». Откуда все это взялось?

Отметим сразу: мы не говорим о снобизме в общем понимании слова, нас интересует лишь конфессия винных снобов. Хотя при ближайшем рассмотрении оказывается, что одно происходит из другого. **В основе оригинальной, европейской модели поведения этого персонажа исторически стоят сугубо практические вещи**, также растущие из классовой разницы и связанного с ней желания — если не быть, то казаться. Какие? Прежде всего опыт покупки вина впрок — традиция, восходящая еще к тем временам, когда вино покупали в собственный погреб на выдерж-



ку, в том числе и бочками, еще из погреба винодельни. Казалось бы, при чем здесь закупки?

Все довольно просто: когда вы покупаете что-то часто и помногу, вы волей-неволей начинаете в этом разбираться.

Помножьте это на классовую, сословную или региональную разницу — вот вам и снобизм, то есть кодифицированная система «свой-чужой».

В случае с отечественным снобом в качестве первоисточника снобизма выступает не столько классовое сознание, сколько травма от разницы между советским и постсоветским. Некоторые вина в СССР были прекрасны и соответствовали топовому мировому уровню, но традиция винопития в Советском Союзе всегда была больше про массовые вина, мы поговорим об этом в главах про крепленые и игристые. Хорошие вина, которые пришли потом, оказались на них совершенно непохожи. Многие из снобов старой школы с ностальгией вспоминают эпоху второй половины 90-х и «нулевые»: «лучшие вина мира» — Бордо, Бургундия, топовые итальянские винодельни — стоили тогда совсем по-другому, а людей, которые во все это въезжали, было в разы меньше. Любой из ресторанов Аркадия Новикова (ну или любого другого уважаемого ресторатора первой российской волны в этом бизнесе) из нулевых содержал в штате сомелье, у

которого был винный холодильник, под завязку набитый самыми знаковыми бутылками, не столько винами, сколько символами. Но потом многое изменилось. Например, цены на вина категории Grand Cru (с. 76) изрядно выросли во всем мире. Или же рейтинговая оценка вин (с. 59), которая находилась на вершине тогдашней ценностной пирамиды и которая поломалась вместе с традиционными медиа, частью которых она, конечно же, была изначально. Ну и мода тоже, конечно, поменялась — тяжелые вина-блокбастеры перестали производить то впечатление, ради которого их делали.

В основе современной винной культуры лежат совсем другие предпочтения и в плане вин, и в плане потребления. **Новая модель оказалась куда более разнообразной и открытой.** Тем фактом, что классические вина вознеслись на недостижимую для простых смертных высоту, с успехом воспользовалась целая когорта виноделов, как имевших другие взгляды на то, каким должно быть хорошее вино, так и просто представляющих достойные, но не слишком популярные прежде винные регионы. Так или иначе, вина новой волны нашли себе потребителя:

- а)** не слишком готового переплачивать за культовый статус вин;
- б)** обладающего более подвижным сознанием;
- в)** для которого поколенческая разница тоже сыграла свою роль.

В России дополнительную роль сыграло появление нового поколения местных виноделов, что решило проблему языкового барьера, весьма оживив картинку для нового поколения интересующихся вином.

Изменился и способ коммуникации: фестивали, каналы в соцсетях, дегустационные клубы разной степени продвинутости. В нашей стране не последнюю роль в этих изменениях сыграло становление сегмента нового русского вина, говорить о котором стало возможным без филологических мучений. Довершила размежевание разница в понимании того, что такое комфортное пространство для выпивания. Так оказался востребованным концепт винного бара, в котором ты можешь просто выпить вина, поговорить, да и вообще делать все, что захочется. Так вино стало более открытым. И более модным тоже, со всеми вытекающими отсюда признаками. А что же стало с приверженцами прежних винных ценностей? Возможно, когда вы думаете о винном снобе, вы что-то такое себе и представляете. Давайте не будем судить их строго, у нас есть и другие варианты знакомства с винной культурой.

## ПОП-ФОРМАТ

**Н**овый винный бизнес имеет много общего с поп-культурой. Красноречивый пример, перевернувший восприятие вина у целого поколения, — американский проект Wine Folly. Концепция подачи материала что в «печатке», что в онлайн, — заменить нудноватый текст (как здесь) на красочную инфографику от смешной блогерши Мадлен Пакетт и ее компаньона Джастина Хэммека. Визуальный подход к теме в итоге сломал очень много шаблонов, в том числе и главный: «вино — это какая-то заумь; давайте лучше просто выпьем».

Нельзя не вспомнить и о первой медиаперсоне по теме вина, американце Гари Вайнерчуке, при помощи влога изящно решившего проблему затоваренного от-



цовского винного магазина. В 1999 году, после окончания колледжа, Вайнерчук стал управляющим магазина Shopper's Discount Liquors в Спрингфилде, Нью-Джерси. Сменив название компании на Wine Library, Гари открыл онлайн-магазин, а в 2006 году запустил Wine Library TV — видеоблог, оперировавший десятками тысяч просмотров и подписчиков, что для нулевых годов и винной тематики было очень неплохо. Благодаря Гари люди впервые по-

няли, что о вине можно шутить, и в то же время на площадке у него побывали многие знаменитые виноделы, включая великого и ужасного Николя Жоли, пионера биодинамики. Успех настолько окрылил Гари, что ему захотелось новых высот, и он быстро превратился в коуча новой формации, бизнес-ангела, владельца собственной медиакомпании и участника списка «40 самых успешных бизнесменов моложе 40 лет» по версии журнала Fortune, напрочь забыв о вине.

На место Вайнерчука пришли сотни тысяч контент-мейкеров со всего света. Факт остается фактом: в сети полно винофильства, как высокопрофессионального, так и совершенно дилетантского. Дилетантского больше. Видеоряд стал настолько важен, что появился даже особый тип винодела, сомелье, винного гуру или владельца бара, который в своем аккаунте или канале обещает дать советы на все случаи винной жизни. Показатель популярности темы? Безусловно.

Вино стало важной частью популярного молодежного развлечения под названием «поиски себя». Приходит момент, когда полные безграничной уверенности в собственных возможностях молодые экономисты, юристы или инженеры сталкиваются с тем, что жизнь выглядит не совсем так, как они себе представляли в университете. Вот тогда-то вино и приходит им на помощь: выпивать в компании гораздо веселее, чем просиживать штаны в офисе, тем более что ты не совсем бьешь баклуши, ведь вино требует и знаний, и навыков, и развития. А еще это всегда отличный способ расширить круг общения.

## МУЧИТЕЛЬНЫЙ ВЫБОР

**В** чем же притягательность вина для молодого человека? Интеллектуальный флер? Возможно. Знания? Да, но не в первую очередь. Тема для путешествий? Раскрепощающе сексуальная подоплека? Способ максимально

