



Дмитрий Плигин

ЧАРЛЬЗ
МАКЛИН

Старость, которая в радость



В прошлом, до 1880 года, виски были слишком разнообразны, так что одно из главных достижений больших компаний-изготовителей blends, впервые появившихся на мировой сцене примерно в эти годы—то, что они все-таки добились гарантированного вкуса своих напитков. Их продукты, независимо от партии или места приобретения, будут всегда одинаковыми на вкус. Это завоевание и сделало возможным собственно брендинг. По большому счету, брендинг—именно гарантия постоянства и единообразия.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ УВЕРЯЮТ, ЧТО ВИСКИ ОСТАЛСЯ ТАКИМ ЖЕ, КАКИМ БЫЛ ВСЕГДА. Знатоки, которым повезло попробовать старый виски (в особенности коллекционеры), настаивают, что сегодняшний скотч,—причем как молты, так и купажи,—ощутимо отличается от того, что принято было называть этим именем сорок, шестьдесят или восемьдесят лет назад.

Как и многие викторианские выкорыши, вновь возникшие виски-компании очень быстро научились изобретать себе длинные родословные и выдумывать легенды для своих брендов. Dewar's, например, с 1890 года продвигал себя под слоганом «Напиток ваших предков» сначала в печати, а с 1900 года и в эфире, ознаменовав своим первым в истории рекламным роликом начало коммерческой эксплуатации кинематографа. В 1908 Johnnie Walker стартовал с лозунгом «Родился в 1820. Крепкий до сих пор», который прослужил ему верой и правдой ни много ни мало—80 лет. Организа-

торы феноменального возрождения из небытия в 1970 году марки The Famous Grouse заявили о своих амбициозных намерениях кампанией, провозгласившей «Качество в век перемени». Примеры можно продолжать.

Нет ни одного поклонника виски, который не дал бы себе удовольствия поразмыслить на тему, насколько сильно изменился—и изменился ли вообще—его любимый напиток за века существования. Производители уверяют, что виски остался таким же, каким был всегда. Знатоки, которым повезло попробовать старый виски (в особенности коллекционеры), настаивают, что сегодняшний скотч—причем как молты, так и купажи—ощутимо отличается от того, что принято было называть этим именем сорок, шестьдесят или восемьдесят лет назад.

Кому же верить? Во многом ответ на этот вопрос зависит от того, признаем ли мы, что виски способен изменять свои качества в запечатанной бутылке, которая еще и хранится в оптимальных условиях. Индустрия утверждает, что такие изменения не зафиксированы, и, следовательно, вкус продукта остается точно таким же, каким был в момент бутылкирования. Однако коллекционеры настаивают, что небольшие изменения, и, как правило, в лучшую сторону, можно проследить уже через 15 лет хранения.

Возьмем бутылку Pinch от Haig—купаж высочайшего класса. Я действительно сейчас держу эту бутылку перед собой и вижу на ней королевский варрант «Покойного короля Георга V». Таким образом, происхождение этой бутылки легко установить—где-то между 1936 и 1938 годами. Я откупорил ее на прошлой неделе и с тех пор уже дважды пробовал содержимое в компании друзей, знатоков скотча. Вот наши выводы:

Аромат: Очень мягкий, но очень живой. Хорошая глубина и богатство. Немного винных оттенков (мадера, старый бренди); свежий инжир, но в основном сухофрукты—финики, изюм; жженный сахар и с ним пахучая древесина (сандал, кедр, красное дерево) оттенки ароматических палочек. Вкус: Округлый и сбалансированный, с нотками сандалового дерева, легкая сладость в начале и сухость в финале. Послевкусы довольно долгое, с тонами сандалового дерева.

Это описание совсем не похоже на мои ощущения от современной бутылки Pinch. Более того, оно вообще очень отличается от профиля любого современного виски из тех, что мне доводилось пробовать. И если кто-то из моих читателей когда-то встречал виски, подходящий под приведенный выше отчет о дегустации—прошу, дайте мне знать, я хотел бы запастись таким напитком...

Предположим, нашли желающие подвергнуть мои заметки о Pinch деконструкции, не зная, о каком виски идет речь. Они неизбежно придут к заключению, что: 1) виски очень долго хранился в бочке (древесные нотки), 2) бочка—европейского происхождения (сухофрукты и жженный сахар), 3) бочка из-под хереса (винные ароматы), 4) в blend входит какой-то дымный молт (ароматический дым) и, наконец, 5) виски долго хранился в бутылке (об этом сообщает весь профиль вкуса).

Последнее умозаключение предполагает, что ответ на вопрос—возможно ли изменение вкуса в бутылке—положителен. Присутствие дымных тонов указывает, что в купаже содержится виски, намного более торфянистый, чем большинство современных сортов, какими и были многие Высокогорные разновидности до 1960-х, когда процесс соложения стал централизованным. Преобладание древесных ароматов говорит о том, что перед нами виски высокого класса (т.е. очень старый), выдержанный в европейском дубе, поскольку американский дуб стал широко использоваться только после Второй Мировой войны. Пристрастное исследование наводит на мысль, что виски довоенный.

Дегустация виски, бутылкованного тридцать или более лет назад—благое занятие, особенно, если вы сравниваете его с современными образцами. На аукционах подобные напитки на удивление дешевы, и, их даже можно приобрести у некоторых компаний, которые издавна ими торгуют. У меня нет сомнения, что современный виски более единообразен. К тому же наши теперешние знания о процессе производства этого напитка заметно богаче, чем раньше. Однако современный стиль виски более легкий и зачастую ему не хватает силы характера. Я слышал, что эти черты намеренно подчеркиваются в сегодняшних напитках, чтобы они соответствовали «современным вкусам». Но мне представляется, что это последствие некоего «смещения в восприятии вкуса», феномена, наличие которого оспаривают производители blends, стремящиеся на протяжении десятилетий к пресловутому «постоянству». W

