



SOOL

Hidden Charms of Korea



kocis 해외문화홍보원
Korea Culture and Information Service



KOREA.net

Корейская культура захватывает мир. Распространяясь через такие элементы поп-культуры, как поп-музыка, телесериалы и фильмы, Халлю (Корейская волна) усиливает своё влияние и в таких сферах, как литература и исполнительские искусства. Корейская еда не является исключением. От блюд, подаваемых в буддийских храмах, до кимчхи, пульгоги (маринованной жареной говядины) и пибимпапа (чаши с рисом, смешанным с мясом и разнообразными овощами) — корейская кухня любима людьми по всему миру.

Несмотря на глобальный интерес ко многим аспектам корейской культуры, алкоголь остаётся относительно малоизвестным. Алкоголь неизменно присутствует в обстановке с хорошей музыкой, танцами и едой. Почему же тогда корейский алкоголь остаётся в значительной степени неизвестным за пределами Кореи?

Серия Korea.net под названием «Скрытые прелести Кореи: Суль» исследует алкогольные напитки и алкогольную культуру страны, а также истории, стоящие за ними. Соджу, широко известный по зелёной бутылке, которую можно увидеть во множестве корейских фильмов и телесериалов, и макколи (мутное рисовое вино) — это лишь малая часть широкого разнообразия корейского алкоголя. В прошлом корейцы любили танцы и музыку, поражали мир своей кухней. Они также создавали алкоголь оригинальными способами, используя ингредиенты в зависимости от климата и региона.

Первая часть серии — «Sool-ution I: Успокаивающее душу» — посвящена традиционному корейскому алкоголю. Вторая — «Sool-ution II: Слияние традиций и моды» — рассказывает о сочетании традиционной и современной алкогольной культуры в Кореи. Заключительный раздел — «Sool-ution III: Любим корейцами и миром» — раскрывает особенности корейских спиртных напитков как глазами самих корейцев, так и иностранцев, очарованных этими напитками.



Table of Contents

Оглавление

01. Sool-ution: Успокаивающее душу

- Мунбэджу: традиционный ликёр из дикой груши с приятным ароматом
- Игангджу: алкоголь для гурманов
- Камхонно: напиток с многовековым наследием
- Макколи: мутное рисовое вино, наполненное корейскими чувствами
- Чеджу Омэги Мальгынсуль: напиток с ароматом и печалью матери
- Традиционный корейский алкоголь раскрывается через 5 вкусов и прекрасные ароматы

02. Sool-ution: Слияние традиций и моды

- Соджу: ликёр с «горько-сладким» вкусом
- Крафтовое пиво: разрушая иностранные стереотипы о низком качестве
- Премиальный традиционный алкоголь использует новые методы и региональные ингредиенты
- Настоящее и будущее корейских алкогольных напитков

03. Sool-ution: Любим корейцами и миром

- Сочетание корейской еды и алкоголя
- Традиционный алкоголь покоряет семерых Почётных Репортёров на дегустационной сессии
- От «бойлермейкеров» до премиальных напитков: 4 эксперта обсуждают культуру корейского алкоголя
- Тёплое и знакомое чувство: выпивать макколи в Корее
- Моя одержимость сулем
- Исчерпывающее руководство для тех, кто интересуется корейскими алкогольными напитками

Sool-ution_#1

Soothing the soul

Sool-ution #1

Успокаивающее душу

- **Мунбэджу:** традиционный ликёр из дикой груши с приятным ароматом
- **Игангджу:** алкоголь для гурманов
- **Камхонно:** напиток с многовековым наследием
- **Макколи:** мутное рисовое вино, наполненное корейскими чувствами
- **Чеджу Омэги Мальгынсуль:** напиток с ароматом и печалью матери
- **Традиционный корейский алкоголь** раскрывается через 5 вкусов и прекрасные ароматы



Munbaeju

традиционный ликёр из дикой груши с приятным ароматом

Автор текста: Мин Я Чжи

Фотографии: Ким Сонджу

Видео: Ли Джун Ён



При входе на пивоварню Moonbaesool в городе Тонджин-ып, Кимпо, провинция Кёнгидо, сотрудники заметили кострище, деревянную террасу и участок земли, где можно сеять зерновые культуры, такие как неклёванный просо и восковая сорго.

Напротив находилась аккуратная пивоварня площадью 1652 квадратных метра в современном здании, а рядом с сухой землёй росли три диких груши, символизирующих *onggi dokdae* (традиционные глиняные кувшины) и аромат *мунбэджу* (ликёра из дикой груши).

Сразу после приветствия сотрудников генеральный директор Moonbaesool Ли Сын Ён сообщил, что ему необходимо включить неклёванный просо в качестве ингредиента, и

быстро провёл их на пивоварню. Как только они вошли, в нос ударил характерный запах брожения алкоголя.

Производство *мунбэджу* начинается с приготовления *митсоль* — основной закваски, которую делают из неклёванного проса, добавляя сорго для получения *дотсот*, смеси зёрен, дрожжей и воды, которую затем добавляют в *митсоль*.

Алкобольные напитки делятся на категории в зависимости от количества добавлений *дотсот*: *ирянгджу* (и — «два»), *самянгджу* (сам — «три») и *сарянгджу* (са — «четыре»), то есть по числу этапов добавления *дотсот*. Чем больше этапов добавления, тем выше содержание алкоголя (ABV) и насыщеннее аромат. *Мунбэджу* классифицируется как *самянгджу*.

Сноска:

Жёлтый неклёванный просо используется для приготовления *митсоль* — основной закваски *мунбэджу* (ликёра из дикой груши), а сорго — для создания *дотсот*, смеси зёрен, дрожжей и воды, добавляемой к *митсоль*. Обладающий грушевым ароматом, несмотря на состав из смешанных злаков, *мунбэджу* включён в список Национального нематериального культурного наследия.

«Я не хочу говорить, что наш напиток — лучший. Я просто хочу сказать, что наш алкоголь тоже весьма хорош, так что, пожалуйста, доверьтесь нам и попробуйте.»



Munbaeju получил своё название благодаря характерному грушевому вкусу и аромату (*tunbae* означает «дикая груша»). Единственными добавками являются неклёванный просо, сорго и *нурук* (закваска), но напиток излучает изысканный и ароматный грушевый запах. Благодаря фруктовому аромату напиток считается *бангянджу*, что буквально означает «алкогольный напиток с приятным ароматом».

Рис — основная зерновая культура в Корее, поэтому многие виды традиционного алкоголя используют его в качестве главного ингредиента. Однако такие напитки, как *мунбэджу*, преимущественно изготавливаются из неклёваного проса и сорго — злаков, широко выращиваемых в Пхёнан-пукто, Северная Корея, где *мунбэджу* и производился.

Ли сказал: «Основные ингредиенты (неклёванный просо и сорго) должны быть хорошего качества, чтобы напиток получился вкусным», добавив: «Мы анализируем и контролируем качество ингредиентов вместе с Национальным институтом аграрных наук».



Вкус и качество ликёра могут быть улучшены только при развитии базовой отрасли. Генеральный директор заявил, что учится готовить *мунбэджу* у своего отца, Ли Ки Чхуна, эксперта в этой области, передающего знания как часть Национального нематериального культурного наследия.

Генеральный директор Ли извлекал *мунбэджу* из *согидори* (перегонного аппарата) традиционным способом и предложил сотрудникам Korea.net попробовать «этот очень ценный алкоголь».

Из-за высокого содержания алкоголя он налил только небольшое количество. Достаточно было одного вдоха, чтобы почувствовать грушевый аромат. Крепость составляла 40% ABV, как у виски, но ликёр легко проглатывался и не оставлял горечи.

Munbaeju подавался на банкетах во время трёх межкорейских саммитов в 2000, 2007 и 2018 годах. Как *сохваджу* (дистиллированный алкогольный напиток) с высоким содержанием алкоголя, он может подаваться в виде коктейля или со льдом.

Как пить *мунбэджу*: генеральный директор посоветовал тем, кто не привык к алкоголю с высокой крепостью, смешивать воду и *мунбэджу* в соотношении 3:1, или добавлять сок или экстракт с ярким ароматом, например, грейпфрута, трав или *юджа* (медового цитрона). В качестве гастрономического сопровождения он рекомендовал сырой краб, баранью грудинку или филе говяжьей вырезки.



Sool-ution_#1



Leegangju
алкоголь для гурманов

Автор текста: Мин Я Чжи
Фотографии: Ким Сонджу
Видео: Ли Джун Ён

Чонджу, провинция Чоллабук-до, с древних времён славится как город знати и гурманской кухни.

Будучи столицей Позднего Пэкче (900–936) и родиной королевской семьи династии Чосон (1392–1910), этот город стал первым в Корее, получившим статус Город гастрономии ЮНЕСКО. Сегодня Чонджу привлекает множество туристов, ищущих еду высокого качества.

Город с развитой культурой питания обязательно должен иметь и культуру алкоголя. В Корее сложилась традиция домашнего приготовления алкоголя, и Чонджу располагает множеством условий, способствующих его производству. Во времена Чосон город входил в тройку самых густонаселённых по числу домохозяйств наряду со столицей Ханьяном (ныне Сеул) и Пхёнанёном.

В Чонджу находились крупнейшие зерновые амбары региона, а также резиденции знати и состоятельных семей, изготавливавших алкоголь для приёмов и проведения *джеса* и *чхаре* (ритуалов поминовения предков). Этот ликёр был высоко оценён и стал основой для выражения *мённга мёнджу*, что означает: «Уважаемый род варит достойный алкоголь».

Leegangji считается главным домашним алкогольным напитком Чонджу. Его название происходит от основных ингредиентов — груши из Чонджу и имбиря из города Бондон-ып в уезде Ванджу-гун. Также используются куркума, корица и мёд.

Куркума, редкая для того времени, была ценным ингредиентом, культивировавшимся в Чонджу и использовавшимся для алкоголя, подносимого королю. Король также получал груши из Чонджу и имбирь из Бондона.



Этот напиток готовили невестки из рода Чо в Ханьяне. Позже, во время японской оккупации Корейского полуострова (1910–1945), колониальное правительство запретило домашнее производство алкоголя. После освобождения в 1945 году южнокорейское правительство приняло закон о контроле над зерновыми, запрещающий использование риса в качестве ингредиента в алкогольных напитках.

Поэтому *leegangju* втайне готовили в семейном кругу, поскольку для него требовались такие ингредиенты, как груша и имбирь, добавляемые в *соджу* (дистиллированный алкогольный напиток), изготовленный из риса. Один человек работал в компании по производству *соджу* в течение 25 лет после окончания колледжа. В возрасте 50 лет он открыл собственное производство *leegangju*, чтобы возродить почти исчезнувший напиток.

Подпись к фото (слева сверху):



Основные ингредиенты *leegangju* — груша, имбирь, куркума и корица.

Подпись к фото (справа снизу):

Мастер *leegangju* Чо Джон Хён демонстрирует напиток в своей винокурне в Чонджу, провинция Чоллабук-до.



Историк и поэт Чхве Нам Сон (1890–1957) в своей книге «Чосон Сансик Мундэп» (неофициальный перевод: «Вопросы и ответы об общем знании о Чосоне») назвал *leegangju* одним из трёх лучших ликёров эпохи Чосон наряду с *камхонно* и *чукйогокчжу*.

Говорят, что те, кто пробовал *leegangju*, утверждали: этот напиток хорошо сочетается с *синсоном* — легендарным даосским отшельником, покинувшим мирскую жизнь и живущим в гармонии с природой, бессмертным и не знающим боли или болезней.

Накануне Олимпийских игр 1988 года в Сеуле правительство начало поиски ведущих производителей корейского традиционного алкоголя. Три мастера, специализирующиеся на *leegangju*, *мунбэджу* и *андон соги*, были признаны носителями нематериального культурного наследия. Один из них — мастер *leegangju* Чо Джон Хён. Сейчас ему 82 года, он — единственный оставшийся в живых из этой тройки.

Leegangju — это семейный алкоголь рода Чо. Его прапрапрадед получил назначение от правительства династии Чосон и переехал в Чонджу, чтобы служить чиновником. Принимая множество гостей, он создавал разнообразные алкогольные напитки, среди которых *leegangju* стал самым популярным.



Когда торговля традиционным алкоголем была сведена к контрабанде, Чо днём работал управляющим на заводе по производству *соджу*, а по ночам экспериментировал в лаборатории, чтобы создать *leegangju*. Впоследствии он установил стандарты для его производства.

Производство *leegangju* включает добавление груши, имбиря, куркумы и корицы в *соджу* с содержанием алкоголя (ABV) 35%. Ингредиенты оставляют настаиваться и ферментироваться. После смешивания и ферментации дистиллированного алкоголя с ингредиентами, регулировки крепости и проведения второго этапа выдержки напиток считается готовым. Ни один ингредиент не должен выделяться — все они должны создавать гармонию и формировать отличный острый вкус, характерный для *leegangju*.

«Если пропорции ингредиентов будут даже немного нарушены, *leegangju* может превратиться в имбирный или куркуминовый ликёр», — говорит Чо. — «Ингредиенты должны уравнивать друг друга».

«Куркума пахнет как лекарственная трава, имбирь и другие специи — очень яркие. Но эти ингредиенты дополняют друг друга», — добавляет он. «И если в самом конце добавить немного мёда, это создаёт великолепный вкус».

С чем сочетается *leegangju*, Чо советует: «Попробуйте с *хоногомучим* (маринованным скатом). Яркий вкус напитка хорошо сочетается с маринованным скатом, который тоже острый и пряный. Ещё один простой, но удачный вариант — пить *leegangju* с вяленой говядиной».

В июне 2022 года *leegangju* завоевал золотую медаль на дегустационном конкурсе International Spirit Challenge (ISC), который ежегодно отбирает лучшие алкогольные напитки мира, такие как виски. Это один из трёх крупнейших международных конкурсов по алкогольным напиткам, и в том году состоялось его 27-е издание.

Чо имеет прямые поставки в Великобританию и Нидерланды и получает всё больше заказов из США, Канады и Сингапура благодаря мировому росту интереса к корейской культуре (Халлю).

«Разве корейская культура не любима во всём мире? Люди во всём мире стали намного больше интересоваться корейской кухней. В корейской кухне алкоголь — номер один. Раньше условия для производства традиционного алкоголя были недостаточными (из-за тяжёлого исторического прошлого), вкус был резким, а качество — нестабильным. Но теперь улучшились как оборудование, так и стандарты вкуса», — говорит он.

«Поскольку всё больше людей за рубежом начинают интересоваться традиционным корейским алкоголем, я буду работать ещё усерднее в надежде, что традиционный корейский алкоголь станет известным во всём мире.»



Gamhongno ликёр с многовековым наследием

Автор текста: Мин Я Чжи
Фотографии: Ким Сонджу
Видео: Ли Джун Ён

Gamhongno, что означает «яркая роса с сладким вкусом», был назван одним из трёх лучших алкогольных напитков эпохи Чосон наряду с *leegangju* и *jukyeorcheongju* в книге «Чосон Сансик Мундэп» («Вопросы и ответы об общем знании о Чосоне»), составленной учёным Чхве Нам Соном.



Керамическая бутылка с этим алкогольным напитком напоминает ханбок и содержит ликёр, подобный сладкой росе, излучающий яркий красный цвет.

Этот напиток также упоминается в народной сказке «Печень зайца». Черепаха приносит ликёр, чтобы заманить кролика во дворец, поскольку Дракон Моря должен съесть печень кролика, чтобы излечиться от болезни.



В знаменитой истории о любви «Чхунхянджон» (Сказание о Чхунхян), героиня предлагает напиток своему возлюбленному Монрёну, когда просит его не уезжать в столицу династии Чосон — Ханьян. Хван Джин И, известная певица XVI века, сравнивала своего возлюбленного Со Хвадама с этим ликёром.

Gamhongno известен на протяжении веков в Корее, упоминается в романах и литературных произведениях эпохи Чосон (1392–1910), а также в пословицах. Он встречается в произведениях *пхансори* (традиционной лирической оперы), таких как «Печень зайца» и «Чхунхянджон».



Подпись к фото (справа сверху):

Основные ингредиенты *gamhongno* — неклёванный просо, ариллы лонгана, корица, кожура мандарина, сушёные гвоздичные бутоны, имбирь, корень солодки и корень литоспермума.

В книгах «Gyeongdo Japji» (Столичный журнал) учёного Ю Дык Гона (1748–1807) и «Joseon Sangsik Mundap» (Вопросы и ответы об общем знании о Чосоне) учёного Чхве Нам Сона (1890–1957) *gamhongno* упоминается как один из трёх главных алкогольных напитков династии Чосон.

Фраза «*Gamhongno* существует даже в глиняной посуде» означает, что нечто, с виду непривлекательное, может быть прекрасным и ценным внутри. Сегодня этот напиток производят на винокурне в уезде Пхаджу, провинция Кёнгидо. Мастер Ли Ки Сук занимается восстановлением утерянных за годы технологий. Помимо методов выдержки, по всей винокурне передаётся и знание о медицинских свойствах напитка.

Gamhongno готовят путём смешивания риса и неклёваного проса в соотношении 7:3 и пропаривания этой смеси. После этого добавляют *нурук* (закваску) и воду. Через 15 дней ферментации получают основную закваску *митсоль*. Затем напиток перегоняют, чтобы усилить аромат и вкус, и добавляют семь видов лекарственных ингредиентов — ариллы лонгана, кожуру мандарина, сушёные гвоздичные бутоны, корицу, имбирь, корень солодки и корень литоспермума.



После того как смесь настаивается около двух месяцев, следующий этап — удаление лекарственных ингредиентов и ферментация алкоголя в течение 1,5–2 лет. После этого *gamhongno* считается готовым. Лекарственное растение *пангпунг* (*Siler divaricata*) изначально использовалось как ингредиент напитка, но теперь запрещено для производства алкогольных напитков, поскольку классифицируется как лекарственное средство.

Ли и её муж Ли Мин Хён, возглавляющий семейную винокурню, предложили сотрудникам Korea.net попробовать ариллы лонгана, которые они используют как лекарственное средство для создания сладкого вкуса *gamhongno*. Лонган обладает мягким сладким вкусом, а его плоды согревают кишечник. Кожура мандарина богата витаминами.

Сушёные бутоны гвоздики усиливают энергию, а корица обладает выраженным ароматом. Корень солодки — лекарственное растение, считающееся более питательным, чем женьшень, — придаёт напитку красный оттенок. Имбирь усиливает аромат, а корень литоспермума гармонично связывает все ингредиенты.

При наливании *gamhongno* в чашку вокруг ощущается мягкий аромат корицы. Один глоток раскрывает сладкий вкус, подчёркивающий лекарственные компоненты. Несмотря на высокую крепость — 40% ABV — ликёр имеет чистый вкус и приятный аромат.



Правая колонка:

«Алкоголь может вызывать охлаждение кишечника и болезни. Но *gamhongno* действует наоборот — согревает благодаря своим лекарственным ингредиентам и давно используется как лекарство», — говорит Ли Ки Сук. — «Придворные врачи называли его *наэжюк* (королевский дворцовый *gamhongno*)».

«Когда я физически устаю, я смешиваю *gamhongno* с тёплой водой в пропорции 1:2 и пью маленькими глотками, как чай».

Gamhongno также используется как основа для коктейлей. На первом конкурсе коктейлей для корейских гастрономических экспертов, прошедшем 28 мая 2022 года, этот напиток получил как главный, так и первый приз.

Афогато с *gamhongno*, приготовленный путём добавления нескольких капель в ванильное мороженое, раскрывает ароматы фундука и шоколада. Ли Ки Сук рекомендует *якква* (традиционное кондитерское изделие из мёда и пшеницы) или чёрный шоколад в качестве лучших закусок к напитку.



«Словно сладкая роса, излучающая яркий красный цвет»

Gamhongno был включён в каталог *Ark of Taste* в 2014 году — это международный список исчезающего гастрономического наследия, публикуемый итальянским движением *Slow Food*. Организация занимается сохранением и популяризацией продуктов, находящихся под угрозой исчезновения. Публикация начинается со слов о том, какие продукты следует сохранить, если человечество окажется на грани вымирания.

Когда в 1950-х годах в Корее был принят закон о контроле над зерновыми, запрещающий использование риса в производстве алкогольных напитков, многие традиционные напитки исчезли, а *gamhongno* оказался под угрозой утраты.

Спустя 30 лет, когда перед Олимпийскими играми 1988 года в Сеуле правительство начало продвигать традиционные алкогольные напитки, отец Ли Ки Сук — Ли Гён Чхан — был признан носителем нематериального культурного наследия. Он передал знания по производству *gamhongno* своему сыну и дочери.

Старший брат Ли Ки Сук скончался в 2000 году, оставив её единственным хранителем традиции и наследия напитка. «Я научилась выдержке и усердию. В детстве я помню, как отец отдыхал у перегонного сосуда, варящего *gamhongno*, и я тайно наблюдала за этим», — рассказывает она.

Её послание корейцам и миру таково: «*Gamhongno* обладает травяным ароматом, к которому следует привыкнуть. Это не просто алкоголь, а лекарственный ликёр, согревающий тело», — добавляет она. — «Пожалуйста, наслаждайтесь *gamhongno* и читайте истории, стоящие за ним».

Подпись к фото:

Мастер Ли Ки Сук объясняет, как готовится *gamhongno*.



«Gamhongno обладает травяным ароматом, к которому людям за рубежом стоит привыкнуть. Это также лекарственный ликёр, согревающий тело.»



Makgeolli

мутное рисовое вино, наполненное корейскими чувствами

Автор текста: Мин Я Чжи

Фотографии: Ким Сонджу

Видео: Ли Джун Ён

Сноска:

Среди напитков, классифицируемых как *такчжу* (мутный алкоголь), *makgeolli* (мутное рисовое вино) обладает наименьшей крепостью по объёму.



«Makgeolli хранит в себе чувства корейцев.»

Помещение *нурук* (закваски) на производстве Geumjeongsanseong Makgeolli, производителя мутного рисового вина *makgeolli*, расположено на полпути к крепости Кымджонсансон в Пусане. После входа сотрудников Korea.net в комнату на полках было видно сотни лепёшек *нурук*.

Температура в помещении поддерживается круглосуточно с помощью бикета в зоне площадью 10 квадратных метров на уровне 48–50 °С. *Нурук* формируется в виде лепёшек из теста диаметром около 30 см. При ближайшем рассмотрении можно увидеть плесень разных оттенков.



Генеральный директор Geumjeongsanseong Makgeolli, Ю Чонг Гиль, объяснил: «Эти закваски называются *hwangduk* (жёлтый *нурук*), *baekduk* (белый *нурук*) и *heukduk* (чёрный *нурук*)», добавив: «Особенность *Sansong Nuruk* (фирменное название) в том, что он содержит все три вида».

Благодаря разнообразию форм плесени, возникающей в *нурук*, *makgeolli* этой марки предлагает большое количество ароматов и вкусов.

Среди производителей *makgeolli*, использующих традиционный *нурук*, Geumjeongsanseong Makgeolli стал первым, кто получил признание как ремесленный алкоголь и стал единственным производителем в стране, включённым в категорию «продукт питания». Среди производителей *makgeolli* с распределительной сетью по всей стране, только эта компания продолжает использовать традиционный *нурук*.

Когда Япония оккупировала Корейский полуостров в 1910–1945 годах, производители *makgeolli* начали использовать *iguk*, *нурук*, модифицированный по японской системе, вместо традиционного. *Iguk* можно производить массово, он сокращает время, необходимое для производства алкоголя, но содержит меньше микроорганизмов, чем *нурук*. Поэтому вкус и аромат напитков становятся более упрощёнными.

Sansong Nuruk изготавливается традиционным способом — ногами. «*Нурук* становится клейким, если долго его топтать, он выделяет больше плесени и крахмала из пшеницы», — говорит Ю. — «Мудрость наших предков заложена в *нурук*.»

Генеральный директор объяснил, почему внешний слой *нурук* толще, чем середина. Толстый наружный слой указывает на то, что он долго удерживал влагу, что позволяет плесени равномерно расти внутри.

Подпись к фото (внизу справа):

Это помещение, где производится *нурук* для Geumjeongsanseong Makgeolli; на фото показаны сотни заквасок.

После ферментации *нурук* сушат на солнце для стерилизации. После полного высушивания его разламывают на мелкие куски, смешивают с пропаренным рисом и водой и снова оставляют на брожение примерно на неделю. Так Geumjeongsanseong Makgeolli изготавливает свой алкогольный напиток.



Ю процедил ферментированный *makgeolli* и налил по чашке каждому сотруднику Korea.net. Напиток оказался сладким и вкусным. Пчёлы, привлечённые ароматом, начали кружиться вокруг его рук, словно летая над цветами.

О том, чем *makgeolli* привлекателен, генеральный директор сказал: «Он может показаться немного густым и грубым, но при этом мягким. Он сытный и приятный», добавив: «*Makgeolli* хранит в себе чувства корейцев. Он особенно хорош, когда все собираются вместе, пьют, играют на *чангу* (традиционном барабане) и весело пьют».

Традиционный корейский алкоголь в основном делится на *чхоньгжу* (прозрачный алкоголь), *такчжу* (мутный алкоголь) и *соджу* (дистиллированный прозрачный алкоголь). Среди напитков, относящихся к *такчжу*, *makgeolli* обладает наименьшей крепостью (ABV), а также имеет долгую историю — методы производства записаны в документах, восходящих к эпохе Трёх корейских государств (57 г. до н.э. — 668 г. н.э.).

Makgeolli утолял жажду и голод предков, возвращающихся с полевых работ. «Это был алкогольный напиток, который наливали в миски и пили прямо в полях, когда уставали от сельского труда», — говорит Ю. Поэт Чон Сан Бён (1930–93) сравнивал *makgeolli* с едой.



Makgeolli был как еда — утолял голод благодаря способу производства. Раньше *чхоньгжу* (зёрновой алкоголь) фильтровали из *соджу*, приготовленного из *нурук*, воды и зёрен.

Оставшуюся массу смешивали с водой и процеживали. Именно эти влажные остатки делали напиток сытным.

Современные методы производства *makgeolli* претерпели значительные изменения. Вместо использования отфильтрованной массы после *чхонгжу* появилась технология, придающая напитку более насыщенный вкус. Сегодня пивовары производят «премиальный *makgeolli*», который имеет пять вкусов *такчжу* (сладкий, кислый, горький, вяжущий и пряный), используя традиционный *нурук* и избегая искусственных ароматизаторов.

Именно поэтому *makgeolli*, ранее уступавший по популярности пиву, *соджу* и вину, теперь снова в моде.

Makgeolli также демонстрирует рост как на внутреннем, так и на международном рынках. Согласно отчёту Корейского агентства по рыболовству и продовольственной торговле (Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corp., AT), продажи алкогольных напитков в 2020 году снизились на 1,6 %, но продажи *makgeolli* выросли на 52,1 %. Объём внутреннего рынка традиционного алкоголя вырос с 100 миллиардов вон в 2016 году до 500 миллиардов вон в 2021-м.

Экспорт *makgeolli* также стабильно растёт, достигнув 15,7 миллиона долларов США в 2021 году, что на 27,7 % больше, чем в 2020-м. Только за первый квартал 2022 года экспорт увеличился на 11 % по сравнению с тем же периодом 2021 года и составил 4,24 миллиона долларов США. Основные рынки: Япония (1,79 млн), США (2,9 млн) и Китай (1,53 млн).

По данным производителей, компания Kooksoondang превысила 1 миллион долларов США по объёму годового экспорта. Bae & Brewing зафиксировала рост на 274 % по сравнению с 2020 годом, а Seoul Jangsoo расширила экспорт в такие страны, как Вьетнам, Австралия, Камбоджа, США и Япония — в общей сложности до 27 стран.

Согласно отчёту AT за 2021 год, рост экспорта *makgeolli* объясняется «глобальным интересом к корейской гастрономической культуре, вызванным популярностью корейских драм и кино».

Подписи к фото (внизу):

Процесс процеживания ферментированного *makgeolli*

Среди напитков, классифицированных как *такчжу* (мутный алкоголь), *makgeolli* обладает самой низкой крепостью.





Jeju Omegi Malgeunsul
прозрачный алкоголь с материнским ароматом и печалью

Автор текста: Мин Я Чжи

Фотографии: Мин Я Чжи

Сноска:

Jeju Omegi Malgeunsul — это традиционный алкогольный напиток с острова Чеджу, который получил главный приз в категориях *yakju* и *cheongju* на конкурсе Korea Wine & Spirits Award в 2017 и 2021 годах.

При входе за чёрный базальтовый забор — характерный элемент Чеджу — гостей встречает особая атмосфера: традиционные одноэтажные дома острова, скрытые деревьями. Справа от ворот находятся традиционные глиняные кувшины, *согидори* (перегонный аппарат) и печь, а рядом с домами разбит сад с зеленью, создающей приятную обстановку.

Это винокурня Jeju Island Brewery (JIB), расположенная в деревне Сонджып-ри, уезд Пхёсонд-мён, город Согвипхо. Четыре поколения мастеров из этой семьи производят традиционные алкогольные напитки острова.

Генеральный директор JIB Ким Хи Сук говорит:

«Мы варим традиционные алкогольные напитки Чеджу в доме, где жила моя мать, и таким способом продолжаем традиции, уходящие корнями во времена Тхамны (древнего государства на территории острова Чеджу времён Трёх корейских царств).»

Фасад винокурни прекрасно сохранился. Поскольку здесь отсутствует промышленное производство, дом сохранил традиционный облик. За её преданность делу и вклад в сохранение и передачу *гогори-суль* (дистиллированного алкоголя), Ким была признана носителем нематериального культурного наследия №11 острова Чеджу. В 2018 году она также была названа мастером по производству алкогольных напитков.



Надпись под верхним фото (слева):

Винокурня на острове Чеджу, окружённая природой и зеленью, производит алкогольные напитки по традиционным методам, используя только *нурук* (закваску) и злаки — никаких других добавок.

Правая колонка:

Начинает она свой день в 3 часа утра — в самое тихое время суток, когда все ещё спят, — и с полной сосредоточенностью занимается перегонкой, как будто существует только она и напиток.

«Я не могу варить алкоголь правильно, если мысли путаются и приходят люди», — говорит она. — «Когда тихо или когда я начинаю новый день, я должна полностью сосредоточиться и делать всё правильно.»

В этом доме варится *Omegi Malgeunsul* — традиционный алкогольный напиток острова Чеджу, который по закону классифицируется как *якчжу* (прозрачный алкоголь) и *гогорисуль* — традиционный *соджу* (дистиллированный алкоголь). Слово *omegi* на диалекте Чеджу обозначает просо, а *gogori* относится к *согидори* — перегонному аппарату.



Так как на бесплодной земле острова сложно было выращивать рис, местные жители культивировали просо. Алкогольные напитки тоже производили на основе проса вместо риса.

Сначала жители изготавливали *omegitteok* — лепёшки в форме дверной ручки из проса. Затем они варили просо и ячменный рис, чтобы использовать в качестве ингредиента для алкогольного напитка. Ферментация длится 15–20 дней. Когда напиток достигает зрелости, на поверхности отделяется прозрачный алкоголь, который снимается и дополнительно выдерживается, становясь *Omegi Malgeunsul*.

«Вы почувствуете уникальный дух и культурное наследие Кореи.»



Omegi Malgeunsul привлекает внимание своим золотистым оттенком, гармонирующим с жёлто-зелёным цветом. Особенность этого ферментированного напитка из проса — хорошая кислотность.

С крепостью 16% этот ликёр получил признание за свежий и сладковатый вкус. В 2019 году его подавали на саммите Корея–Чили. В 2017 и 2021 годах он получил главный приз в категориях *yakju* и *cheongju* на премии Korea Wine & Spirits Awards.



Такчжу (мутный алкоголь), как и *takgeolli* (рисовое вино), считался напитком, утоляющим жажду рабочих слоёв. А вот *cheongju* использовался в ритуалах предков, таких как *jesa* или *charye*. Слово *cheongju* означает, что напиток обладает чистым, свежим и благородным ароматом, способным достичь предков на небесах.

По этой причине богатые люди или жрецы изготавливали прозрачные алкогольные напитки из клейкого или только что собранного риса для предков или праздников.

Если в *такчжу* ценится возможность пить его большими глотками из широкой чаши, то очарование *cheongju* — в том, чтобы медленно потягивать его из маленькой чаши, наслаждаясь чистотой и ароматом.

Правая колонка:

Чеджу часто страдал от стихийных бедствий, таких как тайфуны, и местные жители полагались на народные верования. Старая пословица гласит: «На острове 500 святынь и 500 буддийских храмов». Для проведения *jesa* (ритуала предков) матери варили алкоголь, необходимый для церемонии.



Jeju gogoorisul также называют *eommaui-hyang*, что дословно переводится как «ликёр с маминым ароматом». Другое название — *eomgwan*, «воспоминание о матери». Употребление *gogoorisul* вызывает у пьющего ощущение, что его мать варила этот напиток с любовью, даже в бедности. Ким говорит: «Этот традиционный алкогольный напиток содержит ингредиенты и истории, характерные для каждого региона».



«Я надеюсь, что туристы будут пробовать ликёры из чеджусского проса и ячменя как часть путешествия по острову Чеджу», — добавила она. — «Если вы попробуете алкоголь, в котором собраны печаль и следы поколений, вы почувствуете уникальный дух и культурное наследие Кореи».

Подписи к фотографиям (слева направо, сверху вниз):

- *Kim Hee-sook — генеральный директор Jeju Island Brewery и гастрономический мастер по производству алкогольных напитков.*
- *Интерьер винокурни Jeju Island Brewery.*
- *Перегонный аппарат в винокурне.*

Традиционный корейский алкоголь сияет пятью вкусами и прекрасными ароматами

Автор: Пак Рок Дам

Мастер традиционного корейского алкоголя

Традиционные корейские алкогольные напитки обладают пятью вкусами: сладким, кислым, горьким, вяжущим и острым. Обычно они имеют золотистый оттенок, а также благоухают цветочными и фруктовыми ароматами. Развитие алкогольных напитков, *сул*, тесно связано с уникальными обычаями и образом жизни корейского народа.

С древности корейцы традиционно варили алкоголь в домашних условиях, обычно называя его *гаджангсу* (가양주), что означает «домашний алкоголь». Такие напитки были неотъемлемой частью праздничных традиций, связанных с аграрным укладом жизни. Люди подносили алкоголь в жертву предкам и природе в ходе сезонных ритуалов и обрядов вызывания дождя. Алкоголь также сопровождал семейные трапезы, подаваясь родителям и пожилым членам семьи, а также гостям и соседям в знак уважения и дружбы. *Сул* всегда находился в центре корейских традиций, направленных на поддержание гармонии с ближними.



Следуя поговорке *мёнга мёнджу юнгукча* (명가명주윤국가) — «Уважаемый род варит благородный алкоголь», — тысячи видов алкогольных напитков изготавливались в каждом доме с разными целями. Среди них — *такчжу* (мутные алкогольные напитки), такие как *makgeolli* (мутное рисовое вино), которые особенно любили простолюдины за его насыщенный вкус и высокую питательную ценность. *Makgeolli* обычно варили в домах простых людей для семейных застолий и приёма гостей.

Правая колонка:

Напитки из категории *cheongju* или *yakju* (прозрачные алкогольные напитки) обладают уникальными ароматами и семью вкусами. Их использовали на важных церемониях, таких как обряды совершеннолетия, свадьбы, похороны и поминаения. Именно по этой причине они считаются вершиной традиционного алкоголя.

Gahyangju (가향주) — разновидность напитков, варимых с использованием легко доступных природных ингредиентов: лепестков цветов (азалии, хризантемы, лилии) или фруктов. Эти сезонные ингредиенты создавали уникальную культуру *gahyangju*, отражающую изысканный вкус корейцев, зависящий от времени года.

Yaksoyangju (약소양주) — это ферментированный тип алкогольного напитка с лекарственными ингредиентами, создающими уникальные вкусы. Это доказывает, что корейцы не рассматривали *сул* лишь как средство опьянения, а ценили вкус и свойства напитка. Домашние напитки обычно называли *тогсу*. Такие напитки классифицировались по основным и дополнительным ингредиентам, методу приготовления, числу циклов варки и другим критериям.

Подпись к фото:

С 1987 года Пак Рок Дам восстановил более 850 видов традиционного *сул*, включая *соджан* (ферментированный рисовый напиток). Его называют «крёстным отцом корейского традиционного алкоголя». С 2006 года он руководит Корейской студией *Сул*.

В зависимости от назначения напитки также классифицируются как *сокджонгджуёп* (частично перебродившие напитки, 속청주엽) или как напитки, изготовленные в течение 10 дней — *данёнджуёп* (однократно перебродившие напитки, 단연주엽), *жунёнджуёп* (многokrратно перебродившие напитки, 중연주엽), *хонгсоджугёп* (напитки, смешанные с настойками, 흥소주엽) и *хонгджонггёп* (напитки, смешанные с вином, 흥정엽), которые схожи с креплёнными винами, поскольку в них добавляют другие дистиллированные напитки для увеличения крепости.

Большинство традиционных напитков в Корее изготавливаются по схеме *пьянгю* (йи, что означает «два») — то есть с двойной ферментацией. Основой является *митсус* (первая закваска), к которой один или два раза добавляется *дотсус* — смесь зерна, дрожжей и воды. Чаще всего используется тщательно промытый рис.

Рисовую основу составляют лепёшки и смеси вроде *бэксолги* (белые рисовые лепёшки), *гунгтэгтток* (лепёшки с отверстиями), *чхапссалтток* (лепёшки из клейкого риса), *кэттток* (лепёшки с зелёными листьями), *мисутгарпён* (белый рис, сваренный и затем быстро охлаждённый) и *пинтпёк* (смесь варёного или полуварёного риса). К этим смесям добавляют *нурук* (закваску) и воду. Также к смеси добавляют *митсус* и полуварённый рис для дальнейшей ферментации. Хотя используется один и тот же рис, вкус, аромат и крепость напитка зависят от используемой формы рисовой смеси — от *чук* (рисовая каша) до *тток* (твёрдая лепёшка).

Вкус и аромат традиционных домашних напитков отличаются от западных. Аромат в основном зависит от сырья, времени приготовления, ингредиентов и качества использованного *нурук*. На него также влияют навыки мастера, условия ферментации и выдержки. Корейцы особенно ценят вкус и аромат, рождающиеся в процессе естественного взаимодействия основных компонентов — риса, *нурук* и воды.

Правая колонка:

Традиционный корейский алкоголь имеет сложные ароматы, которые трудно описать однозначно. Это связано с тем, что запахи натуральных фруктов и цветов возникают в процессе ферментации — не от риса, ячменя или пшеницы, а от *нурук* на их основе. Обычно ароматы таких напитков включают сочетание двух или трёх ароматов, а не одного.

Поскольку рис является основным ингредиентом, который благоприятен для человеческого организма, традиционный корейский *сул* менее вреден для здоровья и вызывает более лёгкое похмелье по сравнению с напитками, приготовленными из других ингредиентов. Сезонные цветы или лекарственные растения также могут использоваться для создания особых напитков. Главное отличие и сила традиционного *сул* — в его пользе для здоровья и способности передавать ощущения, связанные с сезонами и природными переменами.



Слияние традиций и современности

Soju:

напиток с «горько-сладким» вкусом

Крафтовое пиво:

ломает иностранные стереотипы о низком качестве

Премиальный традиционный алкоголь:

новые методы и региональные ингредиенты

Настоящее и будущее корейских алкогольных напитков

SOJU

алкоголь, дарующий «горько-сладкий опыт»

Автор: Чон Чжун Иль

Фотографии: Ким Сынджу

Видео: Ли Чжун Ён



Герой Пак Сэрои из популярной корейской драмы *Itaewon Class* держит зелёную бутылку перед *пходжангмача* — уличным ларьком с закусками. Эта бутылка содержит алкогольный напиток, часто появляющийся в корейских фильмах и сериалах, и получивший прозвище «народный алкоголь». Речь идёт о самом популярном алкогольном напитке в стране — **soju**.

Обычно продающийся в бутылках объёмом 360 мл, этот напиток любим всеми поколениями корейцев, так как быстро вызывает опьянение и при этом не вызывает тяжёлого похмелья — при цене всего **2000 вон** за бутылку. Он прекрасно сочетается с такими блюдами, как **samgyeopsal** (жареная свиная грудинка) и сашими, а также часто смешивается с пивом или другими газированными напитками, образуя уникальный вкус.

Согласно *Ежегоднику статистики Национальной налоговой службы*, объём внутренних продаж разбавленного soju в 2021 году составил **3,7 триллиона вон**, что сделало его алкогольным напитком №1 в стране с долей рынка в **42,1%**. Хорошо известный зелёный бутылочный soju — это разбавленный вариант, содержащий алкоголь, полученный из таких ингредиентов, как сладкий картофель, маниока и тапиока. Такой тип дешевле в

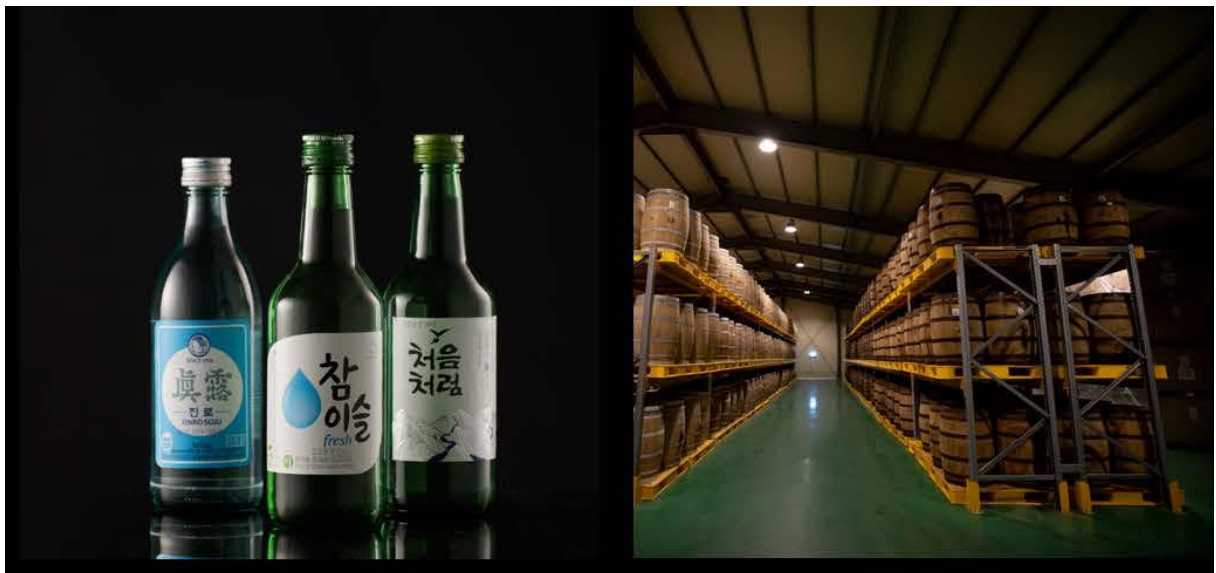
производстве и легче в приготовлении, чем дистиллированный вариант, и обладает нейтральным вкусом без запаха. Часто добавляются подсластители и ароматизаторы, не полученные в процессе дистилляции. Эти добавки придают напитку сладкий вкус на выходе.

Разбавленный soju стал набирать популярность с **1965 года**, когда правительство запретило дистилляцию зернового спирта из-за нехватки продовольствия. С тех пор появились такие известные бренды, как *Chamisul*, *Chum Churum* и *Good Day*. Основанная в **1924 году**, компания *Jinro* — старейший производитель. Благодаря хорошо узнаваемой торговой марке, компания доминировала на рынке с **1975 года**, ежегодно производя более миллиона коробок напитка, что составляло **42%** всего объёма производства разбавленного soju.

Подпись внизу:

Soju — это алкоголь, получаемый дистилляцией ферментированного зерна или разбавлением водой.

Продолжение — SOJU: алкоголь, дарующий «горько-сладкий опыт»



Jinro оставался национальным лидером до 1998 года, когда его вытеснил *Chamisul*. Популярность ретро-культуры привела к запуску бренда *The Jinro is back* в 2019 году — дизайн был вдохновлён стилем 1970-х.

Содержание алкоголя (ABV) в разбавленном soju постепенно снижалось: с **30% в 1965 году** до **23% в 1999**, **20% в 2006** и до **15% в 2022 году**. Меньшее содержание алкоголя усиливает сладость и снижает горечь вкуса.

Фруктовый soju со вкусами цитруса, грейпфрута и зелёного винограда также набирает популярность с момента своего появления в **2015 году**. Ранее были востребованы напитки с более высоким содержанием алкоголя, но сейчас популярность приобретают более лёгкие варианты, которые лучше сочетаются с едой.

Дистиллированный soju отличается по вкусу и аромату от разбавленного. Он дороже в производстве и продаже. В отличие от разбавленного варианта, дистиллированный изготавливается только из отечественного риса и чистой артезианской воды, добываемой с глубины **более 150 м**.

Бренд **Hwayo** занимает лидирующую долю рынка дистиллированного soju. Процесс ферментации, дистилляции и выдержки придаёт напитку насыщенный вкус.



4 июля 2022 года редакция *Korea.net* посетила завод компании **Hwayo** в городе Ичхон, провинция Кёнгидо. Уже с порога помещение наполнил аромат ферментированного и выдержанного риса. Хранилище было заполнено большими **онги** (глиняные сосуды), достигающими роста человека. На фоне играла классическая музыка.

Генеральный директор производственного отдела Пак Чжун Сонг сказал:

«Мы прилагаем разные усилия, чтобы наш алкоголь был вкусным. Например, включаем хорошую музыку.»

О технологии производства он пояснил:

«После ферментации с использованием чистых микроорганизмов мы проводим дистилляцию под пониженным давлением, чтобы снизить температуру кипения, убрать

запах и подчеркнуть особый рисовый аромат. Затем следует **трёхмесячная выдержка в онги.**»

Подпись слева внизу:

У Hwayo 5 видов алкоголя: четыре с разным содержанием алкоголя, выдержанные в онги, и один — в дубовых бочках.

Подпись к фото в центре справа:

Ведущие корейские бренды разбавленного soju: Jinro, Chamisul и Chum-Churum.

Продолжение — Soju: алкоголь, дарующий «горько-сладкий опыт»

Уровень содержания алкоголя в продукции Hwayo варьируется от **17% до 53%**, а отдельные продукты выдерживаются в **дубовых бочках**, а не в традиционной глиняной посуде. Soju от Hwayo можно подавать в составе **хайболов** или коктейлей с добавлением фруктов и других напитков. Компания экспортирует продукцию в **22 страны**, включая США, Великобританию и Францию.

В отличие от премиального Hwayo, другой дистиллированный бренд — **Won Soju** — ориентирован на широкую аудиторию. Он сочетает корейские и западные подходы к производству алкоголя. Soju дистиллируется из риса *iotomi* (произведённого в Вонджу, провинция Канвондо). Производством занимается компания **Won Spirit**, основанная рэпером **Jay Park**, известным артистом корейской хип-хоп сцены.



Бренд **Won Soju** отличается стильным дизайном, умеренным содержанием алкоголя (**22%**) и доступной ценой — **14 900 KRW** за бутылку 375 мл, что делает его популярным среди молодёжи.

В феврале 2022 года первые **20 000 бутылок** в магазинах были распроданы мгновенно. С **31 марта** продажи перешли в онлайн, но и там бренд быстро заканчивался, что привело к дефициту на рынке.

Новый продукт компании — Won Soju Spirits, с содержанием алкоголя на **2 процентных пункта выше** по сравнению с оригиналом, поступил в продажу **12 июля**

2022 года в сети магазинов **GS25** и супермаркетах **GS The Fresh**. Первая партия в **200 000 бутылок** была распродана всего за **неделю**.

Jay Kim, директор по коммуникациям *Won Spirits*, отметил:

«Первоначально Won Soju создавался для экспорта, чтобы продвигать традиционный корейский алкоголь за рубежом. Благодаря своей чистой основе он идеально подходит для коктейлей.»

Компания получила запросы из **60 стран** и планирует активное онлайн-продвижение. Популярность дистиллированного soju отражает спрос на **премиальный алкоголь** и изменения в культуре потребления.

Ким Тэ Ван, ведущий научный сотрудник Корейского института пищевых исследований, добавил:

«По мере роста доходов появляется всё больше премиальных алкогольных напитков. Спрос смещается от дешёвых, ароматизированных soju в зелёных бутылках к более дорогим версиям с ярким вкусом.»

Подпись под бутылкой слева:

Won Soju, представленный в феврале 2022 года, выделяется стильным дизайном с символом тэгык на каждой стороне бутылки.



Soju: алкоголь, дарующий «горько-сладкий опыт»

Уровень содержания алкоголя в продукции Hwayo варьируется от **17% до 53%**, а отдельные продукты выдерживаются в **дубовых бочках**, а не в традиционной глиняной посуде. Soju от Hwayo можно подавать в составе **хайболов** или коктейлей с добавлением фруктов и других напитков. Компания экспортирует продукцию в **22 страны**, включая США, Великобританию и Францию.

В отличие от премиального Hwayo, другой дистиллированный бренд — **Won Soju** — ориентирован на широкую аудиторию. Он сочетает корейские и западные подходы к производству алкоголя. Soju дистиллируется из риса *iotomi* (произведённого в Вонджу, провинция Канвондо). Производством занимается компания **Won Spirit**, основанная рэпером **Jay Park**, известным артистом корейской хип-хоп сцены.

Бренд **Won Soju** отличается стильным дизайном, умеренным содержанием алкоголя (**22%**) и доступной ценой — **14 900 KRW** за бутылку 375 мл, что делает его популярным среди молодёжи.

В феврале 2022 года первые **20 000 бутылок** в магазинах были распроданы мгновенно. С **31 марта** продажи перешли в онлайн, но и там бренд быстро заканчивался, что привело к дефициту на рынке.

Новый продукт компании — Won Soju Spirits, с содержанием алкоголя на **2 процентных пункта выше** по сравнению с оригиналом, поступил в продажу **12 июля 2022 года** в сети магазинов **GS25** и супермаркетах **GS The Fresh**. Первая партия в **200 000 бутылок** была распродана всего за **неделю**.

Jay Kim, директор по коммуникациям *Won Spirits*, отметил:

«Первоначально Won Soju создавался для экспорта, чтобы продвигать традиционный корейский алкоголь за рубежом. Благодаря своей чистой основе он идеально подходит для коктейлей.»

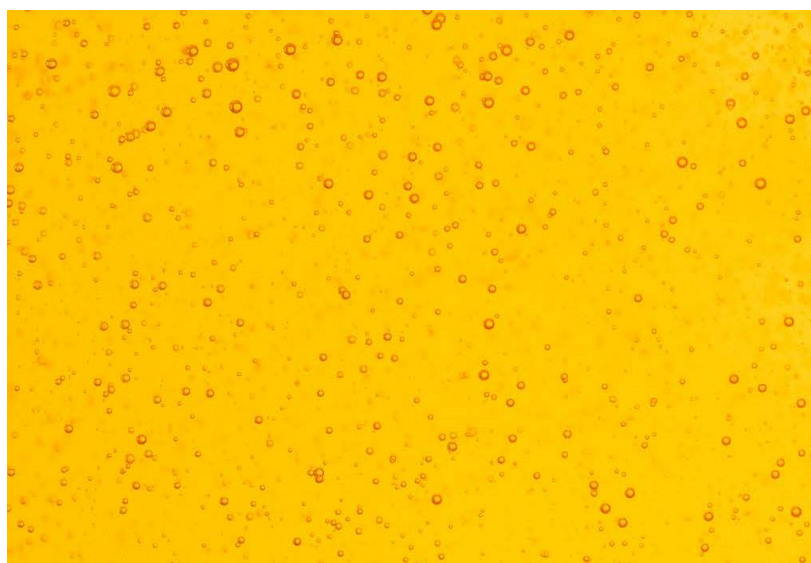
Компания получила запросы из **60 стран** и планирует активное онлайн-продвижение. Популярность дистиллированного soju отражает спрос на **премиальный алкоголь** и изменения в культуре потребления.

Ким Тэ Ван, ведущий научный сотрудник Корейского института пищевых исследований, добавил:

«По мере роста доходов появляется всё больше премиальных алкогольных напитков. Спрос смещается от дешёвых, ароматизированных soju в зелёных бутылках к более дорогим версиям с ярким вкусом.»

Подпись под бутылкой слева:

Won Soju, представленный в феврале 2022 года, выделяется стильным дизайном с символом тэгык на каждой стороне бутылки.



Крафтовое пиво: разрушая иностранные стереотипы о низком качестве

Пивоварня Budnamu

Уникальное здание ханок (традиционный корейский дом) с высоким потолком, через который можно разглядеть стропила и крышу другого строения, выполнено из цементной стены с характерной текстурой. Через стекло можно увидеть бродильный чан для пива и дубовые бочки.

Именно так выглядит пивоварня **Budnamu**, крафтовый бренд, базирующийся в городе Каннын, провинция Канвондо. Компания приобрела помещение старой фабрики *takju* (мутного алкоголя), основанной в 1926 году и закрытой в 2014-м. После реструктуризации пространство вновь открылось в сентябре 2015 года. Это место, где прошлое и настоящее, Восток и Запад, тепло и холод образуют гармонию, а продукция доступна только здесь. Благодаря "сарафанному радио" пивоварня стала популярной достопримечательностью Каннына.

По состоянию на июль 2022 года общее количество посетителей составило около **460 000 человек**, то есть примерно **65 000 в год**.

Основные ингредиенты Budnamu — это рис, сладкий ирис, черная бамия, гречиха, хризантема, кактус опунция, сосновые иглы, картофель, сладкая кукуруза, хурма и клубника, поставляемые с местных ферм.

Генеральный директор Lee Chang-ho отметил:

«Мы развиваем пивоварню с решимостью создать региональное пиво, отражающее традиционные корейские черты и индивидуальность, используя ингредиенты, характерные для корейского алкоголя и местной продукции».

Он подчеркнул, что ключевое слово его пивоварни — «поиск ингредиентов».

Jeju Beer



Компания **Jeju Beer**, основанная в 2015 году, возглавляет стремительно растущий внутренний рынок крафтового пива с долей 28,4%. В мае 2022 года она стала первой пивоваренной компанией, зарегистрированной на вторичном фондовом рынке KOSDAQ.

Пивоварня компании, расположенная в посёлке Халлим-ып на острове Чеджу, занимает три этажа: пивоваренное производство на первом, культурное пространство на втором, где посетители могут попробовать сварить пиво, и бар на третьем, где можно насладиться напитками.

На втором этаже чувствуется аромат ферментации, наполняющий помещение. Это не просто пивоварня, а интерактивное культурное пространство, где можно отдохнуть за бокалом пива. Главный маркетинговый директор Jeju Beer, Квон Джин-у, отмечает:

«Наша цель — сформировать новую пивную культуру на корейском рынке».

Посетители могут увидеть процесс пивоварения и почувствовать аромат и вкус ингредиентов в лабораторно-интерактивном пространстве.



Budnamu Brewery

Пивоварня **Budnamu** — один из ведущих производителей крафтового пива в Корее, активно развивающий этот сегмент. Крафтовое пиво здесь создается небольшими пивоварнями, а термин *sujae-maekju* обозначает «пиво ручной работы, приготовленное с особой тщательностью».

«Сейчас сезон, чтобы попробовать пиво из свежего хмеля, собранного летом», — сказал он, отмечая, что лучшее время для варки — осень.



Хмель выращивается в уезде Сачхон, провинция Канвондо, собирается летом и используется для приготовления сезонного пива. Благодаря этому напиток приобретает свежий вкус и травянистый аромат.

«Прошло более 10 лет с тех пор, как зарубежный журналист сказал, что корейское пиво уступает северокорейскому *Taedonggang*. Это устаревшее мнение», — заявил представитель Budnamu. — «По нашим оценкам, сейчас в стране работает около **150 пивоварен**, выпускающих более **2 000 сортов пива**».



Jeju Beer проводит от семи до восьми туров по пивоварне в день, в каждой группе участвуют 12 человек, а уровень удовлетворенности достигает 97–98%. По состоянию на май 2022 года общее количество посетителей составило около 150 000 человек.

Маркетолог компании **Jeon Beom** говорит:

«Jeju Beer стремится внести вклад в разнообразие корейской пивной культуры, используя разные ингредиенты и выходя на рынок крафтового пива с уникальными сортами».

Основное внимание компания уделяет **эльному стилю пива**, который подчеркивает вкус и аромат, в отличие от освежающего лагера с газом, производимого крупными

корпорациями. Они используют кактусы и арахис с маленького острова Удо близ Чеджу, чтобы придать пиву отчетливо региональный вкус. Квон добавил:

«Наша цель — сделать Jeju Beer лидером пивной культуры».



Компания стремится к тому, чтобы питье пива стало частью культуры, предполагающей осознанное наслаждение напитком и его сочетание с подходящей едой.

«Когда мы разрабатываем новое пиво, мы думаем о блюдах, с которыми оно будет сочетаться», — пояснил он. —

«Мы хотим сделать пиво, которое хорошо сочетается с корейской кухней».

Примеры сочетаний:

- **Jeju Wit Ale** с ароматом мандарина хорошо подходит к жирной еде с Чеджу, например, сырому скумбрии, паровой свинине на дощечке и лапше.
- **Jeju Pellong Ale** (острое) отлично сочетается с кимчи-чжоном (оладьи) и **gobaejang muchim** (острым салатом из медузы).
- **Jeju Geomeong Ale** — более мягкий и светлый, чем тёмное пиво, — хорошо идет с мясом благодаря насыщенному вкусу.

Согласно данным **Корейской ассоциации крафтовых пивоваров**, число пивоварен в стране утроилось — с 54 в 2014 году до 163 в 2021. Объем продаж вырос с 9,3 млрд KRW в 2013 году до 152 млрд KRW в 2021, увеличившись более чем в 15 раз за восемь лет. Ожидается, что в 2023 году продажи достигнут 370 млрд KRW.

Генеральный директор **Lee** отметил:

«Бренды крафтового пива расширяют масштабы производства, конкурируя за уникальность и вкусы, отличающиеся от продукции корпораций и импорта». «Появится ещё больше интересных и ароматных корейских крафтовых сортов».



Премиальный традиционный алкоголь: новые методы и региональные ингредиенты

Писатель: Min Yea-Ji | Фото: Kim Sunjoo | Видео: Lee Jun Young

Винокурня Soolawon расположена в Йоджу, провинция Кёнгидо.

«Я хочу не только сохранять и наследовать традиции, но и делать новые шаги, создавая напитки, которые могли бы стать традицией через сто или двести лет».

Так сказала Кан Джин Хи, генеральный директор винокурни **Soolawon**, рассказывая о **gwahaju** — прозрачном алкогольном напитке, смешанном с небольшим количеством **soju**, который существовал только в старинных документах, но был возрожден её бизнесом.

Название **gwahaju** буквально означает «алкоголь, не портящийся летом». Напиток создается путем добавления алкоголя с высоким содержанием спирта (ABV) к **makgeolli** (молочному рисовому вину) или **yakju** (прозрачному рисовому вину), пока они ещё находятся в процессе ферментации. За счёт этого **gwahaju** не портится и может выдерживать жару, оставаясь сладким и с высоким содержанием алкоголя.



Cool-ution_#2

Фотографии:

© Onmyara Distillery

© Mowall Distillery

Gwahaju (прозрачный алкоголь, смешанный с небольшим количеством **soju**), **soju**, малиновое вино и **makgeolli** (молочное рисовое вино), представленные на фото, были изготовлены винокурней **Soolawon** в Йоджу, провинция Кёнгидо.

Korea.net 14 сентября 2022 года посетил винокурню **Soolawon**, здание которой в средиземноморском стиле сразу привлекает внимание своей черепичной крышей и кирпичной кладкой. Рядом с парковкой находится здание, где посетители могут попробовать свои силы в дистилляции и дегустации напитков. В соседнем двухэтажном здании на первом этаже располагается зона производства, а на втором — лаборатория исследований и разработок новых видов алкоголя.

Кан не происходила из семьи винокуров и не унаследовала эту традицию. Она была обычной домохозяйкой, которая увлекалась корейским алкоголем и его историей. Это вдохновило её открыть винокурню в 2015 году, чтобы делиться корейскими напитками с большим числом людей.



«Мне было грустно осознавать, что наши хорошие напитки исчезают из истории, и тогда я решила возродить *gwahaju*. Подумала: “Хорошо, давай возродим этот алкоголь. Вернём его из прошлого”, — и так началась история этой винокурни», — сказала она.

Пак Джэ Бом — руководитель компании **Won Spirits**, выпускающей **Won Soju**, который стал популярным на внутреннем рынке. Он говорит, что считает Ким Вон Хо, управляющего винокурней **Mowall** в Вонджу, своим «наставником по soju».

В 2020 году **Mowall** получил Президентскую премию за производство **soju** из регионального риса **ttotmi**, который в десять раз дороже импортной тапиоки — распространённого ингредиента в обычном **soju**.



Ким до открытия своей винокурни в 2014 году более 20 лет работал инженером в аграрной отрасли в своём родном городе Вонджу. Он применил технологию ферментации необработанного риса, разработанную Национальным институтом аграрных наук, а также использовал экстракт дрожжей из **nuruk**, полученный от Корейского научно-исследовательского института продовольствия. Это позволило добиться стабильного результата, сократив время ферментации и стандартизовав качество и вкус алкоголя.

«Мы увеличили количество дрожжей в *mitsool* (первичное сусло), чтобы устранить запах *nuruk*, и подтвердили это микроскопическим анализом дрожжей во втором этапе *dosool* (сочетание зерна, дрожжей и воды, добавляемых в *mitsool*). Если дрожжей было много, мы

уменьшали количество *nuruk*, если их было мало — увеличивали, добиваясь точного баланса», — сказала Кан.

Многие игроки в индустрии, такие как Кан и Ким, пришли в неё из любви к корейским напиткам, а не из семейных традиций. Их продукция стала популярной благодаря экспериментам с методами ферментации и ингредиентами, что позволило расширить ассортимент за счёт использования сельскохозяйственных продуктов.

Начиная с 2010 года, частные институты стали систематически обучать искусству винокурения — такие как Korea Studio Sool, Guardian of Korean Traditional Liquor, Susubori Academy и Makegeolli School.

Некоторые выпускники этих программ открыли собственные винокурни, сделав упор на уникальные ингредиенты, методы ферментации и оригинальные рецепты. Такие предприятия способствовали диверсификации рынка. Сегодня такие известные бренды, как **Soolawon**, **Mowall** и **Aire**, стали представителями нового поколения корейского алкоголя.



Cool-ution_#2

Эксперты в области премиальных традиционных напитков первыми распознали ценность нишевого рынка. **Poonjeong Sagye** (2021), **Mowall** (2020) и **A Mir 40** (2018) получили Президентскую премию на премии **Korean Sool Awards**, организованной Министерством сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел Кореи и **Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corp.**

Honey Moon Wine, первое корейское алкогольное вино из мёда, было подано на банкете по случаю инаугурации президента Юн Сок Ёля в мае 2022 года. В том же месяце **Onmyose Kyol**, первое в мире вино из омиджа (шизандры), было выбрано напитком для тоста на саммите Корея–США. Выдержка алкоголя в дубовой бочке была беспрецедентной в производстве традиционного алкоголя, благодаря чему продукт считался новым и экспериментальным.

Домашний **makgeolli** от **Boksoondoga**, поданный на Саммите по ядерной безопасности 2012 года и в 2013 году на ужине с участием глав дипломатических миссий в резиденции Чхонваде, становится всё более популярным среди молодёжи и получил прозвище "*шампанское makgeolli*". Этот напиток изготавливается путём длительной ферментации с использованием домашнего **nuruk** в традиционной глиняной посуде. Благодаря естественной углекислоте, образующейся в процессе ферментации, **makgeolli** от **Boksoondoga** приобретает освежающий эффект, напоминающий шампанское, и рассматривается как представитель нового жанра — *sparkling makgeolli*.

Согласно отчёту Министерства сельского хозяйства о тенденциях на рынке корейского алкоголя, в 2020 году объём продаж традиционного алкоголя вырос с 40 миллиардов вон до 62,7 миллиарда вон, несмотря на снижение общего объёма рынка с 9,2 триллиона вон в 2017 году до 8 триллионов вон. В докладе подчёркивается, что традиционные бренды конкурируют на рынке и обладают высоким потенциалом.

Директор Korea Studio Sool, Пак Рок-Дам, отметил:

«С каждым годом всё больше людей, особенно в возрасте от 20 до 30 лет, получают систематическое образование в области традиционного винокурения», — добавив: «Через 10–20 лет традиционный рынок алкоголя станет гораздо сильнее».

Сегодня и завтра корейских алкогольных напитков

Рю Инсу

Директор Исследовательской лаборатории корейских спиртных напитков

Глобальный рынок алкогольных напитков стремительно меняется. Согласно общим тенденциям, первыми признаками стали: рост числа людей, употребляющих **sool** дома в одиночестве; увеличение онлайн-покупок алкоголя; и рост производства крафтовых напитков на небольших винокурнях.



Эти изменения начались с трансформации культуры потребления алкоголя, которая ускорилась с началом пандемии COVID-19. Взрывной рост числа домашних потребителей серьёзно повлиял на рынок.

Замедление ресторанной индустрии из-за коронавируса сократило количество встреч и поощрило употребление алкоголя дома. По мере роста числа таких потребителей всё больше людей стали интересоваться *новыми, особенными и отличающимися* видами **sool**, которые трудно найти в обычных магазинах. Люди стали искать такие напитки онлайн, что способствовало росту интернет-продаж.

Рост онлайн-продаж алкогольных напитков спровоцировал множество изменений. Ранее дистрибуция ограничивалась физическими точками продаж, но теперь любой, кто производит уникальные виды **sool**, может продавать их онлайн. Это стало решением логистических проблем, с которыми сталкиваются небольшие винокурни.

Корея тоже не осталась в стороне. Согласно отчёту о тенденциях внутреннего рынка, в 2021 году 59,9% потребителей **sool** пили его дома (против 43,8% в 2018 году). Лишь 32,9% употребляли напитки в ресторанах, по сравнению с 45,5% ранее. Это говорит о том, что всё больше людей покупают алкоголь онлайн, а не в магазинах у дома.

Ещё одна важная тенденция — рост числа женщин на рынке производства алкоголя. Если раньше пивоварни в основном управлялись мужчинами, то теперь всё больше женщин-энтузиастов начинают производить **sool**, основываясь на предпочтениях женской аудитории. По данным **Корейского агентства по контролю и профилактике заболеваний**, в 2010 году женщины составляли 43,3% пьющих, а в 2018 — уже 51,2%. Доля мужчин при этом снизилась с 77,8% до 70,5%. Это означает, что всё больше женщин

интересуются производством уникальных видов **sool**, отличных от массовых. Это обнадёживающий сигнал.

Все эти изменения начали формировать новое восприятие **sool**. Ранее этот напиток считался сугубо взрослым, теперь же он стал символом молодёжной культуры, особенно среди **поколений MZ** (миллениалы и Z). Новинки появляются в соцсетях, где молодёжь делится отзывами, что повышает интерес к напиткам и стимулирует продажи.

Sool-ution_#2



За последние 30 лет потребление алкоголя на душу населения в Корее оставалось на уровне 8 литров, но при этом средний доход населения постоянно рос. Это означает, что, несмотря на стабильное потребление, растущий уровень доходов стимулировал рост рынка **premium sool**, где предпочтение отдаётся напиткам с высокой ценностью, а не массовым и недорогим продуктам.

Традиция — это не только прошлое. Традиция развивается. Алкогольные напитки, которые раньше считались старомодными, сейчас активно воспринимаются молодым поколением. То, что когда-то пили, чтобы утешиться от боли, теперь становится предметом ферментационных исследований, используя передовые технологии. Небольшие винокурни проводят научные эксперименты в условиях ограниченного пространства и ресурсов, уделяя внимание качеству.

Если раньше традиционные напитки использовались только в качестве праздничных подарков, то теперь корейцы активно покупают их для себя. Недавно популярность приобрели алкогольные бренды, выпускаемые знаменитостями — это вызвало интерес у молодёжи, которая раньше почти не знала о **sool**.

Рост числа домашних потребителей напрямую повлиял на развитие крафтового производства, побуждая производителей расширять ассортимент. Сейчас акцент делается на премиальные продукты, такие как **супер премиальный makgeolli** (молочное рисовое вино), который стоит около 190 000 KRW за бутылку, тогда как раньше цена составляла 1 000–2 000 KRW. Рост числа женщин-потребителей также стимулирует появление разнообразных продуктов с разной крепостью и вкусом.

Будущее корейского рынка — не в массовом производстве, а в **небольших партиях премиального алкоголя**. Ключ — развивать продукты, отличающиеся от обычных, и объяснять их ценность через культурный контекст. Для этого нужно использовать социальные сети и цифровые платформы: организовывать дегустации, продвигать подписки, давать возможность пробовать напитки небольшими порциями. Это поможет повысить ценность **sool**, увеличить его продажи внутри страны и за рубежом, и сделать так, чтобы **корейский алкоголь покори́л мир**.

Sool-ution #3
Любим корейцами и миром

Pairing Korean food with booze
Сочетание корейской еды с алкоголем

Traditional booze wins over seven Honorary Reporters at tasting session
Традиционный алкоголь покоряет семерых Почётных корреспондентов на дегустации

From boilermakers to luxury drinks, 4 experts discuss Korean booze culture
От простых «бойлермейкеров» до элитных напитков — 4 эксперта обсуждают культуру корейского алкоголя

A warm and familiar feeling: drinking makgeolli in Korea
Тёплое и знакомое чувство: питьё makgeolli в Корее

My sool obsession
Моя одержимость sool

Exhaustive guide for those curious about Korean alcoholic beverages
Подробный гид для интересующихся корейским алкоголем

Sool-ution #3

Сочетание корейской еды и алкоголя



Автор: Юн Соён

При участии: Ким Ёнсу

Фото: Ким Сонджу



Юн Сук-джа, директор Института традиционной корейской кухни в Сеуле, говорит, что корейские алкогольные напитки вкуснее в сочетании с корейскими блюдами. Получив титул «посла корейской кухни», она широко известна как популяризатор хансик (корейской гастрономии) по всему миру.

По её рекомендации Korea.net в рамках двухматериального спецпроекта представляет блюда, которые делают самые популярные виды алкоголя в Корее — makgeolli (молочное рисовое вино), soju (прозрачный дистиллированный или разбавленный алкоголь) и фруктовое вино — ещё более приятными.

Предлагаемые блюда обладают питательной ценностью и хорошо сочетаются с характером каждого напитка. Юн подчёркивает, что блюда помогают насладиться напитками и одновременно приносят пользу здоровью, в духе корейской пословицы: «Пища и лекарство — это одно и то же». Вегетарианцы и веганы также могут наслаждаться этими блюдами, заменяя один или два ингредиента.

Makgeolli и nokdujeon

Юн рекомендовала *nokdujeon* — оладьи из маша, свинины и кимчи — как подходящее сопровождение к *makgeolli*, который считается основным алкогольным напитком простого народа в Корее.

Традиционные круглые оладьи готовятся путём измельчения маша, вымоченного в воде, на мельничном камне с добавлением папоротника, свинины и кимчи, после чего обжариваются в масле. Родом из Индии, маш — это однолетнее растение, широко распространённое по всей Азии. В Корее маш используют для приготовления *bindaetteok* (оладьи из маша), *cheongpomuk* (желе из маша), *nokdujuk* (каша из маша), а проростки маша также распространены в корейской кухне.



«Это блюдо уравнивает пикантный вкус маша с кимчи, свиной, проростками и папоротником и богато незаменимыми аминокислотами и ненасыщенными жирными кислотами, которые способствуют пищеварению и выведению токсинов из организма», — объясняет Юн.

Когда *pokdujeon* едят с *takgeolli*, такое сочетание нейтрализует алкогольное отравление и защищает внутренние органы. Пикантный и лёгкий вкус оладий также гармонирует со сладким и слегка кисловатым вкусом рисового вина.

Согласно *Donguibogam* («Основы восточной медицины»), главному медицинскому труду эпохи Чосон, *pokdu* считается «холодным, сладким и нетоксичным» с эффектом детоксикации, лечения кожных заболеваний и нормализации внутренних органов. Упоминается, что маш снижает жар, утоляет жажду, гармонизирует внутренние органы и успокаивает разум.

Если *pokdujeon* недоступен, его можно заменить на *rajeon* — зелёный луковый блинчик. «*Rajeon* тоже популярен с *takgeolli*, — говорит Юн, — и в народе даже больше, чем *pokdujeon*.»

В Корее, особенно в пасмурные или дождливые дни, многие тянутся к *rajeon*, и этому есть немало объяснений:

«Некоторые говорят, что звук дождя напоминает шипение масла при жарке *jeon*, — говорит Юн. — А кто-то считает, что высокая влажность в дождливый день лучше передаёт аромат жареного *jeon* и обостряет обоняние.»



Bokbunjaju и салат из маша в стиле Кэсона

Bokbunjaju (малиновое вино) — популярное фруктовое вино в Корее, отличающееся насыщенным пурпурным цветом, ярким ароматом и сладким вкусом.

Корейские фруктовые вина, которые в основном производятся из малины или слив, хорошо сочетаются с блюдами, возбуждающими аппетит, поясняет Юн. Благодаря яркому вкусу и аромату, такие вина, как правило, хорошо дополняются блюдами с выраженным вкусом.



Юн рекомендовала салат *muk muchim* из маша в стиле Кэсона как идеальную пару к *bokbunjaju*.

Маш также используется в салате *muk muchim*, названном в честь города Кэсон на севере Кореи, возле межкорейской границы. В эпоху династии Корё (918–1392) Кэсон был столицей. Этот салат готовят из мелко нарезанного желе *cheongprotuk* (желе из маша), заправленного кунжутным маслом, солью, а также посыпанного водорослями и кунжутным порошком.

Muk muchim отличается чистым вкусом и мягкой текстурой, которая раскрывается особенно ярко в сочетании с ароматным кунжутным маслом и хлопьями. Когда *bokbunjaju*, обладающий насыщенным ароматом и сладким вкусом, подаётся с таким салатом, он не забивает вкус блюда, а напротив — усиливает его и создаёт вкусовую гармонию.

Салат из маша в стиле Кэсона характеризуется лёгким вкусом и плотной текстурой. В сочетании с фруктовым вином вкус блюда и напитка раскрываются одновременно, сохраняя баланс.

Пиво и фаршированные огурцы в стиле Кэсона

Oiseon (фаршированный огурец) прекрасно сочетается с пивом, отмечает Юн. Это блюдо получило международное внимание в 2018 году, когда его подали на ланче с участием лидера КНДР Ким Чен Ына и президента США Дональда Трампа на саммите в Сингапуре.



Oiseon готовится из огурцов, которые начиняются тонко нарезанной говядиной и чёрными древесными грибами. Перед приготовлением огурцы на несколько секунд опускают в кипящую воду с щепоткой соли, чтобы придать им лёгкий вкус. Начинка также включает кедровые орехи, грибы, обжаренные яйца и кусочки говядины.



Для усиления кислого вкуса добавляют соус из уксуса и сахара. *Oiseon* в стиле Кэсона отличался диагональной нарезкой.

«Газированное и терпкое пиво хорошо сочетается с кислинкой блюда, усиливая вкус каждого из них, — говорит Юн. — *Oiseon* также содержит много влаги и калия, действуя как щелочной продукт.»

Она объясняет, что организм теряет калий при употреблении алкоголя, а потому «употребление *oiseon* помогает вывести натрий и другие отходы из организма, при этом восполняя запасы калия, что полезно для здоровья.»



Soju и свинина *dwaеji bulgogi* в стиле Кэсона

Soju — традиционный прозрачный алкогольный напиток, разливаемый в культовые зелёные бутылки — широко известен как средство, утешающее печали тысяч корейцев, что неоднократно показывалось в фильмах и телесериалах. В последнее время напиток стал популярным во всём мире благодаря корейскому контенту, например сериалу Netflix «Игра в кальмара».

Soju настолько популярен, что в интервью для Korea.net в ноябре 2021 года тогдашний президент Коста-Рики Карлос Альварадо Кесада признался в любви к напитку. Он даже сказал, что его отец просил купить «зелёные бутылки».



Юн Сук-джа, директор Института традиционной корейской кухни в Сеуле, рекомендует сочетать *soju* с *dwaеji bulgogi* в стиле Кэсона (маринованная жареная свинина).

«*Samgyeopsal* (жареный свиной бок) — это, пожалуй, самая популярная закуска к *soju*, но и другие виды свинины прекрасно сочетаются с этим напитком», — сказала она.

«Благодаря высокому содержанию алкоголя, *soju* хорошо сочетается с белковыми блюдами, такими как говядина, свинина или курица. Белок помогает уменьшить нагрузку на желудок и ускоряет выведение алкоголя из организма», — добавила она. *Dwaеji bulgogi* в стиле Кэсона получило множество положительных отзывов от иностранных гостей на корейских фестивалях еды.



Блюдо готовится по той же технологии, что и *samgyeopsal*: свинина маринуется в соусе из ферментированных креветок и пасты из красного перца чили, а затем жарится на углях.

Юн объясняет, что жирное мясо, особенно в сочетании с напитками с высоким содержанием алкоголя, помогает защитить желудок и кишечник. В Западной культуре, например, перед употреблением крепкого алкоголя часто подают сыр — в Корее ту же функцию выполняют мясные блюда.

Она также отметила, что Кэсон, её родной город и ныне город в Северной Корее, славится своей кухней. Там готовили разнообразные блюда из риса и мяса: от тушёных до приготовленных на пару. К примеру, мясо *tokaek* (котлеты из свинины) подавалось вместе с *samgyetang* (супом из курицы с женьшенем).



Традиционные напитки покорили семерых Почётных репортёров на дегустации

Шелковистый и молочный *makgeolli* (рисовое вино), тёмно-жёлтый *yakju* (прозрачный алкогольный напиток) и кристально чистый *soju* — все эти традиционные корейские напитки подаются в рюмках с лёгким звоном.

Семь Почётных репортёров держали рюмки обеими руками, как предписывает корейский этикет питья. Каждый раз, делая глоток, они не могли скрыть восхищения. 1 апреля 2022 года они посетили галерею *Sool Gallery* рядом со станцией Anguk в районе Чонно, Сеул, чтобы попробовать традиционные корейские напитки, которые обычно сложно найти.

Семёрка была выбрана за интерес к алкоголю и опыту знакомства с корейскими напитками.

Участники приехали из России, Сербии, Вьетнама, Нигерии, Сингапура, Гонконга и Филиппин — но всех их объединяла любовь к алкоголю. Их средняя «норма» — две бутылки *soju*, что эквивалентно 14 рюмкам. Будучи жителями Кореи, они признались, что любят *soju*, пиво и *makgeolli* так же, как напитки своей родины.



Нео Хуи Йинг из Сингапура, посетившая дегустацию в Сеуле после поездки из Пусана, сказала: «Попробовав свежий *makgeolli* в Корее, я была настолько очарована, что захотела узнать о нем больше».

Исидора Симениович из Сербии, чья семья владеет винокурней *ракия* (традиционная балканская фруктовая водка), сказала: «*Soju* и пиво, что я пробовала раньше, были слабыми и невкусными», добавив: «Я почувствовала, что у корейского алкоголя гораздо больше граней, поэтому и подала заявку на участие».

Мунг Сю Йинг из Гонконга сказала: «В Корее легко найти уроки по приготовлению кимчи, но вот узнать об истории и вкусах корейского алкоголя — редкая возможность».

Sool Gallery — это интерактивный центр, организованный Министерством сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел Республики Корея и Корейской корпорацией по рыболовству и продовольственной торговле. Галерея продвигает корейские традиционные напитки: *takju* (мутное рисовое вино), *yakju* и *cheongju* (прозрачные алкогольные напитки), а также фруктовое вино и дистилляты.



На дегустации было представлено шесть традиционных алкогольных напитков, признанных нематериальным культурным наследием Кореи: *munbaeju* (грушевая водка), *Andong soju*, *Myeoncheon dugyeonju* (ликёр из азалии), *Hansan sogokju* (сладкий рисовый ликёр), а также *makgeolli* от *Geumjeongsanseong* и *Songmyeongseop*.

Выбор напитков учитывал регион происхождения. Хотя все они известны как премиальные бренды, в повседневной жизни их трудно найти из-за ограниченных каналов распространения. Почётные репортёры признались, что никогда ранее не пробовали пять из шести представленных напитков, за исключением *makgeolli* от *Geumjeongsanseong* — самого популярного в Пусане.

Дегустация началась с *makgeolli* с низким содержанием алкоголя, а затем продолжилась *cheongju* и дистиллятами. Софья Ананина из России, попробовав *Songmyeongseop makgeolli*, сказала: «Он совсем не такой, как другие сладкие *makgeolli*, которые я пробовала раньше». После *Myeoncheon dugyeonju* Тити Айянво из Нигерии, подыскивая напиток на весну, сказала: «Я точно чувствую цветочный аромат! Я наконец-то нашла идеальный напиток для весны».

Мунг, также пробовавшая этот напиток, сказала: «Хотя это дистиллят, он шёлковистый, с отличным послевкусием, как у вина». Во время дегустации *munbaeju* семеро пытались угадать аромат, исходящий от напитка. Когда сомелье по традиционным напиткам сообщил, что это — груша, участники ответили, что догадались об этом, но только после нескольких глотков.



Наконец, после дегустации крепкого *Andong soju*, участники были удивлены тем, насколько мягко он проходит в горле, отметив, что этот напиток сильно отличается от других видов *soju*, которые они пробовали раньше. После завершения дегустации они признались, что их отношение к традиционному корейскому алкоголю изменилось.

Симениович сказала: «Я не была фанатом *soju*, но после напитка с высоким содержанием алкоголя стала им».

Нео добавила: «Раньше я думала, что корейский алкоголь — это только *soju* и пиво, но теперь понимаю, насколько он разнообразен», добавив: «Живя в Корее, я собираюсь попробовать их все».



До дегустации Ананина говорила: «Цель корейского алкоголя — это просто напиться», — но после изменила свое мнение и в этом.

«В отличие от массово производимых алкогольных напитков, которые я вижу в магазинах, те, что были представлены на дегустации, были богаты вкусом, возможно, благодаря традиционным методам приготовления», — сказала она. «Даже *soju* оказался традиционным и особенным».



Традиционный корейский алкоголь производится из местных сельскохозяйственных продуктов и получает официальный статус только после утверждения Администрацией культурного наследия, которая оценивает его традиционность по истории, вкусу, технологии приготовления и состоянию напитка.

Директор *Sool Gallery* Нам Сун Хи сказала: «Традиционный алкоголь — это одна из тех категорий продуктов, которые наш народ лучше всего понимает, потому что он сделан из риса, а рис — часть нашей повседневной жизни».

От «boilermaker» до премиального алкоголя: четыре эксперта обсуждают культуру корейских напитков

Автор текста: Мин Ён Джи

Фотографии: Ким Сонджу

Видео: Ли Джун Ён

(Подпись к фото внизу страницы:)

На фото по часовой стрелке сверху слева: генеральный директор Won Spirits Джей Пак, директор Korea Studio Sool Пак Рок-Дам, директор по коммуникациям Won Spirits Ким Хе Джун и генеральный директор Danhwa Ли Джэ Ук.



Музыкальный клип рэпера PSY *Hangover* (2014) дает представление о корейской культуре питья.

После провозглашения тоста он слегка наклоняет голову вбок, делает глоток из бокала, смешивает *poktanju* (boilermaker: сочетание сожу и пива), а на следующий день идет в сауну, чтобы облегчить похмелье. За восемь лет после выхода этого клипа в Корее многое изменилось в культуре потребления алкоголя.

Даже иностранцы, ранее резко высказывавшиеся о корейском алкоголе, теперь высоко оценивают разнообразную культуру питья и социализации. *Korea.net* взял интервью у четырех экспертов по *sool* (корейским спиртным напиткам), чтобы лучше понять, как меняется культура питья в стране. Это Джей Пак, глава компании *Won Spirits*, популяризовавшей недистиллированное сожу; Ким Хе Джун, директор по коммуникациям этой же компании; Ли Джэ Ук, CEO первой в стране подписной платформы на традиционные напитки *Sool Danhwa*; и Пак Рок-Дам, директор *Korea Studio Sool*, восстановивший более 800 видов традиционного *sool*.



Хитовый бренд Won Soju от Won Spirits стал одним из главных трендов этого года на рынке корейского алкоголя. Почему вы выбрали именно сожу и его дистиллированные версии?

Пак: Когда я был моложе, я предпочитал пить в заведениях, где можно было спокойно побеседовать, а не в шумных клубах. Я считал сожу скучным напитком. Тогда я решил

сам разобраться в процессе его производства и захотел сделать хороший продукт. Люди часто считают зеленую бутылку сожу признаком «низкого качества» или крепкого напитка, и я хотел изменить это восприятие. Я стал гордиться дистиллированным сожу, который по-настоящему можно назвать «драгоценным напитком». Мы привыкли заботиться о том, что едим, выбираем органическую и полезную пищу. Разве не стоит так же заботиться о том, что мы пьем?

Пак и Ким: Главное — получать удовольствие от напитка. Мы любим и обычное разбавленное сожу в зеленой бутылке. Мы хотим сказать, что алкоголь в Корее — это не только сожу в зеленой бутылке.

Зеленая бутылка сожу — незаменимая часть «boilermaker» на хэсике (корпоративный ужин после работы). Как вам атмосфера на хэсике?

Ким: Когда я только начал работать, я пил со своими начальниками, чтобы наладить отношения, но мне не нравились ни культура «boilermaker», ни выпивка, которая не подходила мне по вкусу. Честно говоря, я не люблю такую культуру питания.

Пак: Но когда ты участвуешь в хэсике, пьешь и общаешься, это сближает людей. Именно поэтому хэсик важен.

Ким: Согласен. Как сочетание еды и напитков, так и сочетание людей во время совместного питания — вот что мне нравится в хэсике.



Korea.net 97

Вы запустили первую в стране подписную платформу на традиционный sool, и вам всего чуть за двадцать. Как вы к этому пришли?

Ли: Я мало знал о традиционном алкоголе, потому что учился в университете в Гонконге. Случайно попал на выставку традиционного алкоголя и был поражен его разнообразием. Тогда я узнал, что традиционный sool — это единственный вид алкоголя в Корее, который

можно купить онлайн. Но процесс оказался сложным, и я не знал, что выбрать. Тогда я решил проложить путь сам.

Как вы решаете, какой алкоголь рекомендовать покупателям?

Ли: Изначально мы давали очень простые рекомендации — например, рассказывали, что напиток с богатой историей хорош для особого случая. Если человек хочет сделать «фото на всю жизнь», мы подскажем ему напиток на всю жизнь. Мы объясняем, какой *sool* подходит к какому событию, с какими блюдами он сочетается и каков на вкус.

Что ценят подписчики вашей подписной службы?

Ли: Пользователи нашего сервиса *Sool Danhwa* совершают продуманные покупки. Они могут легко купить сожу или пиво в обычных магазинах, но с нашей подпиской каждый месяц пробуют новые напитки. Думаю, наши подписчики больше других ценят вкусы и ароматы еды и алкоголя. Даже если они пьют всего один бокал, им важен опыт и ценность потребления.



Poktanju — это бокал пива с добавлением шота сожу. Этот напиток считается частью корейской культуры питания. Когда он появился?

Пак: *Poktanju* — относительно недавнее явление, не связанное с культурой наших предков. Она возникла из-за индустриализации и удешевления алкоголя, а также перехода от застолий в домах к выпивке на улице. Люди начали смешивать крепкий сожу с пивом, чтобы быстрее пьянеть. Это привело к чрезмерному потреблению и злоупотреблению.

Как корейцы изначально употребляли *sool*?

Пак: Алкоголь пили во время еды. Люди не стремились напиться, так как были сыты.

Главное — пить в хорошем настроении. Классическая музыка сопровождала питание, а иногда и ритуалы, что способствовало развитию таких искусств, как каллиграфия и живопись. Настоящая культура — это не крики «пей еще!», а гармония.

Атмосфера сегодня и в эпоху Чосон (1392–1910) очень различаются. Не слишком ли сложно сравнивать эти периоды?

Пак: Я не стремлюсь вернуть эпоху Чосон, но хочу осознанно возрождать нашу культуру питания. Меня вдохновляет молодежь, изучающая *sool* и его производство. Когда я открыл студию 25 лет назад, средний возраст моих учеников был 58 лет. Молодежь — редкость. Сейчас большинство студентов — в возрасте чуть за тридцать. Перемены уже начались. Верю, что через десять лет именно они изменят культуру питания.



Что миру следует знать о корейской культуре алкоголя?

Пак: Иностранцы часто слышали о *takgeolli* и вспоминают желтый чайник, из которого его подают. Это стало обычным лишь после Корейской войны (1950–53), когда страна была крайне бедна. Я хочу, чтобы люди знали: *sool* пили из керамики, фарфора и бронзы, а не из дешевой пластиковой посуды.



Теплое и знакомое чувство: пить *makgeolli* в Корее
Автор: Родриго Коронель, посол Никарагуа в Корее

Дорогой читатель, я пишу этот рассказ не как размышление или экспертный анализ, а как простое воспоминание о моих искренних чувствах, возникших в процессе открытия для себя традиционного корейского алкоголя и радости делиться им с друзьями.

Я живу в Корее чуть больше года. Я искренне наслаждаюсь её природой, ярким образом жизни и культурой. Но больше всего я полюбил людей и гастрономию этой страны, особенно традиционное молочное рисовое вино — *makgeolli*.

Я впервые попробовал *makgeolli* во время одного из своих походов по гастрономическим рынкам, известных как *rojangmacha*. Ряды уличной еды, при ближайшем рассмотрении, оказались настоящим «раем *sool*». Пока я поедал разнообразные блюда из крови, жареные каштаны, рис и *kimchi* — пищу, которая согревает душу, — я почувствовал, что нуждаюсь в освежающем напитке.

Обычно я не ошибаюсь, выбирая проверенную пару — *soju* и пиво. Но в тот день я захотел попробовать что-то новое. Я быстро осмотрел ассортимент алкоголя, и мой взгляд упал на пластиковую бутылку с молочным содержимым. Я налил его в прекрасно округленную металлическую чашу — текстура этого напитка тут же напомнила мне родину. Я замер на секунду, пораженный тем, насколько она напоминала напиток из кукурузы и *chicha*, который я часто пил в Никарагуа. Наслаждаясь мягким вкусом и насыщенностью, я испытал флешбэк из детства. Друзья мои, *makgeolli* оказался по вкусу и текстуре именно как *chicha*. Это была любовь с первого глотка.

Первый вкус вина открыл передо мной бескрайнее любопытство к корейскому алкоголю и всему, что с ним связано. К моему удивлению, я узнал, что *makgeolli* бывает в самых

разных вариациях — я насчитал 28 видов: игристые и неигристые, с осадком и без, молочные, мягкие, крепкие и легкие.

Но самое большое открытие было не в самом *makgeolli*, а в атмосфере, которая его окружает. Культура питья среди корейцев — это дружба, обмен, веселье и воспоминания. Она отражает традиции моей родной Никарагуа. О, какое это тёплое и знакомое чувство — разделить традиционный напиток с людьми, чья культура заставляет чувствовать себя как дома.

Моя *sool*-одержимость

Автор: Дастин Весса, сомелье по корейским алкогольным напиткам



Я переехал в Сеул в 2005 году, чтобы изучать корейскую историю и, надеясь, получить диплом. Это приключение включало множество поздних вечеров, подпитанных зелёными бутылками *soju*, массово производимого алкоголя в Корее. Я наблюдал за потоком сотрудников в костюмах, переходящих из одного бара в другой. Я брёл по закусточным и мрачным подвалам, полным сигаретного дыма и дешёвого пива, стремясь как можно чаще растворяться в городской жизни. Я хотел ощутить пульс города, погрузиться в культуру и найти срез городской Сеульской повседневности. Это путешествие вниз по кроличьей норе оказалось захватывающим. Где-то там я и открыл для себя любовь к *sool*.

Иногда, среди этих зелёных бутылок и учебных занятий, я находил места, где предлагали *dongdongju* — домашнее *makgeolli* (молочное рисовое вино). *Dongdong* значит «плавать», и вино было настолько свежим, что на его поверхности ещё плавали зёрна риса. Это было моё первое *craft sool*. Оно имело сладковатый вкус, сливочную текстуру, фруктозность, кислинку йогурта. Очаровательное, слегка пьянящее — именно оно стало началом моего многолетнего поиска идеального глотка. Понадобилось пару лет, чтобы я начал делать первые шаги в мире пивоварения.

Изучение основ пивоварения

Я открыл свой первый ресторан, Dandy Pink, в Сеуле в 2012 году. Именно там друг научил меня варить *craft makgeolli*. Сначала наши попытки были редкими. Я стал использовать дикие дрожжи и экспериментировать с ферментацией. Любовь к диким вкусам и ферментации привела к первому фестивалю *Foraged Feast* в 2015 году, где мы подавали сезонные блюда вместе с нашим *домашним makgeolli*.

Во время этого фестиваля мы поставили на столе 20–1 порций домашнего *makgeolli* на каждого гостя. К ужину из 12 гостей на кухне готовилось всё спонтанно. Такое соотношение алкоголя к гостям создавало волшебную атмосферу. Каждый глоток открывал что-то новое. Мы осознали, что *sool* стоит в одном ряду с великими крафтовыми напитками. Казалось, мы были на пороге нового пробуждения.



С годами моих базовых знаний стало не хватать. Откуда берутся все эти сложные вкусы?

Что делает *sool* таким насыщенным, если он состоит всего из трёх ингредиентов: риса, воды и *nuruk* (закваски)? Что такое *nuruk* и как он создаёт такую сложную палитру вкусов?

Я поменял направление — ушёл от кухни и полностью сосредоточился на изучении *sool*. В 2018 году я получил первую сертификацию как *sool*-сомелье. В последующие два года я стал мастером-дистиллером и пивоваром. Именно на этих небольших курсах я начал по-настоящему понимать магию *sool*.

Для меня сертификация — это лишь отправная точка. Моя цель — понять, как строить с нуля. Я хотел поднять *sool* на новый уровень, вывести его из тени. Но как? На тот момент не было ни сомелье по *sool*, ни руководств — лишь энтузиасты. Сцена малых пивоварен только зарождалась.



Первые шаги в индустрии

Однажды молодой шеф, открывавший ресторан высокой кухни, попросил меня разработать и курировать программу фудпейринга. Взамен он попросил отказаться от винной карты. Я предложил сосредоточиться исключительно на *sool* — подчеркнуть его уникальный характер, чтобы раскрыть потенциал традиционного алкоголя в гастрономическом пространстве. Он согласился. У меня был опыт в индустрии *fine dining*, но я никогда не был *sool*-сомелье. Однако я глубоко понимал процессы пивоварения, тренировал вкус и с энтузиазмом взялся за расширение границ представлений о *sool* в мире еды и напитков.

Как главный (*читай: единственный*) сомелье, я разработал программу, отбор, проводил дегустации и вёл гостей.

Хотя заказывать напрямую у «нано-пивоварен» было бухгалтерским кошмаром, это оставалось единственным способом сохранить уникальность ассортимента.

Уже через несколько месяцев 70% гостей заказывали напитки из пейринга — невиданное число для отрасли. Наш эксперимент стремительно набирал обороты. Нам срочно требовались ещё *sool*-сомелье, но их просто не существовало. Тогда мы обучили нашего управляющего, менеджера зала и официантов — и они присоединились. Наш ресторан получил первую звезду Мишлен уже через год после открытия — впервые за *sool*. Нам нужна была новая платформа и более широкая аудитория, чтобы двигаться дальше. Я понял: пришло время снова идти впереди всех.

Идеальный глоток

Телевизионщики начали звонить. Все хотели узнать, чем *sool* отличается. Хотели показать ремесло, культуру, историю. Снимали документалки, передачи, интервью. Им был нужен кто-то, кто покажет «идеальный глоток». И я отправился в путь — учиться у мастеров, снимать, рассказывать миру.

Мастера столь же разнообразны, как и сам *sool*. Дать им одно определение невозможно. Единственное подходящее слово — «выжившие». Каждая встреча открывала не только техники и науку, но и важность сосредоточенности, внимания к деталям.

Видите ли, премиальный *sool* не пастеризуется. В нём нет стабилизаторов, консервантов, хмеля. Вкус и аромат передаются поколениями. У каждого мастера — свой стиль, форма, придающая напитку характер.



Ремесло и магия держатся на их технике и *nuruk*. Их мастерство пережило запреты, порой уходило в подполье, сохранялось в семьях, профессиях, несмотря на нехватку риса. Благодаря им у нас есть этот напиток — и я поднимаю бокал за их труд.

Прошло уже более десяти лет. Что я могу сказать? Волну не остановить. Интерес к *sool* стал глобальным. Маленькие курсы стали полноценными школами. Появляются новые бренды, растёт аппетит к необычному. Новая волна *sool*-революции зовёт нас искать и пробовать, находить свой идеальный глоток.

Сегодня, в этот особенный момент в истории Кореи, у нас есть шанс вновь связать тысячелетние традиции с настоящим. Я поднимаю бокал за винных знатоков, барменов, коктейльных энтузиастов и мастеров-сомелье — всех, кто открыл для себя *sool*. Мы стоим на пороге революции, и я рад быть её частью. Время пришло — пора искать свой идеальный глоток *sool*.

Полный гид для тех, кто интересуется корейскими алкогольными напитками

Автор: Ли Джун Мин, директор платформы традиционного алкоголя *Daedonggyeojudo*

Традиционные алкогольные напитки стремительно выходят на массовый рынок алкоголя в Корее. Изготавливаемые из широкого спектра сельскохозяйственных продуктов со всей страны, *sool* завоёвывает популярность у потребителей благодаря своей многогранной привлекательности. Несмотря на то, что его называют «традиционным», эти напитки полны новизны. От *takgeolli* (молочное рисовое вино), *yakju* (прозрачный алкоголь) и дистиллированных напитков до вин — в Корее существует множество видов традиционного алкоголя.

Такие напитки также создаются с креативным подходом — путём экспериментов с самыми разными ингредиентами: рисом, ячменем, пшеницей, бататом и даже целебными травами и специями. Использование вкусных местных фруктов — винограда, клубники, мандаринов, киви, персиков — открыло практически бесконечный мир *sool*. Перед вами краткий FAQ для иностранцев, желающих больше узнать о традиционном корейском алкоголе.



Ли Джун Мин — эксперт в области традиционных корейских алкогольных напитков. С 2014 года она руководит платформой *Daedonggyeojudo*, продвигающей традиционный алкоголь. Она консультировала около 200 пивоварен по всей стране и судила конкурсы традиционных напитков.

Что такое традиционный алкогольный напиток?

Словарь определяет *sool* в Корее как алкогольный напиток, приготовленный с использованием традиционных методов. Однако в более широком смысле под это определение попадают напитки, производимые людьми, официально признанными хранителями нематериального культурного наследия на национальном, муниципальном или провинциальном уровне, мастерами кулинарии или региональными специалистами. Важнейшим требованием является то, что напитки должны быть изготовлены из сельскохозяйственного сырья, произведённого, ферментированного и приготовленного в Корее.

Сколько видов традиционного алкоголя существует в Корее?

Трудно точно сказать, сколько видов традиционного алкоголя доступно на рынке. В стране насчитывается около 800 винокурень, производящих множество разновидностей *makgeolli*. Объём внутреннего рынка традиционного алкоголя вырос на 56% — с ориентировочно 40 трлн вон в 2017 году до 62,7 трлн вон в 2020-м.

В отличие от повсеместных зелёных бутылок с соджу или пивом, в чём преимущества традиционного алкоголя?

Я бы отметил использование высококачественных сельскохозяйственных продуктов, выращенных в Корее. Традиционный *sool* в основном изготавливается из риса, воды и *nuruk* (закваски), а разнообразие дополнительных ингредиентов позволяет придавать напиткам уникальный вкус. Например, хризантемы — для ликёра из хризантем, азалии — для *dugyunghwa* (ликёра из азалий), а также побеги сосны, листья лотоса или женьшень — для создания особых напитков. В наши дни используется множество фруктов и ягод. Например, в Корее можно найти *makgeolli* из винограда сорта шайн маскат, мандаринов, айвы и мушмулы, которые становятся всё более популярными среди потребителей.

Каков, по вашему мнению, главный плюс традиционного алкоголя?

Традиционные напитки обладают бесконечным вкусом, причём их главное преимущество — практически неограниченное разнообразие. Их вкусовой спектр варьируется в зависимости от типа напитка, алкоголя, закваски, основных и дополнительных ингредиентов, а также методов ферментации и выдержки. Основные виды *sool* включают *makgeolli*, наиболее распространённый напиток, *yakju*, *soju* и дистиллированные фруктовые ликёры из ферментированных и созревших плодов. Используется широкий спектр зёрен, фруктов, трав, лекарственных растений и даже цветов. Всё это придаёт напиткам удивительное разнообразие и делает каждый вкус уникальным. Я горжусь корейским *sool*, потому что большинство этих вкусов невозможно найти за границей.

Какие традиционные напитки нравятся иностранцам?

Иностранцы часто проявляют интерес к новым вкусам и ингредиентам, особенно к тем, что им незнакомы. Например, *leegangju* нравится за терпкость, он изготавливается из груши, имбиря, куркумы, корицы и *otija* (ягоды шизандры), которая объединяет пять вкусов — сладкий, кислый, горький, острый и солёный. Вкус *otija* настолько уникален, что его невозможно найти за рубежом, именно поэтому напиток *Omisane* от бренда Ominara часто подают на официальных банкетах.

Какой напиток был любимым у королей или исторических фигур?

Я бы выбрал *gamhongno*, так как он чаще всего упоминается в старинных источниках. Это один из трёх основных напитков Пхеньяна (вместе с *naengmyeon* и *gomguksu*) и считался любимым напитком учёных, художников и женщин-исполнительниц *gisaeng*. В сказании «Песнь Дворца Подводного Мира» (*Sugungga*), одно из пяти классических корейских пансори, черепаха соблазняет кролика выпить *gamhongno*, чтобы затащить его во дворец.

Известные исторические фигуры, такие как Хван Джини, прославленная *gisaeng* эпохи Чосон, были поклонниками *gamhongno*. Говорят, что она называла неоконфуцианского учёного Со Хвадама «женоподобным» за то, что он сравнивал напиток с его цветом.

В традиционном алкоголе также есть необычные напитки, такие как *yihwaju*, йогуртоподобное вино, которое едят ложкой. Есть ли ещё что-то с необычным вкусом или ингредиентами?

Yihwaju был самым популярным видом *takju* (мутного алкоголя) среди аристократов династии Корё. Вино изготавливается путём добавления *nuruk* во время цветения груш. Другой известный напиток — *baekseolhwaju*, получивший своё название из-за ярко-белого цвета, который напоминает снег. Он необычен и часто подаётся с печеньем. Также есть *anjeongsul*, специальный алкоголь для *sikdang* (сидячих банкетов), который может опьянить всего с одной-двух рюмок.

Как правильно наслаждаться ароматом и вкусом традиционного алкоголя?

Не стоит настаивать на том, чтобы пить традиционный *sool* только из керамической посуды — это может ограничивать вкусовое восприятие. Используйте бокалы разных форм и стилей дома. *Makgeolli*, например, можно пить с фруктовым сиропом как коктейль. Дистиллированный *soju* с высоким содержанием алкоголя можно пить в чистом виде без опасений, сочетая с любыми закусками на ваш вкус — даже не корейскими.

Как корейцы избавляются от похмелья?

Корейцы обычно лечат похмелье супами, такими как *kongnamul-guk* (суп из пророщенной сои), *bogguk* (суп из рыбы-фугу) или *hwangtaeguk* (суп из вяленой минтай). Некоторые выбирают острый *gamyeon* (лапшу быстрого приготовления), считая, что пряный и освежающий вкус супа помогает организму быстрее вывести алкоголь. Также популярны различные средства от похмелья, доступные в магазинах. Если вы плохо переносите алкоголь, лучшее средство — как можно больше воды и тёплого чая в течение следующего дня.

Какие винокурни вы рекомендуете посетить в Корее?

По всей стране есть множество винокурен, достойных посещения. Рекомендую топ-50, выбранных Министерством сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел. Среди любимых иностранцами винокурен: Sanmeogu Farm в Пхаджу (Кёнгидо) — за виноградные вина, Yesan Apple Winery в Йесане (Чхунчхоннамдо) — за яблочные вина, Omirara в Мунгёне (Кёнсанбукдо) — за *otija* (шизандровое) вино. Винокурни с богатой историей: Sinpyeong Brewery в Танджине и Yangchon Brewery в Нонсане, обе в провинции Чхунчхоннамдо.

Где в Корее можно купить большой выбор традиционного алкоголя?

Число мест, где продаётся традиционный алкоголь, стремительно растёт — от специализированных магазинов до супермаркетов и удобных магазинов у дома. Многие бары и рестораны подают блюда с традиционным *sool*. В Sool Gallery в деревне Букчон Ханок в Сеуле (<https://naver.me/5MUSLtEr>) можно попробовать широкий выбор напитков и закусок. Тем, кто хочет заняться производством, стоит посетить The Sool Company (www.thesoolcompany.com) и район Хвехва-дон в Сеуле.

Чем отличается *soju* в зелёной бутылке от дистиллированного *soju*?

Soju в зелёной бутылке — это самый продаваемый недорогой алкоголь в мире, но это не дистиллированный *soju*, а разбавленный. Для удешевления используют импортное сырьё, а само производство — это непрерывная дистилляция с последующим разбавлением водой и добавлением подсластителей. Более 95% алкоголя — это *ethanol* (спирт). Поэтому

для многих иностранцев этот *soju* напоминает по запаху санитайзер, и они редко пьют его больше одного раза.

А вот дистиллированный *soju* — это алкоголь, полученный в результате ферментации и перегонки зерновых культур. Раньше его называли *hwaju* (огненное вино), потому что его нагревали, *baekju* (белое вино) — из-за цвета и чистоты, и *soju* — потому что собирался как капли росы. Такой напиток хорошо сочетается с жирной едой, очищает вкус и идеально подходит к блюдам вроде *samgyeopsal* (жареный свиной грудинки), *galbi* (рёбрышки) и барбекю.



