

УДК 663.2

DOI: 10.34670/AR.2021.60.22.027

Китайская винная культура и перспективы китайско-российского культурного обмена в области винной торговли

Ли Юань

Преподаватель,
Столичный педагогический университет,
100048, Китайская Народная Республика, Пекин, район Хайдянь, ул. 3-я Кольцевая, 83;
e-mail: Li_Uian@yandex.ru

Аннотация

Как продукт с многовековой историей, вино не только занимает уникальное место в культуре питания многих стран, но и оказывает, в свою очередь, определённое влияние на формирование многих культурных традиций, воплощая в себе значимые духовные, эмоциональные и ценностные компоненты. Китайская винная культура - это составная часть аграрной культуры, с разнообразным содержательным наполнением как в материальном, так и в духовном плане. Вино, как социально значимый продукт потребления, имеет долгую историю производства и распространения - как в России, так и в Китае - и стало показательным маркером культурных особенностей русского и китайского этносов. Его культурная ценность переросла рамки социального потребительского продукта в общем смысле и стала одним из наиболее представительных культурных символов. Однако в последнее время коммерциализация всех сторон общественной жизни привела к снижению высококультурного содержания в сфере создания и употребления этого продукта. Поэтому в условиях развивающихся китайско-российских отношений винная культура может и должна по праву стать важным элементом социально-культурного и торгового обмена между Китаем и Россией.

Для цитирования в научных исследованиях

Ли Юань. Китайская винная культура и перспективы китайско-российского культурного обмена в области винной торговли // Культура и цивилизация. 2021. Том 11. № 6А. С. 211-219. DOI: 10.34670/AR.2021.60.22.027

Ключевые слова

Вино, китайская винная культура, китайские ритуалы, понятие 礼 «ли», китайская поэзия, китайско-российский культурный обмен в области винной торговли.

Введение

Рождение и развитие вина тесно связано с процессом становления любой национальной культуры. Китайский историк Сун Цзе отмечает, что долгое время считалось, что изготовления вина на территории Китая началось в V–VII тыс. до н.э., однако находки последних лет «отодвинули предполагаемое начало изготовления вина на 2 тысячи лет, с VII до IX тысячелетия до н.э., что говорит о важности этого продукта. При этом эти китайские находки коррелируют с находками на Среднем Востоке, где вино также употреблялось в смеси с медом и мукой злаковых растений» [Сун Ц., 2015, 123-124]. По мнению исследователя китайской винной культуры Ван Баохуа, винная культура того или иного народа, помимо открытия и создания способов производства продуктов виноделия как таковых, включает в себя особенности их использования и употребления в соединении с теми или иными характеристиками собственной цивилизации и культурными ситуациями. [Ван Б., 2017] Другие китайские исследователи национальной винной культуры - Гао Фэн, Ван Ю, Ян Ли – добавляют:

- вино в истории китайского общества, с одной стороны, регулировало традиционный церемониальный порядок, а с другой - служило дополнительным условием для создания и восприятия произведений искусства; [Гао Ф., 2011]

- вино занимает важное место во всех сферах общественной жизни и является значимым носителем культуры, китайской этики и культуры поведения; [Ван Ю., 2021]

- китайская винная культура - это ценностная составляющая социальной, политической и художественной культуры. [Ян Л., 2005]

Основная часть

Опираясь на приведённые мнения, можем заключить, что совместное употребление вина (особенно, публичное и ритуализированное) было связано с важными культурными, социальными и религиозными функциями и представляло собой особый способ объединения людей в социуме, средством организации общения на разных уровнях и проведения досуга. Вино стало появляться в различных важных ситуациях – при проведении ритуалов, в дипломатических моментах, в церемониях награждения монархами своих подданных или преподнесения последними вина в качестве дара своему правителю. Вино даже могло указывать на принадлежность человека определённой касте общества. Для употребления вина был создан ряд правил, строго регламентирующих все случаи винопития (частного и государственного уровня).

В древнем конфуцианском обществе ритуал употребления вина отражал социальную иерархическую структуру: сотрапезниками людей становились умершие предки и духи, которым по праву преподносился первый глоток: «Вино, таким образом, становится социальным и сакральным медиатором, связывая воедино живых и мертвых в упорядоченном, гармоничном космосе» [Сун Ц., 2015].

Вино является элементом как материальной, так и духовной культуры. В китайском аграрном обществе вино (в большей степени - злаковое) обладало большой ценностью и почиталось обществом. Традиционные китайские обычаи рекомендовали употребление определённых сортов вина во время сезонных крестьянских праздников: например, «вина из хризантем» на Празднике Чунъян, «вина из растения 屠苏» на Празднике весны и «вина из каламуса 菖蒲» на Празднике Дуанью. Культура виноделия и винопития была неотъемлемой

частью аграрной культуры китайского общества, которая основывалась на законах природы, что заложило уникальные характеристики китайской винной культуры, отличающие её от западной винной культуры. [Чжао Ц., 2021, с. 118] Как описывает Цзуо Юйсяо, винная культура – это и винные обычаи, и ремесло виноделия, и винные инструменты, и произведения культуры. Винные обычаи проявляют отношение людей к выпивке, отражая определенные этические ценности и социальные правила, а винные инструменты демонстрируют художественный уровень и эстетическую ориентацию китайцев. [7, 129]

Употребление вина в Китае связано с конфуцианским понятием/принципом 礼 «ли», обозначающим, как пишет N.V. Terekhova, и обычай, и обряд, и поведенческую норму – благопристойное поведение, которая обеспечивает фундамент для существования Вселенной. [Terekhova, 2008] Функционирование этого понятия уберегало китайское общество от проблемы распространения пьянства, о чём упомянул и российский китаевед Н.Я. Бичурин: «в Китае пьют и вино, и водку, и ликеры, но нет пьянства, а посему нет и законов по сей части» [Бичурин, 2002, с. 95].

У китайцев исторически сложилось своеобразное отношение к состоянию опьянения, отличное от других национальных культур. По мнению российской исследовательницы О.А. Хо, безумие, в которое погружается пьяный человек китайцы трактуют как «путь постижения дао», как «абсолютную форму духовного прозрения» [Хо. О.А, 2014, с. 69]. И зачастую результат духовного прозрения воплощался в творчестве – уникальное «травяное письмо» буддистских монахов-каллиграфов, впадавших в экстатическое состояние; многочисленные неповторимые поэтические тексты, запечатлённые ещё в древней книге «Ши цзин» (более 3000 лет назад), а потом и в творчестве поэтов Ли Бо, Ду Фу, Бо Цзюйи и др. В древнекитайской поэзии вино можно назвать одним из «героев» произведений – оно появлялось в самых разных контекстах: в качестве средства для описания сожаления, прощения, радости при встрече, хандры при разочаровании, выражения дружбы и патриотизма. Как и в китайской каллиграфии, живописи, так и в поэзии с помощью вина автор изображал не конкретную вещь, а собственное настроение и духовное содержание, которое эта вещь вызывала:

Тао Юаньмин (365-427) 陶渊明. Стихотворение «Гуляя с друзьями под кипарисами могил семьи Чжоу» («До чего же сегодня ясно небо и светел день...»). Пер. Эйдлин Л.З.:

До чего же сегодня
ясно небо и светел день.
Чистый голос свирелей
и напевные звуки струи.

Опечалены теми,
кто под сенью могильной спит,
Разве можем при этом
уходить от веселья мы?

И свободная песня
здесь творится из новых слов.
И вино зеленое
здесь рождает на лицах смех.

Ничего я не знаю
о заботах, что завтра ждут,
И уже моим чувствам
до конца отдаюсь теперь.

Таким образом, китайская винная культура аккумулирует в себе уникальные обиходно-бытовые характеристики и черты социального устройства китайского общества, а также разноплановую эмоциональную жизнь отдельного человека и целого народа, проявляемую, в том числе через эстетические чувства и создание произведений искусства.

Безусловно, китайцы создали винную культуру со своей национальной спецификой, но также верно, что винная культура постепенно формировала национальный характер китайского народа. В долгой истории Китая не выделился какой-либо один тип вина, который бы доминировал; существует много вариантов винной продукции, каждый из которых обладает своими уникальными достоинствами. Главным остаётся то, что китайцы используют вино для проявления самых разных эмоциональных переживаний в окружении других людей, не в одиночку. И конечно, китайская винная культура - это не просто культура винного стола, ограничивающая вредные привычки, такие как злоупотребление алкоголем и чрезмерное уговаривание. Исторически в отношении китайцев к алкоголю существуют такие пункты: не приписывать ошибки в своём поведении алкоголю; не запрещать алкоголь, а с его помощью вырабатывать самодисциплину. Ещё во времена династии Мин (1368-1644 гг.) акцент делался на винном этикете; подчеркивалось соблюдение правил употребления вина, противостояния чрезмерной выпивке, руководство принципом - вино должно слегка пьянить, «сочетаться» с дружбой, восхищением окружающим пейзажем и контролем за проявлениями темперамента. [Сяо Ц., 1992, 38]

История Китая – это не линейный эволюционный путь от государственной экономики аграрного типа к промышленному, закрытой от влияния извне. Традиционная культура всё более сдаёт свои позиции под натиском глобализации и модернизации мирового жизненного уклада. Эти же процессы проникают и в винную культуру Китая. На смену традиционным ценностям приходят правила сегодняшнего делового мира - современный этикет и манеры за столом, а также социальная ценность вина, связанная с культурой бренда. Сегодня массовый китайский потребитель, как пишет Сун Цзе, часто «поражает вопиющим невежеством в области вина». [Сун Ц., 2015, 146] И, несмотря на долгую историю и прочный культурный фундамент, китайская винная культура, как оказалось, имеет недостаточно «сцепок» с современностью, что в определённой степени сказывается на культурно-деловом обмене Китая с другими странами и, в частности, с Россией. Традиционная китайская винная культура интерпретируется в нынешнем китайском и мировом сообществе, скорее, как винные обычаи или даже более узко - как обычаи за столом, касающиеся употребления вина, но уже без того исторически сложившегося духовного содержания и культурного контекста, что лишает её привлекательности в глазах представителей иных культур и государств.

Даже во внешней подаче китайского вина существуют большие различия между традиционным и современным вариантами. В традиционной китайской винной истории многочисленные сосуды для этого напитка являлись важной частью культуры винопития: чаши и сосуды зун (樽), ху (壺), чжи (卮), ху (斛), гун (觥) имели как практический, так и

художественный смысл. Большинство из них исчезли из повседневной жизни современного китайского общества, и, хотя сегодня несложно воспроизвести внешнюю форму этих сосудов, они не находят достойного места и значимости в современном культурном контексте. Но справедливости ради, необходимо отметить, что и сегодня китайская винная посуда гораздо разнообразнее, чем, например, русская: сосуды для вина могут изготавливаться из самых разнообразных материалов – традиционно из фарфора, а также из нефрита, золота и пр. – в зависимости от сорта вина.

И всё же, сегодняшняя китайская винная культура несет в себе больше характеристик и символов коммерческого общества, таких как брэндинг и современные технологии производства, совершенно не стыкуемых со смыслами и духом традиционной винной культуры. С одной стороны, такой процесс объясним и неотвратим, но с другой – китайская культура в целом только выиграла бы, если смогла объединить вековые традиции употребления вина с характеристиками и смыслами современного общества. Исследователь Ван Гуанвэнь говорит, что «невозможно просто следовать традициям, игнорируя настоящее, и, отрываясь от реальности, придерживаться старых путей, равно, как и невозможно просто следовать инновациям, отказываясь от корней, быть забывчивыми, поверхностными и вульгарными» [Ван Г., 2013, с. 113].

Современный алкогольный рынок предлагает широкое разнообразие спиртных напитков для удовлетворения потребностей разных людей и для разных случаев: водка, ром и современный китайский ликер - все это продукты зрелой технологии дистилляции, которая в большей степени относится к коммерческой культуре. В современном обществе алкоголь – актуальный способ удовлетворения социальных запросов, и это далеко не дефицитный товар, функции и культурные атрибуты которого сильно изменились в сравнении с историческими. Нельзя не согласиться с выводами выдающегося испанского мыслителя Ортеги-и-Гассета о том, что вино перестало сегодня «быть мудрым, плодоносным и ветреным богом», а «стало проблемой для инстанций, управляющих жизнью общества»; о том, что в современный человек не ощущает в вине «некую извечную силу» и в его сознании, в отличие от первобытного, к сожалению, «виноградины уже не запечатлеваются как концентрации света, как сгустки загадочнейшей силы, которая подчиняет людей и животных и увлекает в иную, лучшую жизнь» [Ортега-и-Гассет, 1991].

В России винная культура является одним из самых примечательных культурных компонентов. Например, водка - это не только уникальный российский алкогольный напиток, в глазах китайцев она также является одним из ключевых культурных символов России и даже в определенной степени олицетворяет характер русской нации. Поэтому, как в официально-деловом, торговом варианте, так и в межличностном общении вино может стать одним из ключевых «игроков» в китайско-российских отношениях. Включение винной культуры в китайско-российские всесторонние культурные обмены способствует дальнейшему углублению взаимопонимания на социальном уровне, способствуя укреплению контактов между людьми на всех уровнях.

Среди мер по улучшению китайско-российского винного культурного обмена мы хотели бы уделить особое внимание таким, как:

- улучшение процесса виноделия и винного производства; создание влиятельного бренда качественных спиртных напитков. Основной предпосылкой любого эффективного обмена является организация контента, с помощью которого этот обмен можно осуществлять. И в

Китае, и в России есть собственная винодельческая промышленность и собственные алкогольные бренды, имеющие показатели высокого качества и отражающие национальные культурные характеристики. На основе постоянного совершенствования процесса виноделия и усиления социальных функций винной продукции возможно формирование единой винной культуры со своими отличительными особенностями;

- расширение применения разнообразных культурных практик, которые исторически унаследованы из жизни китайского и русского народов: культура потребления различных сортов вина во время важных праздников, регулирование поведения при распитии и создание определённой позитивной атмосферы в такие моменты, с наполнением духовным содержанием всего происходящего, организация совместно с представителями мира искусства тематических мероприятий, рассказывающих об истории вина, характеристиках разных сортов, особенностях виноделия в разных климатических условиях и разных географических регионах, о влиянии вина и пр.;

- создание условий для взаимного обучения специалистов по винной культуре. Основными ориентирами здесь должны быть: внимательное изучение и уважительное отношение к цивилизационным различиям будет способствовать углублению понимания между нашими странами, преодолению существующих культурных барьеров и сдерживающих рамок распространённых стереотипных представлений. Такой подход требует от каждой стороны ответственной и высокопрофессиональной деятельности в данной области культурно-торгового обмена, поиска точек соприкосновения при условии бережного сохранения различий.

Как утверждает Сун Цзе, во втором десятилетии XXI века «китайский рынок алкогольных напитков, и в первую очередь, виноградного вина развивается фантастическими темпами, растёт спрос на местное и импортное вино вслед за ростом населения, повышением его благосостояния и ростом представлений о вине как о маркере престижного «западного образа жизни». ... На сегодняшний момент КНР производит больше вина чем Испания и Португалия вместе взятые и постепенно осваивает западные рынки сбыта». [Сун Ц., 2015, с. 145-146]

Заключение

В заключение необходимо отметить, что китайская винная культура, являясь важной и ценной составляющей традиционной китайской культуры, традиционно чрезвычайно богата духовным содержанием и дополнительными смыслами. В современном коммерциализированном мире китайская винная культура должна стать одновременно и инновационной, и наследующей сакральную суть. То же самое можно говорить и о русской винной культуре. Необходимо создавать новую парадигму как в потреблении вина на внутренних рынках Китая и России, так и в области международного винного обмена, в основе которой должно быть взаимопроникновение и взаимодействие национальных культурных традиций.

Библиография

1. Сун Цзе. Вино в социокультурном ландшафте России и Китая: диссер. ...канд. ист. наук. Специальность: 24.00.01. Астрахань, 2015. 234 с.
2. 王宝华. 浅谈中国历史上的酒文化[J]. 产业与科技论坛, 2017. No.16:198-199. (Ван Баохуа. Очерк о винной культуре в истории Китая // Форум промышленности и технологий, 2017. № 16. С. 198-199).
3. 高枫. 中国酒文化的精神内涵[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2011, No.38:120-122. (Гао Фэн. Духовная коннотация

- в китайской винной культуре // Журнал Шаньсиского Педагогического университета (издание по общественным наукам). 2011. №38. С. 122).
4. 王宇.论多角度下的中国传统酒文化传承与发展[J]. 汉字文化, 2021, No.14:162-163. (Ван Ю. О наследии и развитии традиционной китайской винной культуры с разных точек зрения // Культура китайских иероглифов. 2021. №14. С. 162-163).
 5. 杨利.酒文化及酒的精神文化价值探微[J]. 邵阳学院学报, 2005, No.2:82-83. (Ян Ли. Изучение винной культуры и его духовных и культурных ценностей // Журнал Шаоянского колледжа. 2005. № 2. С. 82-83).
 6. 赵建军.生命活性：中国酒文化的逻辑本质[J].东方论坛,2021, No. 4:120. (Чжао Цзяньцзюнь. Жизнедеятельность: логическая сущность китайской винной культуры // Восточный форум. 2021. № 4).
 7. 左玉晓.中国酒文化与传统酒具的发展[J]. 西部皮革, 2018, No. 6:129. (Цзю Юйсяо. Китайская винная культура и развитие традиционных винных посуды // Западная кожа. 2018. № 6. С. 129).
 8. Terekhova N.V. Confucian Ritual (Li) in American System of Social Relations // Oriental languages and cultures. Cambridge Scholars Publishing, UK, 2008. P. 51–53.
 9. Бичурин Н.Я. Китай в гражданском и нравственном состоянии. М.: Восточный Дом, 2002. 423 с.
 10. Хо. О.А. Некоторые аспекты культуры «вина» в Китае // Magister Dixit. 2014. № 1(13). С. 66-74.
 11. 萧家成.论中华酒文化及其民族性[J]. 民族研究, 1992, No.5:39. (Сяо Цзячэн. О китайской винной культуре и ее национальном характере // Этнические исследования. 1992. № 5. С. 38).
 12. 张红,施彤,索静仪.浅谈中国酒文化[J]. 青年文学家, 2018, No. 6:177. (Чжан Хун, Ши Тонг, Суо Цзиньйи. Краткий разговор о китайской винной культуре // Молодые писатели. 2018. № 6. С. 177).
 13. 王光文.中国酒文化的关键性问题分析[J]. 酿酒科技, 2017, No. 1:113. (Ван Гуанвэнь. Анализ ключевых вопросов китайской винной культуры // Наука и технология виноделия. 2017. №1. С. 113).
 14. Ортега-и-Гассет Х. Три картины о вине / Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры. М.: Искусство, 1991. URL: https://royallib.com/read/ortegaigasset_hose/tri_kartini_o_vine.html#0.
 15. Костюченко Л.В., Елагина А.С. Экономический механизм обеспечения доступности продовольствия для специальных режимов питания при соблюдении экономических интересов производителей: на примере производства и продажи кошерного вина // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 7В. С. 203-210. DOI: 10.34670/AR.2020.46.53.001
 16. Елагина А.С., Абрамов А.Ш. Отечественное предложение на современном рынке вина в России: тенденции, возможности, перспективы // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 7В. С. 223-234. DOI: 10.34670/AR.2020.15.53.003
 17. Елагина А.С., Костюченко Л.В. Культурологические особенности нанесения отличительных знаков кошерных продуктов (эхшеров) // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 1В. С. 633-641.
 18. Костюченко Л.В., Елагина А.С. Формирование информационной инфраструктуры обеспечения развития рынка кошерных продуктов питания в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 3В. С. 629-638.

Chinese wine culture and prospects of Chinese-Russian cultural exchange in the field of wine trade

Yu Li

Lecturer,
Metropolitan Pedagogical University,
100048, 83, 3rd Ring road, Haidian district, Beijing, People's Republic of China;
e-mail: Li_Uian@yandex.ru

Abstract

As a product with a centuries-old history, wine not only occupies a unique place in the food culture of many countries, but also has, in turn, a certain influence on the formation of many cultural traditions, embodying significant spiritual, emotional and value components. Chinese wine culture is an integral part of agricultural culture, with a variety of content both in material and spiritual terms. Wine, as a socially significant consumer product, has a long history of production and

distribution - both in Russia and in China - and has become an indicative marker of the cultural characteristics of the Russian and Chinese ethnic groups. Its cultural value has outgrown the framework of a social consumer product in a general sense and has become one of the most representative cultural symbols. However, recently the commercialization of all aspects of public life has led to a decrease in the highly cultured content in the creation and use of this product. Therefore, in the context of developing Sino-Russian relations, wine culture can and should rightfully become an important element of socio-cultural and trade exchange between China and Russia.

For citation

Li Yu (2021) Kitaiskaya vinnaya kul'tura i perspektivy kitaisko-rossiiskogo kul'turnogo obmena v oblasti vinnoi trgovli [Cultural Exchange in the field of wine trade]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 11 (6A), pp. 211-219. DOI: 10.34670/AR.2021.60.22.027

Keywords

Wine, Chinese wine culture, Chinese rituals, the concept of "li", Chinese poetry, Chinese-Russian cultural exchange in the field of wine trade

References

1. Sun Czze. Vino v sociokul'turnom landshafte Rossii i Kitaya: disser. ...kand. ist. nauk. Special`nost`: 24.00.01. Astraxan`, 2015. 234 s.
2. 王宝华.浅谈中国历史上的酒文化[J]. 产业与科技论坛, 2017. No.16:198-199. (Van Baoxua. Ocherk o vinnoj kul'ture v istorii Kitaya // Forum promy`shlennosti i texnologij, 2017. № 16. S. 198-199).
3. 高枫.中国酒文化的精神内涵[J]. 山西师大学报(社会科学版),2011,No.38:120-122. (Gao Fe`n. Duxovnaya konnotaciya v kitajskoj vinnoj kul'ture // Zhurnal Shan`siskogo Pedagogicheskogo universiteta (izdanie po obshhestvenny`m naukam). 2011. No.38. S. 122).
4. 王宇.论多角度下的中国传统酒文化传承与发展[J]. 汉字文化, 2021, No.14:162-163. (Van Yu. O nasledii i razvitii tradicionnoj kitajskoj vinnoj kul'tury` s razny`x toček zreniya // Kul'tura kitajskix ieroglifov. 2021. №14. S. 162-163).
5. 杨利.酒文化及酒的精神文化价值探微[J]. 邵阳学院学报, 2005, No.2:82-83. (Yan Li. Izuchenie vinnoj kul'tury` i ego duxovny`x i kul'turny`x cennostej // Zhurnal Shaoyanskogo kolledzha. 2005. № 2. S. 82-83).
6. 赵建军.生命活性：中国酒文化的逻辑本质[J]. 东方论坛,2021, No. 4:120. (Chzhao Czzyan`czzyun`. Zhiznedeyatel`nost`: logicheskaya sushhnost` kitajskoj vinnoj kul'tury` // Vostochny`j forum. 2021. № 4).
7. 左玉晓.中国酒文化与传统酒具的发展[J]. 西部皮革, 2018, No. 6:129. (Czzuo Yujsyao. Kitajskaya vinnaya kul'tura i razvitie tradicionny`x vinny`x posud // Zapadnaya kozha. 2018. № 6. S. 129).
8. Terekhova N.V. Confucian Ritual (Li) in American System of Social Relations // Oriental languages and cultures. Cambridge Scholars Publishing, UK, 2008. P. 51–53.
9. Bichurin N.Ya. Kitaj v grazhdanskom i nravstvennom sostoyanii. M.: Vostochny`j Dom, 2002. 423 s.
10. Xo. O.A. Nekotory`e aspekty` kul'tury` 酒 «vina» v Kitae // Magister Dixit. 2014. № 1(13). S. 66-74.
11. 萧家成.论中华酒文化及其民族性[J]. 民族研究, 1992, No.5:39. (Syao Czzyache`n. O kitajskoj vinnoj kul'ture i ee nacional`nom xaraktere // E`tnicheskie issledovaniya. 1992. № 5. S. 38).
12. 张红,施彤,索静仪.浅谈中国酒文化[J]. 青年文学家, 2018, No. 6:177. (Chzhan Xun, Shi Tong, Suo Czzyin`i. Kratkij razgovor o kitajskoj vinnoj kul'ture // Molody`e pisateli. 2018. № 6. S. 177).
13. 王光文.中国酒文化的关键性问题分析[J]. 酿酒科技, 2017, No. 1:113. (Van Guanve`n`. Analiz klyuchevy`x voprosov kitajskoj vinnoj kul'tury` // Nauka i texnologiya vinodeliya. 2017. №1. S. 113).
14. Ortega y Gasset H. Three pictures about wine / Ortega y Gasset H. Aesthetics. Philosophy of Culture. Moscow: Iskustvo, 1991. URL: https://royallib.com/read/ortegaigasset_hose/tri_kartini_o_vine.html#0.
15. Kostyuchenko L.V., Elagina A.S. The economic mechanism of ensuring the availability of food for special nutrition regimes while respecting the economic interests of producers: an example of the production and sale of kosher wine // Economy: yesterday, today, tomorrow. 2020. Volume 10. No. 7B. pp. 203-210. DOI: 10.34670/ AR.2020.46.53.001
16. Elagina A.S., Abramov A.S. Domestic supply on the modern wine market in Russia: trends, opportunities, prospects // Economy: yesterday, today, tomorrow. 2020. Volume 10. No. 7B. pp. 223-234. DOI: 10.34670/AR.2020.15.53.003

-
17. Elagina A.S., Kostyuchenko L.V. Culturological features of the application of distinctive signs of kosher products (ehshers) // Culture and civilization. 2017. Volume 7. No. 1B. pp. 633-641.
 18. Kostyuchenko L.V., Elagina A.S. Formation of information infrastructure to ensure the development of the kosher food market in Russia // Economy: yesterday, today, tomorrow. 2019. Volume 9. No. 3B. pp. 629-638.