

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Філософський факультет

Кафедра етики, естетики та культурології

**СИМВОЛІЗМ ЗОБРАЖЕННЯ ВІНА В СВІТОВОМУ КІНЕМАТОГРАФІ:
КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія
на здобуття освітнього ступеня бакалавра культурології

Студентка-виконавець:

БАРНЯК АНАСТАСІЯ СЕРГІЇВНА

IV курс

спеціальність 034 «культурологія»

ОПП «Культурологія»

Науковий керівник:

КОРОБКО МАРГАРИТА ІГОРІВНА

к. ф. н., асистент кафедри

етики, естетики та культурології

Допущено до захисту:

Зав. кафедри _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. Історико-культурний контекст формування символу вина в мистецьких практиках.....	5
РОЗДІЛ II. Теоретико-методологічна база дослідження символізму вина в кінематографі.....	16
РОЗДІЛ III. Крос-культурні особливості зображення вина в кінематографі	25
Висновки.....	46
Список використаних джерел.....	48
Додатки.....	51

ВСТУП

Актуальність теми. Тема зображення вина та алкогольних напоїв в мистецтві кінематографу є актуальною на сьогодні, оскільки медіа є головним носієм масових наративів, які впливають на людську свідомість. Кінематограф як головне мистецтво сучасності найяскравіше демонструє тенденції і настрої, що присутні в соціальній, загально-політичній, культурній ситуації. Проблема споживання алкогольних напоїв, а зокрема вина, є прадавнім явищем, до питань якого зверталися митці і філософи всіх часів. Іспанський філософ Х. Ортега-і-Гасет називає вино «космічною проблемою» і крізь зображення вина в живописі прослідковує стан людства певних епох. Відтак через актуальне сьогодні мистецтво кінематографу варто дослідити зображення вина та вплив, що здійснюється на людську свідомість. У роботі досліджено символізм зображення вина в кінематографі різних країн світу, звертається увага на різноманітність представлень цього напою у фільмах різних країн та часових періодів. Перш за все, досліджено як вино відображається у кіно як символ розкоші, смаку, романтики, окрім того звертається увага і на вино в негативному контексті, як ознаку травми та кризи. Дослідження кінематографічного відображення культури споживання вина надає можливість краще розуміти вплив цього напою на культурні та соціальні практики в Європі, Америці, Азії а також динаміку змін у сприйнятті вина протягом часу.

Ступінь наукової розробки теми. Ґрунтовно крізь культурологічну та соціологічну призму алкоголь в кінематографі розглядають американські дослідники, такі як Н. К. Дензин, С. Прінс, Р. Склар. Також наявні численні дослідники французького, італійського та португальського кінематографу François Steudler, Nossiter J., Naves M. В. Чжан Ї розглядає кінематограф Азії в контексті колоніалізму та націоналізму, зокрема в китайському кіно. В українських дослідженнях проблеми зображення алкоголю в кінематографі розглядають А.

Тормахова і Д. Товмаш. Також для емпіричного дослідження використано кінострічки різних країн світу, всі вони зазначені в додатках.

Об'єкт дослідження: зображення вина в світовому кінематографі.

Предмет дослідження: репрезентація символу вина в світовому кінематографі.

Мета дослідження: розкрити символізм зображення вина в кінематографі та визначити його вплив на культуру.

Завдання дослідження:

- дослідити символізм зображення вина в європейській культурі;
- проаналізувати символізм вина в контексті теорії кіно;
- проаналізувати світові тенденції зображення вина в кінематографі;
- виявити закономірності та відмінності в культурній репрезентації вина і виноробства в кінематографі різних частин світу.

Методологія: системний метод як комплексний підхід до розгляду проблеми. Історичний метод з допомогою якого простежувалась хронологія змін образу вина в культурі протягом останніх тисячоліть. Системно-функціональний метод застосований для класифікації кінематографічних символів відображення вина, було виділено спільні та відмінні риси. А також семіотичний, компаративний та аксіологічний методи.

Структура роботи: зміст, три розділи, висновки, додатки.

РОЗДІЛ I. Історико-культурний контекст формування символу вина в мистецьких практиках

Люди здавна намагалися знайти спосіб передати невидиме через видиме, абстрактне – через конкретне. В комунікації виникає символ – форма, що містить у собі значення або певну кількість значень. У мові, релігії, мистецтві й науці символи стають засобом осмислення світу, способом мислити і творити водночас.

Символ (від грец. σύμβολον – знак, ознака) – це умовне позначення предмета, явища або поняття, що передає зміст, який виходить за межі буквального значення. Це може бути образ, річ чи слово, яке «не просто показує, а виражає» [20, с. 32]. Символічне значення відображає узагальнену ідею, емоцію чи цінність, яка має значення як для індивідуальної свідомості, так і для колективної культури.

Першопочаткове значення слова «символ» пов'язане з давньогрецьким symbolon – уламком глиняної пластини, що служив посвідченням зв'язку між людьми. Дві половинки символону, які поєднувалися після довгих років розлуки, ніби «говорили»: «Я свій, я рідна душа». Така історія демонструє, що символ від самого початку виконував функцію визнання, відновлення цілості й приналежності [2].

У повсякденному житті символи формують наш досвід, упорядковують сприйняття та поведінку. Вони є виявом не лише нашого зовнішнього «я», а й внутрішньої, часто несвідомої сутності. Символ – це не просто річ, а «її закон», що формує її ідейно-образну впорядкованість.

Як зазначає філософія символізму, «мова, міф, мистецтво, релігія — це не лише форми вираження, а універсум символів» [21, с. 18]. Людина настільки занурена у ці символічні форми, що вже не стикається з реальністю безпосередньо – вона живе у сфері посередників.

Це збігається з думкою І. Канта, який вказував, що знання за своєю природою є символічним: «Коли під поняття, яке мислиться тільки розумом... підводиться

споглядання» [6], відбувається символічне представлення. У його трактуванні символ стає посередником між ідеєю та чуттєвим образом. Саме тому Кант говорив, що «краса – символ моральності», поєднуючи естетичне та етичне в єдиному естетико-філософському жесті.

Цю лінію продовжує Е. Кассіреер, який у праці «Есе про людину» («An Essay On Man») вводить концепцію символічного буття. Людина, на його думку, є не просто біологічною істотою, а істотою символічною – такою, що не просто живе в реальності, а створює власну «символічну реальність». «Суть людини полягає не в тому, що вона має душу або розум, а в тому, що вона творить символи» [21].

Х. Е. Сірлот у вступі до свого «Словника символів» пише: «Символізм – це мистецтво мислення в образах» [22]. У своєму вступі Сірлот акцентує увагу на символі. Він дає визначення й пов'язує цю тему з працями К. Г. Юнга, М. Шнайдера та інших. Сірлот також подає стиснутий аналіз символу. Основна ідея і припущення, що дозволяють нам осмислити символізм, а також створення і життєздатність кожного символу, полягають у наступному:

- (a) Ніщо не є беззмістовним або нейтральним; усе є значущим.
- (b) Ніщо не є незалежним, усе так чи інакше пов'язане з чимось іншим.
- (c) Кількісне стає якісним у певних сутнісних аспектах, які, власне, і становлять значення кількості.
- (d) Усе є серійним.
- (e) Серії пов'язані одна з одною за позицією, а компоненти кожної серії пов'язані за значенням.

Ці положення приводять до роздумів про зв'язок між кінематографом і символами, які досліджував К. Юнг.

К. Юнг у своїй книзі «Людина і її символи» ілюструє символізм числа 13. Він чітко демонструє, що має на увазі під архетипами у зв'язку із символами, коли каже: «Вони є одночасно і образами, і емоціями. Про архетипи можна говорити лише тоді, коли ці два аспекти присутні одночасно. Коли є лише образ, це просто словесна

картинка, що мало що значить. Але коли цей образ наповнений емоцією, він набуває нумінозності (або психічної енергії); він стає динамічним, і з нього обов'язково мають витікати певні наслідки» [29]. Інсайти Юнга в галузі психології людини і символізму, включно з його концепцією колективного несвідомого, є основою, на якій часто ґрунтуються теорії символічного зображення.

У мистецтві символ виступає як головний носій комунікації між автором і глядачем. Саме символ відкриває простір для інтерпретації, діалогу та співпереживання. Мистецтво, як писав Кассінер, «наслідує не природу як таку, а її сенс» [20]. Через символ митець виражає власне бачення світу, пропонуючи глядачеві нову, суб'єктивно інтерпретовану реальність.

У культурі зображення їжі й напоїв ніколи не є нейтральним: воно завжди позначене символічним навантаженням. Харчування як базовий людський досвід часто постає метафорою екзистенційних, етичних чи сакральних аспектів буття – від утілення земного достатку до вираження духовної трансформації. Серед усього спектра таких образів вино посідає особливе місце: цей напій протягом століть набував у художній уяві значення, що виходить далеко за межі фізичного споживання. Його символічність коливається між тілесним і трансцендентним, ритуальним і повсякденним, життєствердним і трагічним – саме тому стає потужним культурним знаком, що зберігає надзвичайну багатозначність у мистецьких інтерпретаціях.

Вино – символ розкоші, насолоди та суспільного статусу, що має давні корені в культурі різних народів світу. Відтінки його споживання неодмінно відображаються у мистецтві живопису, літературі, кіно. Кінематограф, як мистецтво відображення реальності, нерідко використовує вино як засіб вираження характерів персонажів, їхніх емоцій, соціального статусу та внутрішнього світу, більше того відображає реальну ситуацію суспільного ставлення до алкоголю в різні часові епохи.

Варто звернути увагу на численні культурологічні дослідження вина, які вказують, що вино від самого його створення не було простим напоєм, а завжди містило величезну кількість символів і мало вагоме значення в культурі. Довести це нескладно, варто лише згадати, що в «Іліаді» й «Одіссейі» вино згадується понад 1000 разів, у Біблії – 521 раз і зазвичай позитивно. Сам же Ісус перетворював воду на вино [12].

Культура споживання вина за археологічними відомостями починається ще в епоху неоліту – приблизно 8000 років до нашої ери. Це прадавня практика людства, яка в різні часи мала різне значення.

Споживання їжі та напоїв разом із кимось дарує відчуття спільності, довіри, викликає бажання запросити гостя до компанії, насолодитися із гостем тим, чим можна поділитися. Саме їжа та напої вказують на дружелюбність і добрі наміри [12].

Споконвіку із алкоголем пов'язані традиції, важливі правила поведінки, звичаї і ритуали. Алкоголь вважали священним напоєм богів, причому така позиція тримається в багатьох релігіях і зберігається при переході від політеїзму до монотеїзму. Проголошення тостів, правила гостинності та щорічне спільне святкування – це важливі культурні традиції, які шануються у всьому світі. Відколи винайшли алкоголь, його одурманливий вплив вважали надприродною силою.

Людина є особливою істотою, адже на відміну від тварин, вона має потребу в сп'янінні. А. Турунен у книзі «Дух сп'яніння» пише: «Потреба сп'яніти – типова риса нашого виду, і, крім того, вона настільки ж природна, як і вдоволення голоду, спраги чи сексуальних потреб. Сп'яніння біологічно неминуче, його не можна стримати. Споконвіків аби сп'яніти, навіть не потрібні були алкогольні речовини. Гарний приклад – наше дивне бажання відчувати запаморочення. Кожен, коли був маленьким, крутився навколо себе, аж поки голова не йшла обертом. Подібний до трансу стан, якого досягаєш, крутячись під час танцю навколо своєї осі, можна знайти в ритуалах багатьох культур» [12, с. 16].

Французький гурман і філософ гастрономії А. Брилья-Саварен у своїй праці «Фізіологія смаку» 1826 року, стверджував, що схильність до вживання алкоголю зумовлена внутрішньою потребою людини шукати в напоях форму сили, якою природа не наділила людський рід. На думку Брилья-Саварена, алкоголь є оманливою речовиною; він ніколи по-справжньому не втамовує спрагу, а лише поступово посилює її. Наприклад, ніколи не можна випити більше води, ніж потрібно. І хоча сп'яніння змушує людей поводитися дивним чином, Брилья-Саварен не засуджує вживання алкоголю. Він вважає алкоголь найвищою рідиною, здатною піднести насолоду смаку до зеніту. Брилья-Саварен вважає бажання сп'яніти квінтесенцією людської риси, нерозривно пов'язаної з нашою вічною тривогою про майбутнє [19, с. 130].

Оскільки алкогольні напої виготовляли з врожаю, то воно було продуктом, що використовувався для вдячності духам і богам родючості. В першу чергу ритуал підіймання келиха і проголошення тосту походить саме з тих часів. Настільки давній ритуал, що зберігся до сьогодні був виявом пошани богам.

В. Кебуладзе в есеї «Вино і таємниця світу» помічає ще одну важливу функцію сп'яніння, за якої свідомість людини змінюється і вона здатна побачити і зрозуміти більше, ніж зазвичай: «Сп'яніння не заважає спогляданню, а посилює його. Цей сюжет ми успадковуємо від Давньої Греції. Мабуть, не випадково на амфорах, гідриях, ольпах та інших посудинах для вина часто було зображено людські очі або їхню метафору у вигляді концентричних кіл як символ споглядання» [7, с. 68]. Цей момент повертає нас до європейських витоків – практики філософування у Давній Греції. Сократ черпав натхнення для своїх думок із келиха вина. За словами Алквіада у платонівському «Бенкеті», Сократ завжди сміявся і пив стільки ж, скільки і його товариші. Тобто вино впливало на генерацію ідей та роздумів, розширювало свідомість та змушувало споглядати речі, які не видно у стані тверезості. Саме з цих епізодів народжується традиція філософування. Якщо радикалізувати твердження, то тексти Платона є нічим іншим як впорядковані

розмови сп'янілих філософів. Сьогодні ми звикли звеличувати та ідеалізувати філософування Давньої Греції, хоча, наприклад «Бенкет» Платона є насправді описом п'яних гулянь. Проте цей факт не є аж ніяк применшенням давньогрецької культури, адже саме так і народилася філософська класика, визначальна для світової літератури та всієї наукової традиції.

Варто зробити висновок, що саме алкоголь і алкогольне сп'яніння були першими людськими способами для проведення вільного часу і генерування тем для роздумів. Цитуючи А. Турунена: «П'яна людина інакша. Вона може вести себе непередбачувано, казати щось дивне. У п'яного своя логіка, зрозуміла лише тим, із ким він п'є. Виникнення цієї містичної речовини губиться у міфічних ранкових сутінках людства. Людина не вигадала її, а знайшла» [12, с. 47].

Міфологія розкриває багато відтінків розуміння вина як напою життя. Одисей із поеми Гомера розповідає, як йому вдалося подолати циклопа Поліфема – одноокого монстра, який жив у печері, де пас свої отари, і в якій тоді тримав у полоні грецького героя разом із його воїнами. Поліфем мав ненажерливий апетит і за раз поїдав двох чоловіків. Отже, на полонених чекало коротке й моторошне майбутнє, якщо лише славетна кмітливість Одиссея не допоможе їм утекти. Одисей напоїв потворного одноокого велета витонченим вином, яке мав із собою, доки той не впав у п'яну дрімоту. Тоді грецькі «гості» змогли встромити йому в єдине око велетенський загострений кіл, попередньо розжарений у вогні. Так Поліфем втратив зір, а після подальших хитрощів – і своїх полонених.

«Гомерова поема – на початку європейської літератури – уже передбачає чимало припущень щодо вина. Насамперед, воно було звичною частиною життя, продуктом поширеної рослини, часто безпечнішим для пиття, ніж вода. Крім того, вино було ознакою цивілізованого життя, яке розвинули греки та близькі до них народи. Саме тому дикий циклоп не знає ні впливу вина, ні навіть звички розбавляти його водою. Вино відрізнялося за якістю та властивостями, проте зазвичай було темним, і його цінували як за міцність, так і за солодкість. Останню могли позначати

слова *glykys* і *hêdus* – перше перекладається як «солодкий» у сенсі «цукровий», друге – як «солодкий» у значенні «приємний». У цьому другому випадку не зовсім ясно, чи йшлося про сиропоподібні вина. Однак прикметники на зразок *melieidês* («медово-солодкий») явно пов'язують солодкість вина із головним підсолоджувачем, який мали греки — медом» [14, с. 15].

Як переконався циклоп, вино могло стати потужною зброєю. Звідси зрозуміло, що греки добре усвідомлювали й небезпеки вина в руках недосвідчених пияків. Діоніс, бог, традиційно пов'язаний із вином і подекуди ототожнюваний із ним, є водночас дарувальником тихих насолод і вкрай небезпечною істотою, яку смертним краще не гнівити. Цей парадокс чудово втілено в тривожних трагедіях Евріпіда. Таким чином, вино могло стати джерелом різноманітного досвіду – часом на благо, часом на шкоду. Його повсюдність аж ніяк не скасовувала потреби користуватися ним з розумом.

Слідом за політеїзмом побожне ставлення до вина передається і в християнство. Жоден напій не подає західну культуру так яскраво, як вино. У середньовічній Європі лікарі призначали вино майже від усіх хвороб, таких як хвороби кишківника, розлади травлення, а також для очищення крові. Популярною була книга Йоганнеса фон Куби *Hortus Sanitatis* («Сад здоров'я»). Автор переконує, що вино очищує туманну кров і відкриває всі канали в тілі. Вино як символ несе в собі культурний код кількох тисячоліть [23].

Цікаво, що часто вино асоціювалося із кров'ю, а отже нерозривно було пов'язане із жертвопринесенням. Алкоголь, як і кров – символ життєвого потоку. Можливо, саме тому культурна пам'ять вина не втрачає актуальності, адже скільки живі люди, стільки і питимуть алкоголь. Наскрізна асоціація крові та вина здійснена в християнстві. Під час останньої вечері Ісус повідомляє своїм учням-апостолам, що хліб – це Його тіло, а чаша з вином – новий союз у крові Його. Червоне вино є алегорією крові, яку приносить в жертву Христос. Так як спільна клятва через кров

єднає людей спільною обіцянкою, так і прийняття Христової крові під час причастя зі спільної чаші буквально промовляє – всі ми рідні та Божі діти.

Підтвердження культурної значущості вина нескладно знайти, якщо звернутися до образотворчого мистецтва різних епох. Кожен етап містить особливий відтінок зображення вина – десь воно виразник божественного начала, як на середньовічних картинах, а десь символ сповзання в пияцтво, як, наприклад, в модернізмі.

В античності на грецьких вазописах, римських фресках і мозаїках вино пов'язане з божеством Діонісом або Вакхом, і зображується як засіб виходу за межі звичайного. За Мірчею Еліаде, ритуал і екстаз є спробою «повернення до міфічного часу» [25, с. 98], коли людська ідентичність розчиняється у сакральному. Діонісійське вино – інструмент входження в інший стан буття, «зняття» індивідуальності через тілесне. Приклад спостерігаємо в Тіціана. На картині «Вакх і Аріадна» чуттєвий міфологічний сюжет, де вино – засіб подолання смертної самотності, воно є світлим персонажем, яке є засобом досягнення спокою.

У християнській іконографії вино в келиху несе значення крові Христа – тобто, жертви заради спасіння, а не тілесного задоволення. Це приклад алегоричного мислення, характерного для середньовічної семіотики: фізичне вино лише знак духовної істини. Вино стає знаком трансцендентної істини. Тут діє те, що Ролан Барт називав міфом другого порядку: вино означає не себе, а інше – сакральне, метафізичне, невидиме. Вино у центрі «Тайної вечері» Леонарда да Вінчі є знаком жертвності Христа, проте воно є передвісником трагедії, після якої настане воскресіння.

Ренесанс повертає інтерес до людського тіла, природи, насолоди. Вино знову стає атрибутом плоті, краси, свята. Це приклад гуманістичної реабілітації матеріального: тілесне – не гріх, а шлях до пізнання. Вино – чуттєвий образ, але водночас знак злагоди між людиною і божественним, що є головною характеристикою ренесансу.

В бароко зображення вина є багатозначним і поєднує безліч сенсів. Варто звернути увагу на «Вакха» Караваджо – це грайлива картина, в якій поєднується невинність із відвертою непристойністю. Гра тіней, гротескна тілесність, виклик сакралізованим нормам вповні розкривають природу вина. У натюрмортах та жанрових сценах бароко – вино часто постає як нагадування про швидкоплинність життя, насолоди і тілесного існування. Водночас це ще й критика надміру, розкоші, ірраціональної пристрасті. Згідно з бароковим мисленням, світ є «театром», де тілесне – ілюзія, зникаюча маска. Вино тут – символ фальшивого задоволення, частина візуальної риторики про гріх, смерть і відплату.

В модернізмі вино з'являється в кубістичних натюрмортах, сценах кафе, буденних моментах. Тепер це не сакральне, а естетичне – фрагмент культури, що несе іронічну дистанцію. За Вальтером Беньяміном, модерне мистецтво руйнує «ауру» речей – воно репрезентує фрагменти без стабільного сенсу. Вино тут – об'єкт буденного життя, розкладений на площину, позбавлений «глибини». Бартові «знаки» більше не мають сутності, а тільки функціонують у грі репрезентацій [16]

Історичні приклади дозволяють трактувати вино як символічну структуру, яка водночас є соціальною, релігійною, тілесною та політичною. Його семіотика – завжди культурно обумовлена, і вона змінюється разом із історією сприйняття тіла, насолоди, жертви та спільноти.

Іспанський філософ Хосе Ортега-і-Гасет проводить культурологічне дослідження, порівнюючи картини з основною тематикою вина в різні епохи. Він вбачає три етапи як поступову деградацію людської моральності на прикладі трьох картин: «Вакханалія» Тиціана, «Вакханалія» Пусена і «Пияки» Веласкеса. Ці три роботи таких різних митців єднає одна тема – вони показують три різні інтерпретації трагікомічної теми, якою є вино.

Автор вказує, що вино є космічною проблемою і пише, що «Вино є проблемою такою серйозною і настільки справді універсальною, що наша епоха теж не могла пройти попри неї, не звернувши на неї своєї уваги і не розв'язавши її якимось

притаманним їй чином. Раніше людина мала перед собою живий і неподільний космос. Фундаментального поділу, який ділить світ на матеріальну і духовну сферу для неї не існувало. Де б вона не глянула – всюди бачила дію творчих і нищівних стихій. Потік води не був для неї плином краплин одна по одній, а специфічним способом життя водяних божеств. День був для нього буттям, яке покликане було до того, щоб розсипати світло, ніч, натомість, була силою, яка відроджувала і повертала до життя померлих» [10].

«Вакханалія» Тиціана зображує найбільш оптимістичний етап людського єднання із природою через вино: «...Мужі й жінки вибрали цей прекрасний закуток всесвіту, щоб насолоджуватись життям: це люди, які п'ють, сміються, розмовляють, танцюють, навзаєм обдаровують одні одних ласками чи сплять. Всі біологічні функції тут гідні й рівноправні... вони представляють момент, коли втрачається межа між людиною, твариною і богом» [10].

«Вакханалія» Пусена зображує не людей в їхній духовній природності, на полотні за чаркою вина тепер зображені боги, саме вони мають право на вічність: «Коли Пуссен писав свій твір, вже минула епоха Відродження, так як минає вакханалія. Він жив у епоху, яка безпосередньо слідувала за тіціанівською оргією – у епоху знудженості і глибокого розчарування. Оптимістичні обіцянки Відродження не здійснились. Життя залишилось тяжким й непоетичним... Краса і щастя є атрибутами богів, а не людей – стверджує Пуссен. Радість, яка малює, збуджує у нас розчарованість, оскільки ми відчуваємо себе відлученими від неї. Дійсність повна труднощів й болю; щастя нереальне, як ті боги і німфи. Боги є тим, що є найкращого в нас самих, тим, що будучи очищеним від вульгарності й зла, персоніфікується, набираючи власної форми» [10].

Третя картина в переліку Хосе Ортеги-і-Гасета – «Піяки» Веласкеса найбільш песимістичний та близький до сучасності етап: «Веласкес, натомість, зібрав на своєму полотні міське дно: волоцюг і нероб, брудних, хитрих і лінивих – немов кажучи їм: “Ходім, позбиткуємось з богів”. Посеред вже зібраного виноградника

він ставить дебелого парубійка з нездоровою шкірою, вінчаючи його чоло кількома листками винограду. Це Вакх. Інших він розміщує довкола кам'яної діжі й наказує їм пити, доки не повилізають безглуздо очі і уста, не вишкіряться ідіотичною усмішкою. І все. Вакханалія перетворюється у п'янство. Вакх є містифікацією. Існує тільки те, що можна побачити чи помацати. Богів немає» [10].

Отже, ми простежуємо у репрезентації вина в культурі головну характеристику – дуальність. Вино має як позитивний, соціальний аспект, так і згубний, здатний зробити людину самотньою. Найяскравіше така специфіка розкривається через культурного персонажа Діоніса або Вакха – давньогрецького або, відповідно, римського бога сп'яніння. Діоніс поєднує в собі найпіднесеніші й найнижчі почуття. Він схильний до екстатичних переживань і суперечливих спонукань. Символічно, саме бог виноробства виражає інстинктивні бажання та здатний знаходити спільну мову як із земними, так і з божественними створіннями. В Еврипіда читаємо, що Діоніс був сином Зевса та смертної жінки [4]. Союз божественного та земного стає першим передвісником сутності Діоніса. Вирощений лісовими божествами, Діоніс має особливу чутливість до природного світу. Таким чином, вино розкриває в людині потенціал єдності культурного і природного, що за Ніцше, є фундаментальним для людської істоти.

РОЗДІЛ II. Теоретико-методологічна база дослідження символізму вина в кінематографі

Відтак, повертаючись до сучасності, важливо зауважити, що всі глибинні традиційні звичаї зберігаються у мистецтві, культурі та повсякденному житті. XX століття уславилось бурхливим всюдисущим розвитком кінематографу. В цьому виді мистецтва символізм візуального наповнення є невичерпним. В камері об'єктиву кожен елемент має своє розташування, колір, обставину, в якій нам показують той чи інший предмет, саундтрек – все це створює цілісну картину, яка є уособленням «аури» В. Беньяміна. І хоч Беньямін заперечував, що мистецтво фото і кіно зберігає в собі «ауру», втім сьогодні ми бачимо, що кіно здатне занурювати глядача в атмосферу; тому на думку Т. Адорно, кіно якраз містить «аури», адже мистецтво має множитися та ставати актуальністю для багатьох людей [1].

Теорія кіно, згідно з Кевіном МакДональдом, є академічною галуззю, що сформувалася на перетині естетики, технології, культури та соціальних наук. Вона виникла як відповідь на запитання про природу фільму, його унікальні характеристики та впливи, які він здійснює, і поступово перетворилася на самостійну сферу критичного аналізу візуальної культури. Теорія кіно – це складна система понять, методів і підходів, покликана осмислювати фільм як специфічну медіаформу [33].

Уже з середини XX століття, з появою структуралізму, постструктуралізму, семіотики, марксизму та психоаналізу, було закладено підвалини для більш системного і дисциплінованого теоретичного осмислення кінематографа. Однією з ключових особливостей теорії кіно є її складність, що зумовлена як міждисциплінарністю, так і необхідністю аналізувати явища, які не завжди піддаються безпосередньому спостереженню. Це зумовлює використання абстрактного і спеціалізованого поняттєвого апарату, що часом ускладнює доступ до теоретичних міркувань неспеціалістам. Теорія кіно не претендує на створення універсальних систем чи емпірично верифікованих гіпотез. Її мета – не стільки

пояснювати фільм як такий, скільки відкривати нові способи його інтерпретації та аналізу в культурному, історичному, психологічному та ідеологічному контекстах.

Складність теорії кіно також корелює зі складністю об'єкта її дослідження. Фільм, як медіа, є водночас технічним артефактом, художньою практикою, засобом репрезентації та соціальним інститутом. Його матеріальна основа, історичні витoki, промислові зв'язки і культурні функції роблять його надзвичайно багатовимірним явищем. Упродовж ХХ століття фільм поступово змінювався — від класичної студійної системи до нових форм цифрового медіа, зберігаючи при цьому ідентичність як об'єкта культурного досвіду. Цифрові технології розширили простір рухомого зображення, але не витіснили фільм як концепт або культурну практику.

Фільм постає як продукт модерності, що поєднує в собі суперечливі характеристики: з одного боку, репрезентацію фізичної реальності, з іншого — ілюзорність і штучність. Він водночас є джерелом документальної достовірності та естетизованої вигадки. Саме ця подвійність спричинила інтенсивні теоретичні дискусії щодо ідеологічного впливу кіно, його ролі у формуванні колективних уявлень і його потенціалу для соціальної критики.

Звертаючись до Р. Барта, зазначимо, що естетичним законом кіно є економність та ясність означуваних елементів. Тобто всі елементи, використані в кіно, мають свою символічну мету. Характеристикою таких елементів є їхня багатозначність.

Отже, і вино, значущість якого зберігається в історії багатьох народів по сьогодні, безумовно зустрічається в кінематографі і ХХ, і ХХІ століття, оскільки залишається актуальним та зручним символом для зображення багатьох контекстів.

Т. Лютий роздумує, чи конструюється за допомогою фільмів публічна думка. Соціолог масової культури Зигфрид Кракавер, відповідаючи на питання, підкреслював, що саме сюжети популярних фільмів найбільше впливають на формування життєвіту глядачів. У своїй психологічній розвідці про німецьке кіно він зосередився лише на декількох десятиліттях — від кінця ХХ століття до приходу

нацистів до влади. «Автор переймається нуртом розхожих глядацьких смаків у часи, коли кінострічка починає важити більше, ніж приміром, вар'єте, цирк або театр. Адже завсідники кінозалів шукали не так катарсису, як приватного затишку» [8, с. 388].

Кіно за своєю природою має здатність виражати людські емоції краще і глибше, ніж будь-який письмовий твір. Справжня сила кіно, за Ч. Левіном полягає в його здатності транслювати символи в динамічні, рухомі, сновидоподібні образи. Символи – це власна мова розуму [32].

Безумовно, кінематографічна теорія з 1970-х років була глибоко зобов'язана структуралістським та похідним від Соссюра лінгвістичним моделям. І справді, важко переоцінити глибину та важливість цього зв'язку. Як зазначає Роберт Стем, «семіотика загалом, і кінематографічна семіотика зокрема, мають розглядатися як локальні прояви ширшого лінгвістичного повороту» [42]. Подібно до книжок, фільми розглядаються як тексти, які читає глядач або критик – з відповідним припущенням, що таке читання активує подібні процеси семіотичного розшифрування.

Проте американський кінокритик і історик С. Прінс підважує лінгвістичний підхід. «Наскільки лінгвістичні моделі є доречними для розуміння того, як працює візуальна комунікація? Теорія кіно з 1970-х років схильна приділяти велику увагу тому, що вважається умовністю зв'язку між означником і означуваним – тобто виключно конвенційній і символічній природі знаків. Такий акцент, однак, часто відтісняє на другий план розуміння іконічного та міметичного аспекту певних категорій знаків – зокрема, зображальних знаків, які є найактуальнішими для розуміння кінематографа» [40].

Коротко кажучи, С. Прінс пропонує зацентувати увагу на іконічній, міметичній природі зображальних знаків.

Варто зазначити, що в теорії кіно є й інші напрями. Наприклад, П'єр Паоло Пазоліні та Пітер Воллен пропонували аналізи кінематографічних знаків, що мають

дещо інше забарвлення, ніж моделі, натхненні Соссюром. Воллен наголошував на важливості іконічного аспекту зображальних знаків. Спираючись на тріадичну модель знака Чарльза Пірса, він стверджував, що в кіно іконічні та індексальні аспекти є потужнішими, ніж символічні, й указував на те, що семіологи занедбали тему іконічних знаків через їхню упередженість на користь уявлення про знаки як умовні та символічні.

Отже, можемо підсумувати, що є декілька підходів до зображення символу в кінематографі. Відповідно, кіно має безліч рівнів демонстрації та впливу, і, безумовно, є симулякром у бодріярівському сенсі. По-перше, кіно копіює світ життя – абсолютно, майже кожна стрічка побудована на історії людського досвіду. В кіно прочитується безліч сенсів, які присутні у повсякденному житті. По-друге, воно створює альтернативні реальності – світи, у які люди воліли б потрапити, або навпаки, зображують моторошні варіанти майбутніх подій, аби у справжньому світі оминати їх.

Символом є і міфологічний герой, який часто фігурує в кіно – зі своїм покликом до пригоди, своїми ваганнями, перемогами й поразками, стосунками з богами, битвами з чудовиськами та своєю смертю – є привілейованим символом людини та її прагнень. Він уособлює людську спробу перейти зі стану неповноти до утопічного стану повноти.

Таким чином, цей типовий міфічний символ – герой – має за зразок богів, які досягли повноти буття, і саме в напрямку до цих богів спрямовує свої зусилля.

Боротьба, згідно з цією героїчною моделлю, однак, приречена на поразку – але саме ця поразка робить нас людьми. Вона вічно ставить нас у позицію істот, яким чогось бракує, попри можливі здобутки, що приходять упродовж життя.

Постійне складання частин цієї головоломки, що ніколи повністю не сходяться, але натякають на те, що шукається, становить суть людського життя. «Це – безперервний пошук, який наближує до істини, але передусім підтверджує базову людську істину – неповноту. Людина створила символ за образом і подобою себе, і

завдяки цьому символу може хоч трохи збагнути цей символічний танець, у якому вона постійно змінює партнера й ритм, – танець, що водночас і здійснює її, і розчаровує, але поміщає її в серце життя, в унікальну позицію того, хто хоче розгадати таємницю й прагне дізнатися секрет» [34].

Симуляція в кіно ставить реальність під сумнів – буває складно відрізнити істину від хиб, відвертий фарс від дзеркального відображення. У кіно нічого не буває саме по собі і завжди означає щось іще. Кіно це саме те місце, де метафора оживає буквально. Це безмежне символічне тло, яке дозволяє звичайні буденні практики перетворювати на знаки, символи, таким чином створюючи характеристику героїв і подій, які відбуваються або будуть відбуватися. Зокрема як такий інструмент кіно використовує процес споживання їжі та напоїв. Безліч досліджень вказують, що те, що споживає герой є його відображенням та часто прогнозує події.

«Антропосоціологія повсякденності немислима без антропосоціології кіно», – пише Едгар Морен [24, с. 47]. Займаючись протягом кількох років дослідженнями проблем, пов'язаних з пияцтвом та алкоголізмом, Франсуа Стойдлер вважав, що настав час провести широкомасштабне дослідження того, як суспільство візуалізує сповзання до алкоголізму, за допомогою одного з основних засобів масової інформації, який відображає і виражає, але, в свою чергу, також здійснює вплив на суспільні тенденції – медіа, що має дві відмінні риси – це і високорозвинена форма сучасного мистецтва, і індустрія, що має значний вплив на суспільство [43, с. 45]. Індустрія, що має значні масштаби в соціальній та економічній площинах.

Тому дослідження феномену споживання алкоголю є тенденцією, що набирає актуальності у світових дослідженнях, зокрема і в українських, де аналізується радянська спадщина, її вплив на український кінематограф та своєрідне ставлення до алкоголю.

Т. Лютий описує феномен показного розкошування, в якому споживання вина є важливим елементом, що вказує на статусність та заможність.

«...В результаті постає феномен так званого демонстративного споживання. Чимало чоловіків та жінок, отримуючи колосальний дохід від власних домогосподарств, починають споживати все більше товарів і послуг, які зумовлюють все дужче жадання престижу й дозволяють увиразнювати їхній соціальний статус. Спочатку це спостерігається, зокрема, в специфічному облаштуванні простору для прислуги, споживанні їжі, купівлі дорогого одягу або в прикрашанні житла. Сюди ж вільно зарахувати вживання недешевих алкогольних напоїв і наркотиків, а також утримування тварин, які ніяк не затребувані для виробничих цілей: котів, собак, декоративних птахів, скакових коней. В такий спосіб дозвільний клас заповзято виставляє напоказ життєві вигоди та пишноту. Водночас дорогоцінні речі набувають ще й ознак благопристойності. Для того, аби хоча б якось орієнтуватися в тонкощах усього цього споживацького краму, треба прищеплювати собі специфічний смак і вчитися розпізнавати речі, які репрезентуватимуть багатство» [8, с. 296].

Тобто своєрідне байдикування – воно ж дозвілля – вільний від промислового виробництва час – це особливий період людського поступу, який можна приводити у приклад щоб описати феномен споживання вина як ознаку розкоші, величч, божественної зверхності.

Крім того зображення вина в фільмах активно залучає культурні архетипи, соціальні міфи й концептуальні метафори, які можуть варіюватися від романтичного до трагедійного, від сакрального до буденного.

У європейській традиції, особливо у французькому та італійському кіно, вино часто постає як символ тілесного задоволення і життєвого еросу. Наприклад, у фільмі Бернардо Бертолуччі «Мрійники»¹ (2003), сцена зі спільним питтям вина підкреслює еротичне напруження між героями, де ритуал розпивання межує з

інтимністю. Згідно з Роланом Бартом, їжа і пиття – це не просто споживання, а «практика культури», в якій вино – це також практика означування [16]

У фільмі Александра Пейна «На узбіччі»² (Sideways, 2004) вино використовується як метафора особистої втрати та рефлексії. Головний герой, фанат каліфорнійських вин, ототожнює складність і вразливість піно нуар з власною емоційною тендітністю. Вино стає інструментом пам'яті і забуття. Саме в цьому фільмі воно зображує напій як символ людського коріння і минулого, якого варто триматися

У фільмі Бонелло «Велика краса»³ Паоло Соррентіно вино фігурує як маркер класової належності. Тут воно – ознака буржуазної втоми, декадансу і порожнечі. Як зазначає П'єр Бурдьє, смаки до вина можуть бути структурованими практиками класової диференціації [18, с. 6-7].

У фільмі «Red Sorghum»⁴ (1987) Чжана Імоу вино постає не лише як локальний продукт, а як національна алегорія [3, с. 142]. Воно пов'язане з китайською землею, тілом, кров'ю, ритуалом і колективним спротивом. Червоне сорго як вино символізує як тілесність, так і насильство, як еротику, так і героїзм. Вино стає медіумом, через який прокладається зв'язок між індивідуальним і історичним.

У багатьох стрічках вино фігурує як символ прийняття кінцевості. Вино часто позначає як святкування життя, так і визнання його крихкості. Можна провести паралель із філософією Поля Рікера, який пише про символи як нескінченні у значенні, але вкорінені у тілесному й смертному досвіді.

Варто звернутися і до вже згаданого П. Пазоліні, в творчості якого символ вина посідає особливе місце. У фільмах Пазоліні вино – складний символ, що перебуває на перетині архаїчного, тілесного, релігійного й соціального. Як і більшість образів у творчості Пазоліні, вино не має однозначного значення, але його функція завжди глибоко вкорінена в контекст маргінального, сакрального й доісторичного [39].

У таких фільмах, як «Євангеліє від Матвія»⁵ (1964) та «Теорема»⁶ (1968), вино з'являється у сценах, пов'язаних із ритуалом, тілесністю й трансцендентністю. У

Євангелії воно символізує єхаристійну жертву – проте Пазоліні зображує цю жертву не як інституційну, а як народну, антибуржуазну, майже анархічну. Таким чином, вино стає знаком не просто священного, а священого, що повертається до ґрунту, до землі, до простого люду. У цьому значенні вино в Пазоліні – символ доісторичної духовності, ще не зіпсованої сучасною ідеологією.

У «Декамероні»⁷ (1971) та «Квітці тисячі й однієї ночі»⁸ (1974), що входять до «трилогії життя», вино часто присутнє у сценах бенкету, розпусти або святкування. Тут воно символізує тілесне задоволення, чуттєвість, насолоду життям. Вино стає елементом карнавальної культури в бахтінському сенсі: воно долає соціальні кордони, об'єднує низи й верхи, висміює владні структури. У цих стрічках вино – союзник плоті, стихійності, вітальної енергії народу.

У фільмі «Сало, або 120 днів Содому»⁹ (1975) символіка вина радикально змінюється: воно більше не означає радість чи святковість. Навпаки, у контексті садизму й фашистського терору вино знецінюється – стає частиною ритуалів влади, дегуманізації й насилля. Тут Пазоліні демонструє, як символи, що колись несли життя, можуть бути привласнені репресивними структурами й перетворені на знаряддя влади. Вино, як і тіло, позбавляється сакральності й стає частиною цинічного спектаклю.

У творчості Пазоліні символ вина функціонує як індикатор епохи, способу життя й культурної парадигми. У ранніх стрічках – це знак архаїчного святого, втілення простоти й сакральної тілесності. У «трилогії життя» – вино є частиною тілесного бунту проти цивілізаційного гніту. У «Сало» – воно перетворюється на знищений символ, вивернутий ідеологією на позначення контролю, розпусти та жорстокості. Навіть на прикладі творчості одного режисера простежуємо яскраву еволюцію ставлення до вина. В різних екранних обставинах вино має різне емоційне та культурне забарвлення.

Вино як архетип, зображуваний в кіно, є чи не найяскравішим виразником поєднання трансцендентного та земного. Його можна співвіднести із Еросом,

давньогрецьким персонажем, про сутність якого сперечалися філософи в діалозі «Бенкет» Платона. «За історією Діотіми, Ерос – це син Багатства (Poros) та Бідності (Penia). Тому він і не є «богом», бо не має в собі досконалості. Він – «даймон», демон: дух-посередник між світом божественним і світом людським. Той, хто має в собі і божественну повноту, і нестачу світу смертних... Як породження Багатства та Бідності, Ерос є вічною напругою між ними, вічною подорожжю між двома полюсами. Це нестача, що прагне надлишку; це порожнеча, що прагне повноти. Ерос замащує рани бідності енергією божественної досконалості. Він є постійним неспокоєм прагнення; струмом, що породжується напругою між полюсами» [5, с. 9].

В кінематографі різних країн світу символ вина зберігає своє плинне значення. Залежно від контексту, жанру й національної традиції, воно може означати чуттєвість, пам'ять, владу, класову ідентичність чи екзистенційну крихкість. Як символ, вино виходить за межі побутового предмета – воно втілює перетин тілесного й духовного, повсякденного й сакрального, земного й трансцендентного. Через ритуали пиття, акценти на смак, текстуру, колір або візуальну композицію сцени, вино структурує простір і час у фільмі, маркуючи ключові емоційні й сюжетні повороти.

Кінематограф, як медіум, здатний втілювати метафоричні структури, робить символ вина особливо промовистим, дозволяючи глядачеві одночасно бачити і відчувати значення. Цей символ зберігає відкритість до нових інтерпретацій, адже його культурна багатозначність постійно оновлюється відповідно до змін у соціальному, політичному й естетичному контекстах. У цьому сенсі, вино в кіно – не лише напій, а спосіб розповідати про людину, її бажання, страхи, ідентичність і пам'ять.

РОЗДІЛ III. Крос-культурні особливості зображення вина в кінематографі

Найчастіше у світовому кінематографі вино виступає саме атрибутом показного розкошування, воно означає престиж і поважність героя. Проте, у західноєвропейському кіно, зокрема у французькому та італійському, вино часто стає тлом, на якому розгортаються людські долі, сімейні стосунки, часто зображується благоговіння і любов до вина і виноробства. Саме спорідненість із землею та процесом виготовлення робить кіно цих регіонів особливо ніжним та щемливим, коли на екрані необхідно зобразити вино.

За дослідженнями, на західному Євразійському півострові вживають алкоголь найбільше у світі. Восьма частина населення Землі – європейці – споживає половину алкоголю у світі! На вершині списку Франція, Австрія, Німеччина, Угорщина, Португалія і Швейцарія. «Європейська терпимість до алкоголю, – пише А. Турунен – явище цілком своєрідне. Було навіть висунуто теорію, що європейці виробили імунітет до впливу алкоголю» [12, с. 20]. Тому в цих країнах вино береже в собі безліч символів, традиції, автентичну та культурний код.

У виноробних регіонах Європи виробництво вина не лише є галуззю промисловості, але і створює унікальні культурні та гастрономічні контексти, які відображаються у світі кіно. Фільми, зняті в таких країнах, як Франція, Італія, Іспанія та Німеччина, здатні не лише показати велич та красу виноробної промисловості, але й розкрити глибинні сюжети про культурні та сімейні аспекти цієї галузі.

Французькі фільми про вино, часто зняті в регіонах Бордо, Бургундії та Шампані. Вони збагачують глядачів не лише естетикою романтичних винних пейзажів, але й глибокими сюжетами про сімейні та підприємницькі турботи виробників. Вони часто показують боротьбу за спадщину, традиції та інновації у виробництві.

Італійські фільми, зняті в Тоскані, П'ємонті та на Сицилії, часто пропонують пристрасті до сімейних традицій, любов до землі та винні гастрономічні витонченості. Вони здатні втілити в собі не лише красу пейзажів, але й сутність італійської культури та її безкінечну пристрасть до життя.

Іспанські фільми, які беруть свій початок в Ріоха, Рибера дель Дуеро або Каталонії, розкривають багату культурну спадщину, традиційні свята вина та винні гастрономічні експерименти. Вони часто відображають бурхливість іспанського характеру, його любов до святкувань та вишуканої кухні. Вино в іспанських фільмах часто асоціюється зі святами, вечерею або особливими подіями. Воно символізує не лише задоволення від напою, але й сприяє підтримці та зближенню між героями. Такі сцени можуть бути зображені як елемент іспанської культури, де вино відіграє важливу роль у спільноті. Поряд з тим, в іспанських фільмах можна побачити різноманітні аспекти культури споживання вина: від класичних сцен з вечерею за столом до більш сучасних образів, де вино може бути символом розкоші або статусу.

Все ж, попри чисельні дослідження, Франція залишається найбільшою країною виробником вин і – відповідно – фільмів, сюжет яких розгортається навколо цього напою, ба більше – навколо процесу його виробництва.

Найчастіше у кінематографі зображується червоне вино, ймовірно тому, що це напій, який найбільше споживають саме французи.

У французькому кіно зображуються різні види вина. Причому воно настільки багатогранне, що присутнє в різних обставинах та серед представників майже будь-якого соціального класу. Недороге червоне вино для представників робітничого класу асоціюється із зображенням алкоголізму в фільмах тридцятих років. Так, наприклад, червоне вино п'є у фільмі Жюльєна Дювів'є «Славна компанія»¹⁰ група низькооплачуваних робітників. Привілейовані люди – промисловці, керівники також любляють червоне вино, проте для них це марочне вино, ознака вищого світу, статусності та багатства. Біле вино також не менш популярне в французькому

кінематографі. Зазвичай зображення білого вина пов'язане із певними стравами або особливими подіями, наприклад святами та весіллями. Проте у французькому кіно біле вино наділяють властивістю знімати тривогу та символізувати самотню людину, яка залишається наодинці й поринає у думки. Так у фільмі «Провидіння»¹¹ Клайв Ленгем п'є вночі вино Chablis (сухе біле бургундське) та чекає на смерть у своєму замку.

Щодо шампанського, то воно зображується в сценах радості та родинної єдності. Воно легке та вируюче, тому і події з ним також сповнені надій та насолоди. Це вино розслаблення та свята. Прикладами можуть бути сцена трапези на причасті в фільмі «Північний готель»¹² та «Кінець дня»¹³.

Франсуа Стойдлер досліджує зображення алкоголю в французькому кіно. Він зауважує: «Алкоголь часто споживається персонажами після, а не перед жестом, який передбачає концентрацію, зусилля або наполегливість. Він тамує спрагу того, хто доклав зусиль, щоб здійснити небезпечний подвиг (свердління отвору крізь стелю у фільмі Жюля Дассена «Du rififi chez les hommes»¹⁴, 1955); він знімає стрес у того, хто вчинив злочин (вбивство інформатора у фільмі «L'armee des ombres»¹⁵ та у фільмі «Juste avant la nuit»¹⁶ Клода Шаброля, 1971, коли чоловік вбиває свою коханку). У певних випадках його два протилежні ефекти, як «амфетаміну» та «седативу» зливаються воедино. У фільмі «Lacombe Lucien»¹⁷ Луї Малля (1974) Люсьєн звертається до алкоголю як до стимулятора перед тим, як «побити» своїх жертв, а коли брудну роботу зроблено, відчуває полегшення від випивки. Якщо алкоголь є транквілізатором, що дозволяє припинити «занадто багато думати і забути», він також є стимулятором, який, подібно наркотику, звільняє уяву та повертає людину в минуле. Письменник Трактирник Альбер Квентін у фільмі «Un singe en hiver»¹⁸ (1962), під впливом алкоголю згадує епізоди зі свого життя, коли він був членом експедиції, відправленої на Далекий Схід: він згадує Янцзи-Кян, орхідеї, високі, як дерева, і своє життя моряка. Відтоді, як він замінив алкоголь солодощами – єдиними «маленькими краплями», які він вживав, були фруктові

краплі, і тільки китайського виробництва, які продаються в антикварних крамницях. Як і у випадку Альберта Квентіна, алкоголь – це засіб, за допомогою якого деякі люди повертаються до приємних спогадів, вносячи трохи різноманітності в досить нудне життя. Також, завдяки алкоголю, головний герой фільму Вернейля, якого грає Жан-Поль Бельмондо, може подорожувати крізь час і простір до кориди та життя в Іспанії» [43].

У італійському фільмі «Приборкання норавливого»¹⁹ («Il Bisbetico Domato», 1980) вино і виноробство символізують неприборкану красу, вільну і сильну, яка протистоїть силі машини. В одній з початкових сцен фільму головний герой Елія змагається з пресом для вичавлювання виноградного соку. Чоловік танцює та отримує задоволення, і звісно перемагає, він сильний, привабливий і символізує незайману красу природи. Особливість і складність героя у його повному злитті із природою – він поважає її цілісність, засуджує полювання, обожнює тварин. «Із тваринами можна домовитись, на відміну від людей» – каже Елія у сцені, коли селянин намагався налякати граків, аби ті не їли врожай. Елія гордий та відвертий – він не розуміє маніпуляцій та загальнолюдських завуальованих почуттів. Він простий та чесний, як сама природа. У стрічці дуже яскраво видно як вино підноситься до божественного, так і сам головний герой, який є його образом поводить відповідно. Його дуже лякає переживання людських відчуттів, він не прагне кохання, хоча згодом почуття візьмуть гору. Це кіно про єднання культурного і природного, людського і божественного, і хоча назва натякає на «приборкання», головний герой залишається тією силою природи, яка йде на примирення із людством. Загалом у багатьох кінострічках про виноробство зображують ставлення до вина – із побожністю та великою любов'ю.

У фільмах Лукіно Вісконті вино – знак аристократичного упадку та декаденсу. Його картини часто розгортаються на тлі розкішних бенкетів і балів, де вино ллється ріками. Проте ці сцени не святкують життєвість, а оголюють кінець епохи: для Вісконті вино символізує небезпечну ворожу буржуазну культуру і наближення

катастрофи Наприклад, у «Смерті у Венеції»²⁰ (1971) заможні аристократи насолоджуються узбережним гедонізмом і пишним застіллям, ігноруючи чуму, що насувається. Вісконті з презирством показує, як ці бенкети перетворюються на святкування перед катастрофою. У «Леопарді»²¹ (1963) розкішна маскарадна вечера також підкреслює зниження старої знаті – а вино тут стає символом застою та нездатності змінити суспільство. Таким чином, у Вісконті вина багато в кадрі, але воно подане як «дезінфікуючий» символ спокуси та занепаду високого суспільства.

Тенденції споживання вина в європейському кінематографі містять багато відтінків, перш за все це зображення вина як родинної тяглості, зображення спокійних вечорів, святкувань. Вино використовується як символічний та наративний елемент у фільмах різних жанрів і культурних контекстів. Воно стає невід'ємною частиною оповіді, допомагаючи глядачам глибше зрозуміти внутрішній світ персонажів та їхні взаємозв'язки. Крім того, вино часто асоціюється з розкішшю і святкуванням, що додає сценам відповідний настрій і тон. У фільмах, які досліджують теми соціального статусу та елітарності, вино може бути символом багатства і влади. Воно також може виступати як каталізатор змін або конфліктів, підкреслюючи ключові моменти у розвитку сюжету. Таким чином, споживання вина в кінематографі виконує багатогранну функцію, виступаючи не лише елементом побуту, але й потужним символічним інструментом. Вино допомагає режисерам створювати більш насичені та глибокі історії, передавати емоційні стани та культурні контексти, роблячи кінематографічні твори більш виразними і багатогранними. Цей феномен демонструє, наскільки важливим є вино як культурний артефакт і наскільки тонко його можна інтегрувати в мистецтво кіно для досягнення різних художніх цілей.

Зображення вина у скандинавському кінематографі значно відрізняється від західноєвропейської традиції, де вино зазвичай асоціюється з ритуалом, святом або сакральною надлишковістю. У фільмах Ларса фон Трієра та Томаса Вінтерберга вино постає не як естетичний або романтизований символ, а як засіб соціального,

психологічного або навіть онтологічного оголення. Його функція полягає у порушенні поверхневої структури повсякденності, виведенні на поверхню внутрішньої кризи, травми чи моральної амбівалентності [27].

У стрічці Томаса Вінтерберга «Свято»²² (Festen, 1998) вино виступає тригером розпаду патріархального ладу родини. Сцени застілля, зображені у відповідності до естетики маніфесту «Догма 95», позбавлені естетизації: камера реєструє побутові жести з максимальною «необробленістю». Вино, що традиційно у західній культурі маркує згуртованість, святковість або вдячність, у фільмі стає маркером деградації соціальних зв'язків, виявлення правди й порушення мовчання [31].

У Ларса фон Трієра алкоголь, зокрема вино, функціонує як засіб зіткнення персонажів із несвідомим, болем або реальністю, яка виходить за межі символічного порядку [15]. У «Розсікаючи хвилі»²³ (Breaking the Waves, 1996) вино постає як елемент соціального контексту, в якому сакральний досвід героїні Бесс знецінюється і не вписується у систему координат «реалістичних» дорослих. Подібне трапляється і в «Антихристі»²⁴ (Antichrist, 2009), де сцена вживання вина є маркером фальшивого заспокоєння, ілюзії контролю, яка лише приховує наближення катастрофи [28]. Особливого значення алкоголь – у тому числі вино – набуває у фільмі Вінтерберга «Ще по одній»²⁵ (Druk, 2020). Тут він використовується як інструмент екзистенційного дослідження: головні герої вживають алкоголь не для насолоди, а в межах «наукового експерименту» – щоб перевірити теорію про оптимальний рівень сп'яніння для людської продуктивності. Вино та інші напої стають тут засобом пошуку життєвої автентичності, однак фінальний танець головного героя на тлі трагічних подій підкреслює неоднозначність цього досвіду: свобода, яку обіцяє вино, виявляється миттєвою, майже фантомною [35].

Таким чином, у скандинавській кінотрадиції вино не є маркером тілесної свободи чи гедонізму, а радше засобом психоаналітичного або екзистенційного заглиблення. Це символ, що відкриває межі контролю, стирає розділення між

свідомим і несвідомим, між нормою і девіацією. Його символіка несе в собі критичний потенціал – деструктивний і трансформативний водночас.

Теоретично такий підхід можна пояснити через низку інтелектуальних традицій. По-перше, у психоаналітичній оптиці (Фройд, Лакан) алкоголь може трактуватися як механізм витіснення або тимчасового послаблення символічного контролю. По-друге, в рамках екзистенціалізму (К'єркегор, Сартр) алкоголь – це засіб втечі від абсурду або стрибка у трансцендентне. Нарешті, маніфест «Догма 95», започаткований саме Вінтербергом і фон Трієром, передбачає відмову від стилізації та естетизації, що робить вино у цьому кінематографі позбавленим ореолу, здатним виконувати радикально критичну функцію.

У кінематографі країн Східної Європи вино часто виступає елементом, який виконує естетичну, символічну та ідеологічну функції. Репрезентації вина у фільмах Болгарії, Угорщини, Румунії, України, Сербії та Грузії можна розглядати як форми наративного та візуального конструювання культури, а також як спосіб трансляції цінностей, страхів і сподівань різних історичних етапів.

У фільмах, знятих у сільській місцевості, вино часто є невід'ємною частиною побуту. У грузинському кінематографі, зокрема у фільмах Тенгіза Абуладзе або Георгія Данелія, вино зображується як сакральний продукт – символ зв'язку між поколіннями, землі та душі. Його виготовлення – це обряд, укорінений у національній культурі, який несе на собі сліди архаїчного мислення, релігійної символіки та християнської ідеї жертви. У болгарських та румунських стрічках сцени збору винограду або застілля з вином виступають символом сезонності, циклічності та єдності громади. Вино тут – це не лише джерело радості, а й маркер життєвого ритму, співіснування людини з природою.

Водночас у фільмах постюгославського простору, особливо у творчості Еміра Кустуріці, вино часто виступає як соціальний клей – елемент, що об'єднує людей попри соціальні та етнічні бар'єри. В одній сцені за одним столом можуть зійтися чиновники, священники, військові та селяни, і вино стає символом тимчасового

скасування ієрархій. Вино тут є не лише напоєм, а й інструментом правди – іноді гіркої, іноді визвольної. У таких сценах постає специфічна філософія вина як речовини, що відкриває істину, знімає маски, але водночас не обіцяє катарсису.

Українські фільми рідко зосереджуються саме на вині, однак в окремих стрічках, особливо короткометражках, які виходять із незалежних кіношкіл, вино виступає як маркер ностальгії, втраченої близькості або спроби втекти від травматичного теперішнього. Воно з'являється у сценах вечірніх розмов, де часто звучать зізнання, мовчання або спогади. Тут вино функціонує не як елемент святкування, а як емоційний посередник.

У радянські часи кіно активно формувало ставлення до алкоголю, створюючи образи, з якими глядачі ідентифікувалися. Це впливало як на особисті звички, так і на соціальні норми споживання. «Культура споживання алкоголю в СРСР формувалася на основі історичних обставин. Наприклад, у 1940-х роках, а пізніше й під час Другої світової війни, солдатам на передовій видавали “бойові 100 грамів” горілки перед боями. Це сприяло зростанню рівня споживання алкоголю. Після 1945 року офіційна позиція змінилася на пропагування здорового способу життя, проте радянські громадяни зберегли традицію вживання алкоголю для розслаблення та підняття настрою» [11].

Із кінця 1960-х, за часів Брежньєва, споживання алкоголю значно зросло. Випивка стала частиною повсякдення, а святкування з великою кількістю спиртного – нормою. «Офіційні медіа періодично засуджували споживання алкоголю, пов'язуючи його з алкоголізмом, що суперечило образу радянського трудівника. Яскравими прикладами фільмів, які засуджували пияцтво, є “Коли дерева були великими” (1961), “Самогонники” (1961), “Операція И” (1965), “Кавказька полонянка” (1967), “Діамантова рука” (1969), “Афоня” (1975) та інші» [11].

Через обмеження продажу алкоголю поширеним стало самогонваріння. А популярні образи «веселих компаній», що пили заради розваг, сприймалися молоддю як спосіб втечі від буденності.

«Відсутність жанрового різноманіття в радянському кінематографі означала, що основний акцент робився на військових фільмах і комедіях. Навіть у комедіях тема алкоголю подавалася через призму моралізаторства, де позитивні герої вели тверезий спосіб життя, а негативні – зловживали спиртним» [11].

Наприкінці радянської доби фільми вже показували алкоголь менш героїзовано – як другорядну, але проблемну частину життя, що впливає на сім'ї та стосунки. З розпадом СРСР ці образи трансформувалися: алкогольна тема вийшла з-під контролю цензури, а нова свобода дозволила відвертіше говорити про залежність, її причини й наслідки.

В епоху соціалістичного реалізму вино, на відміну від горілки, мало позитивніше або більш естетизоване значення. Воно асоціювалося з культурним споживанням, з європейськими традиціями, з «лагідною» інтоксикацією. Проте вже в постсоціалістичному кінематографі 1990–2000-х років вино часто зображується як ритуал самознищення.

У фільмах Бели Тарра, зокрема в «Сатанинському танго»²⁶, алкоголь не має розрізнення на благородний чи простий: він виступає знаком загального розпаду, втрати сенсу, монотонності буття. Вино тут – не шлях до насолоди, а механізм повільної ентропії.

В сучасному українському кіно вино набуває нового забарвлення. Воно працює із колективною та інтимною постколоніальною травмою. Щоб пояснити мінорне забарвлення вина в пострадянській культурі України, варто звернутися до М. Мінакова і його праці «Пострадянська людина і її доба» [9]. Автор пояснює, що вихід із тоталітарної системи не буває безболісним, звільнені відчувають безсилля та занепад цінностей на всіх рівнях, а це проявляється і в мистецтві. Тому вино, яке грає роль маркеру стану суспільства, в українському кіно, особливо останніх років,

працює із цією травмою; воно не приносить насолоди та гарного проведення часу, а радше «ізолює» свідомість та намагається не оп'янити, а навпаки, отверезити людину.

У фільмах Ірини Цілик вино з'являється у приватному просторі як атрибут саморефлексії, внутрішнього діалогу або суб'єктивності. Воно постає не як засіб для розваги, а як супутник тиші, камерності, інколи – смутку.

Фільм «Я і Фелікс»²⁷ (2022) – це інтимна, але політично загострена історія дорослішання, що розгортається у ранні пострадянські 1990-ті. Як і в попередньому фільмі Цілик («Земля блакитна, ніби апельсин»²⁸), тут реальність пронизана символами, в яких побут і історія тісно переплетені. У фільмі є кілька сцен, де головний герой Тимофій – хлопчик, який росте у складній сім'ї – стикається з алкоголем, зокрема з вином, у присутності дорослих. Сам факт його присутності при вживанні алкоголю символізує руйнування межі між дитинством і дорослістю, безпечною наївністю і жорсткою дійсністю. Ці сцени часто позначені не стільки святом, скільки втомою, агресією, дезорієнтацією. Вино не святкове – воно гірке, затхле, нерідко дешеве. Воно не відкриває шлях до спілкування, а навпаки – оголює внутрішній розпад, соціальну деградацію.

Персонаж Фелікса – колишній афганець, чоловік з посттравматичним синдромом – п'є для забуття. Алкоголь, зокрема вино, постає в нього як засіб витіснення пам'яті про війну, насильство, зраду. Це вино-травма, вино-знеболююче. Воно контрастує із вином у західному, гедоністичному контексті: тут воно не символ радості життя, а навпаки – його тяжкої тіні. Фелікс іноді п'є вино мовчки, у темряві, майже ритуально – це акт не задоволення, а ритуал болю.

У пострадянській Україні 1990-х, зображеній у фільмі, алкоголь часто виступає залишком радянської псевдоінтелігентської традиції: келих вина за книжковими розмовами – ностальгічна і водночас фальшива поза. Герої фільму – дорослі – іноді намагаються симулювати нормальність за келихом вина, прикриваючи цим власну

внутрішню поразку, відсутність ідей і перспектив. У цьому сенсі вино стає не святом, а театром, фасадом, що приховує соціальний занепад.

У «Я і Фелікс» вино – символ епохи, в якій дорослі втрачають орієнтири, а діти змушені швидко дорослішати. Це вино без традиції, без ритуалу, без любові. Воно не веде до єдності, як у західному кінематографі, а радше виявляє розкол – між поколіннями, між приватним і політичним, між пам'яттю і забуттям. У цьому аспекті Ірина Цілик, можливо, несвідомо наближається до того самого простору, що його описував Джеймісон: вино як частина національної алегорії, де особисте завжди пронизане історичним.

У «Памфірі»²⁹ Дмитра Сухолиткого-Собчука вино – це частина глибоко укоріненої народної культури, пов'язаної з релігією, родинними зв'язками і навіть кримінальними структурами. Наприклад, у сценах святкування, колядування, ритуалів – алкоголь символізує спільність, але водночас і внутрішній конфлікт, бо головний герой, Памфір, хоче «вийти» з цього замкненого кола. Це не вино насолоди, а вино примусу, відповідальності, тиску традиції. Його пиття – частина обов'язку, а не вибору.

У «Стоп-Землі»³⁰ Катерини Горностай підлітки п'ють вино та інший алкоголь у спробі відчувати себе «дорослими», експериментувати з межами дозволеного. Тут вино позначає не лише тілесну зміну, а й першу зустріч із психологічною самотністю, тривогою, любов'ю. Це скоріше напій ініціації, але не святкової, а тривожної. Алкоголь тут не руйнує прямо, як у «Я і Фелікс», але він відкриває простір для вразливості.

Пиття, сп'яніння і алкоголізм відігравали як головні, так і другорядні ролі в американському кіно з початку ХХ століття. У період між 1908 і 1989 роками Голлівуд створив щонайменше 600 фільмів про алкоголізм [24].

Американці завжди мали суперечливе ставлення до алкоголю й алкоголіків, і це відображено у фільмах, які створював Голлівуд на ці теми. Американці хочуть пити, але не хочуть алкоголіків. Це призвело до появи «алібі алкоголізму». Це алібі

звинувачує у проблемах з алкоголем самого питушого. У ньому стверджується, що лише певна категорія питущих стає алкоголіками. Воно пропонує інтерпретативну теорію, що поєднує моральні (сила волі) та неморальні (хвороба) пояснення алкогольної проблеми.

Голлівуд як соціальна структура, що продукує і створює значення, з моменту свого виникнення був занепокоєний темами алкоголю, пиття, п'яниць, проблемних пияків і алкоголіків. Із самого початку кіно (а тепер і телебачення) було «найпопулярнішим і найвпливовішим культурним медіумом у США» [33, с. 1]. Протягом майже століття фільми про алкоголізм (разом з іншими культурними текстами) формували уявлення про алкоголізм і фігуру алкоголіка в американському суспільстві.

Визначення алкоголізму й того, хто є алкоголіком, у Голлівуді змінювалися відповідно до ширших змін у історичних, культурних, медичних та ідеологічних уявленнях. Наприклад, фільми, зняті в період раннього німого кіно (1908–1920), як-от, «What Drink Did»³¹, відображали «сухі» цінності руху за тверезість. У них алкоголізм подавався як провал особистої сили волі, наголошувалося на злі пиття, грішного питушого карали (герої та героїні не пили), а щастя пов'язували з тверезістю. У період дії «сухого закону» фільми, всупереч чинному законодавству, були «мокрими» – показували пиття в позитивному світлі (напр., «Our Dancing Daughters»³²), хоча у 1931 році дві ключові постаті німого кіно – Чарлі Чаплін і Д. В. Гріффіт – зняли антипитущі фільми у традиціях руху за тверезість («The Struggle»³³ та «City Lights»³⁴).

Більш конкретно, на ставлення Голлівуду до алкоголіка вплинули такі чинники як рух за тверезість і його спадщина (1800–1919); «сухий закон» (1920–1933) і його скасування (1933); розвиток і розширення Кодексу кіновиробництва (1922–1934, 1968, 1972), який обмежував те, що можна показувати на екрані; поява організації «Анонімні алкоголіки» (АА) у 1935 році та Національної ради з проблем

алкоголізму у 1937, а потім – Національної ради з алкоголізму у 1944; поява соціально реалістичних, «свідомих» фільмів у Голлівуді (1944–1962).

У 1922 році Асоціація продюсерів і дистриб'юторів створила Комісію Гейса – орган саморегуляції та попередник Кодексу 1934 року. Він впровадив низку заборон щодо морального змісту голлівудських фільмів. У фільмах не можна було показувати порушення закону, насильство й сексуальну близькість. Кодекс чітко регламентував тему алкоголю: «Вживання алкоголю в американському житті, якщо цього не вимагає сюжет або характеристика персонажа, не повинно бути показано». Ці обмеження кинули виклик у пізні 1940-ті та протягом 1950-х років із розвитком фільмів на соціальні теми.

Анонімні алкоголіки з'явилися у 1935 році. У 1937 створили Національну раду з проблем алкоголізму, метою якої було «заохочення досліджень проблеми алкоголізму, а не розпалювання моральних і емоційних пристрастей».

У 1945 вийшов перший сучасний фільм про алкоголізм — «The Lost Weekend»³⁵, знятий за однойменним романом Чарлза Джексона, що став бестселером 1944 року. Режисер Біллі Вайлдер консультувався з АА під час зйомок екранізації. Цей фільм міцно закріпив алкоголізм у середовищі верхнього середнього класу. До цього (1932–1945) Голлівуд переважно зосереджував увагу на розважальній індустрії – фільми про алкоголізм розповідали про проблеми зірок у самому Голлівуді (напр., *A Star Is Born*)³⁶, 1937).

Після «The Lost Weekend» вийшло щонайменше 28 фільмів (1945–1962), які зробили алкоголіка і його/її вживання алкоголю своєю основною темою.

У період між 1932 і 1945 роками всі чинники зійшлися, створивши умови для появи сучасного, анти-тверезницького фільму про алкоголізм.

Сучасний Голлівуд не цурається алкоголю, він показує його активним яскравим героєм численних культових фільмів і телесеріалів. Нерідко саме алкогольні напої стають маркером відомих у всьому світі персонажів. Так,

наприклад, неможливо уявити агента Бонда без коктейлю горілки з мартіні, а хрещеного батька Дона Корлеоне без червоного вина.

У голлівудських фільмах вино не просто з'являється на екрані – воно працює як культурний маркер, інструмент психологічної гри або естетичний контрапункт до драматичних подій.

Одним із найвиразніших прикладів є образ Ганнібала Лектера у «Мовчанні ягнят»³⁷ (1991) і в серіалі «Ганнібал»³⁸ (2013–2015). У першому фільмі в культовій сцені Лектер смакує вино з людською печінкою («with some fava beans and a nice Chianti») – цей саркастичний коментар імітує гастрономічну витонченість, перетворюючи сцену на естетизований акт насилля. У серіалі вино підноситься до символу контролю, вишуканої жорстокості й майже релігійного ритуалу: воно присутнє на кожній вечері як частина театру смерті. У цьому контексті келих вина – це межа між естетикою і варварством.

У «Хрещеному батьку»³⁹ (1972) вино стає культурним кодом італо-американської ідентичності. Воно – атрибут сімейних обідів, традицій, патріархальної влади. Коли Дон Корлеоне п'є вино в саду, це сцена майже пасторального спокою – протилежність кривавій реальності мафіозного бізнесу. Вино тут є символом домашнього затишку, але з присмаком злочинного порядку, у якому насильство приховане під шаром культури.

У «Сніданку у Тіффані»⁴⁰ (1961) келих шампанського в руці Голлі Голайтли – це не просто аксесуар стилю, а ілюзія легкості й жіночої незалежності. За гламуrom приховується вразливість: вино тут символізує втечу від буденності, спробу жити в уявному світі, де все завжди сяє. Алкоголь створює атмосферу вечірки, що ніколи не закінчується, хоча насправді це лише маска самотності.

В «Адвокаті диявола»⁴¹ (1997) вино – атрибут спокуси, розкоші і, зрештою, моральної деградації. Герой Кіану Рівза потрапляє у світ, де келих вина – це частина контракту з дияволом, що спокушає не лише грошима, а й естетикою: вишукане вино, мистецтво, мода – все працює на одне: розмивання меж між добром і злом.

Цікаво, що у «Матриці»⁴² (1999) немає класичної сцени з вином, однак є сцена, де Мервінгієць – вишуканий і зловісний програмний персонаж – пропонує вино та десерти, супроводжуючи це філософськими монологами про причиновість. Його ставлення до вина – це спосіб продемонструвати контроль, насолоду і відчуження від світу людей. Вино в цій сцені стає знаком вищої ієрархії, симуляції задоволення. Навіть нежива істота, комп'ютерна імітація вживає вино!

У фільмах Квентіна Тарантіно вино майже не є сакральним символом – натомість це частина побутового колориту. Герої його кримінальних драм зазвичай п'ють віскі, пиво чи міцні коктейлі, а не церковну «червону плоть». Наприклад, у «Джекі Браун»⁴³ (1997) агент Макс Черрі п'є ірландське віскі, тоді як Джекі замовляє келих білого вина [26]. Таким чином вино вказує на характер: Джекі – спокійна, розважлива жінка в професійному світі авіаперевезень, і її «цілісний» напій контрастує з грубуватим світом гангстерів. У решті фільмів Тарантіно алкоголь натомість слугує утилітарним реквізитом: у його всесвіті марихуана, кокаїн чи героїн популярніші за вино, а стильне питво (як, наприклад, саке в «Убити Білла»⁴⁴) більше визначає естетику сцен (суші-бар, підпільний бій тощо). Тому релігійна символіка мінімальна – скоріше соціальний аспект: зустрічі за столом демонструють полілог (іноді гендерний чи расовий) між героями. Вино у творчості Тарантіно служить скоріше побутовою міткою статусу чи «звички», ніж глибоким символом влади або занепаду.

Таким чином, у Голлівуді вино – багатофункціональний символ: від фальшивої легкості та романтичної мрії до тривожної естетики контролю, влади або занепаду. Його присутність у кадрі промовляє більше, ніж здається – про героя, про середовище і про глядача, якому пропонують розпізнати присмак того, що приховано за глянцем.

У серіалі «Доктор Хаус»⁴⁵ (2004–2012) вино з'являється рідше, ніж таблетки Вікодину, але коли воно в кадрі – це завжди епізод ескапізму або маркування межі. В одному з епізодів він смакує вино Château Margaux, яке вважається одним із

найкращих вин світу. Для Грегорі Хауса келих вина – не задоволення, а жест відсторонення: він може дозволити собі вино на званій вечері, в ресторані чи під час спроби «бути нормальним», але це завжди виглядає як роль, яку він грає. Його справжній наркотик – біль і самоіронія. Вино тут контрастує з його зломленою натурою, символізуючи світ, у якому він – гість, а не мешканець.

У «Сексі і місті»⁴⁶ (1998–2004) келих вина або коктейль – це розширення жіночого голосу. Під час вечерь і розмов чотирьох подруг вино стає фоновим ритуалом, який дозволяє відкрито говорити про секс, амбіції, страхи й невпевненість. Найчастіше п'ється біле вино або шампанське – символ не лише класу, а й певного ідеалу незалежної жіночності. Проте за глянцем криється самотність, спроба втекти від буденності або підтвердити свою належність до бажаного стилю життя. Вино тут – це частина міфу про Нью-Йорк як місто нескінченних можливостей, де келих – продовження особистості.

У «Картковому будинку»⁴⁷ (House of Cards, 2013–2018) вино є частиною влади. Френк і Клер Андервуд п'ють червоне вино після змов і маніпуляцій, у тиші темного інтер'єру. Воно ніколи не святкове, не легке – це кров політики, ритуал контролю. Їхні келихи – це знаряддя ізоляції: п'ють не для радості, а як акт самоствердження в порожнечі.

Вино в голлівудських фільмах і серіалах – це набагато більше, ніж аксесуар чи побутова деталь. Це універсальний, але гнучкий символ, що здатен трансформуватися відповідно до жанру, епохи, соціального контексту чи внутрішнього стану персонажа. В одних випадках воно маркує гедонізм, стиль і бажання жити «по-міському», в інших – іронічний контраст до жорстокості або психічного болю. Вино може бути знаком приналежності до класу, інструментом маніпуляції, або мовчазним символом розпаду і внутрішнього краху.

Це рідина з пам'яттю: вона зберігає відлуння культури, в яку влита, – від античного уявлення про вино як канал до істини (*in vino veritas*) до постмодерного келиха, що не обіцяє нічого, крім ілюзії контролю чи смаку. Голлівуд використовує

вино як багатошаровий код – де кожен ковток говорить про щось більше: про владу, самотність, бунт, втечу або спокусу.

Вино має особливе місце в культурі багатьох країн Азії, хоча його сприйняття, вживання й символізм значно відрізняються залежно від регіону. На відміну від європейського простору, де вино асоціюється переважно з ритуалами, дозвіллям та гастрономією, в азійських культурах вино часто набуває сакрального, медичного та філософського значення.

Історичні витоки виноробства в Азії простежуються ще з античних часів. Археологічні свідчення показують, що вино виготовляли на території сучасного Китаю вже близько 7000 років тому. Це були напої на основі ферментованого винограду, меду та рису. У давньокитайській культурі алкоголь, зокрема й виноградне вино, відігравав важливу роль у жертвоприношеннях і державних церемоніях. Його вживання регламентувалося як привілей вищих класів, що символізував соціальний статус, мудрість і зв'язок із духовним світом.

У Китаї епохи Тан (VII–X століття) вино стало не тільки елементом ритуалу, але й натхненням для поезії та живопису. Видатні поети, як-от Лі Бо, оспівували вино як джерело натхнення, споглядання світу та пошуку істини. Водночас у філософських традиціях конфуціанства помірність у питті вважалася чеснотою, що впливало на суспільне ставлення до алкоголю як до засобу для контролю себе, а не для втечі від реальності.

У Японії традиційний алкогольний напій sake довгий час витісняв вино як продукт іноземного походження. Проте з початку XX століття виноробство починає розвиватися в Японії, і вино входить до культури міського середнього класу. У японських фільмах кінця XX – початку XXI століття вино з'являється як символ західного способу життя, індивідуалізму та романтичних стосунків. При цьому його споживання часто контрастує з більш усталеними традиціями спільного пиття sake.

У багатьох регіонах Індії алкоголь асоціюється з нечистотою, а вино – з колоніальною спадщиною. Тим не менш, у сучасних індійських містах споживання

вина зростає серед освіченої молоді та жінок, що сприймається як акт соціального розкріпачення й емансипації. В індійському кінематографі вино часто використовується для передачі гламурного стилю життя, тонкої естетики або драматичної напруги.

Соціокультурні фактори глибоко впливають на сприйняття вина в Азії. Це питання не тільки смаку, а й статусу, релігії, моралі та глобалізації. У сучасному азійському кінематографі й медіа вино дедалі частіше зображується як елемент космополітичного життя, символ свободи вибору, естетики та нової ідентич

У своєму відомому есе «Світова література в епоху мультинаціонального капіталізму» Фредрік Джеймісон висуває теорію «національної алегорії». На його думку, домінування національної алегорії є визначальною рисою, яка нібито притаманна всім культурним продуктам Третього світу й радикально відрізняє їх від аналогічних форм у Першому світі. Він доводить: «Ці [тексти Третього світу], навіть ті наративи, що здаються приватними й пронизані справжньою лібідозною динамікою, неминуче проектують політичну вимірність у формі національної алегорії: історія приватної долі індивіда завжди є алегорією боротьби суспільства та культури Третього світу» [30].

Теорія Джеймісона ґрунтується на його спостереженні «радикального розриву між приватним і публічним, між поетичним і політичним» (або, як він пише, «Фройд проти Маркса»), який характерний для багатьох аспектів капіталістичної культури — «культури західного реалістичного та модерністського роману». Культура Третього світу, навпаки, є «неминуче» алегоричною в тому сенсі, що «розповідь про індивідуальну історію та індивідуальний досвід зрештою неминуче включає в себе й тяжкий процес оповіді про досвід колективу».

Теорія Джеймісона про «національну алегорію» має очевидну актуальність для вивчення літератури й кіно Третього світу.

Фільм «Red Sorghum» (1988) режисера Чжана Імоу став знаковим явищем як для китайського кіно, так і для міжнародного фестивального контексту, зокрема як

перша китайська стрічка, що отримала «Золотого ведмедя» на Берлінському кінофестивалі. Але водночас це й частина ширшого авторського проекту – спроби відшукати автентичне «національне коріння» та виявити, в чому полягає відмінна природа китайського народу й культури. У центрі оповіді – символічна й тілесна історія визволення: дівчина, яку видали за прокаженого винороба, обирає життя з дужим носієм паланкіна, що постає втіленням первісної життєвої сили. Візуальна експресивність стрічки, її захоплення кольором, ритмом, тілесністю, піснею і вином – усе це створює атмосферу свята, що постійно балансує між екстазом і насильством. Особливу увагу привертають сцени, в яких зображується тіло: оголені плечі носіїв паланкіна, їхні жести, погляди, піт, фізична сила – всі ці деталі стають не лише об'єктами естетизації, а й засобом критики патріархальних структур і символічного переосмислення влади, сексуальності та жіночої долі. Усе це розгортається на тлі червоного сорго – рослини, з якої виготовляється вино, й водночас – живої матерії, що вбирає в себе кров, бажання, смерть і триумф.

У сценах насильства й тілесного ексцесу «Червоного сорго» чітко проступає гіперболізований, примітивізований образ людського тіла, який набуває ідеологічного значення. Тіло стає частиною карнавалу, що одночасно руйнує традиційні моральні й соціальні межі та утворює тілесне як джерело автентичної сили й національної ідентичності. У дусі Джеймісона, фільм переходить від приватного (кохання, тіло) до публічного (колектив, нація, історія): індивідуальне трансформується в колективне. Це особливо помітно в кінці стрічки, де тілесність поступається колективному героїзму, а працівники винокурні постають як сільські партизани. Символічна сцена, в якій червоне вино розбризкується замість крові, перетворює вино з атрибуту ексцесу на знак національного спротиву.

Фільм також грає зі свідомо деполітизованою формою оповіді. Незважаючи на сильний політичний підтекст, він маскується під аполітичний наратив, уникає класових поділів і традиційного патріотизму. Вино, як колективний продукт і об'єкт святкування, стає символом тілесної ідеології й соціальної єдності, зокрема в сценах

молитов до Бога Вина. Маргінальність фільму виявляється в його дистанції від мейнстримної китайської культури: дія відбувається в ізольованому, примітивному середовищі, поза «імперською» логікою.

Таким чином, стратегічні відсутності в деполітизованій оповіді «Червоного сорго» повністю підтверджують субверсивну сутність його маргінальності. Розміщення фільму за межами мейнстримного китайського кінематографа й канонічної комуністичної ідеології надає глядачам можливість (і фактично запрошує їх) критично осмислити ширші соціальні й культурні проблеми сучасного Китаю [44].

Історично у багатьох регіонах Азії алкоголь був заборонений або суворо обмежений через релігійні приписи. У мусульманських країнах, таких як Іран, вино заборонено ісламським законом, і його присутність у фільмах можлива лише як елемент символіки або критики. Натомість у Китаї, Японії та Кореї алкоголь мав більш гнучке культурне трактування. Китайське соргове вино, японське sake або корейський макколі є не лише напоями, а частиною ритуалу, святкування, національного характеру.

Соціокультурні фактори відіграють вирішальну роль у тому, як алкоголь зображується у фільмах. У сучасному азійському кіно алкоголь може виступати як ознака модернізації або західного впливу, що контрастує з традиційними цінностями. Вино як західний символ часто асоціюється з вишуканістю, інтелектуальністю, але також і з духовною самотністю або внутрішнім конфліктом героїв.

У фільмі «Татроро»⁴⁸ (1985, Японія, реж. Дзюдзо Ітамі) зображуються сцени з вином, що вживається в межах вишуканих кулінарних ритуалів. Вино тут постає символом культурної гібридності, ознакою прагнення до європейського стилю життя, часто з комічним відтінком.

Іранський фільм «Bāpān»⁴⁹ (2001, реж. Маджид Маджиді) демонструє іншу форму репрезентації – тут вино не з'являється безпосередньо через релігійні

обмеження, але опосередковано фігурує як символ забороненого бажання, спокуси й внутрішнього конфлікту. Образи, що натякають на алкоголь, контрастують із релігійним пуризмом середовища.

У японському фільмі «The Taste of Tea»⁵⁰ (2004, реж. Ісії Кацухіто) алкоголь не є центральним елементом, але його вживання в побутових сценах свідчить про поступову інкорпорацію західної алкогольної культури в традиційне японське середовище. Вино тут супроводжує сімейні розмови, символізуючи трансформацію сімейного укладу.

Японський римейк американського фільму «Sideways»⁵¹ (2009) переносить винну подорож у каліфорнійські виноробні на азійський менталітет. Герої фільму використовують вино як засіб рефлексії, засіб набуття ідентичності в сучасному світі. Вино тут виступає філософським символом – спонукою до змін.

У гонконзькому фільмі «Drink Drank Drunk»⁵² (2005, реж. Дерек І) вино і алкогольна культура в цілому виступають як маркери модерності. Стосунки між шеф-кухарем та барменкою будуються на зіткненні традиційного і сучасного, а алкоголь фігурує як поле свободи, емоцій і прагнень.

У корейському фільмі «Le Grand Chef 2: Kimchi Battle»⁵³ (2010) вино супроводжує традиційні корейські страви, функціонуючи як елемент гастрономічної культури, що розвивається під впливом глобалізації. Його поєднання з кимчі – жест культурного синтезу, що демонструє готовність корейського суспільства до діалогу із Заходом.

Таким чином, азійське кіно не лише репрезентує вино як напій, а й активно використовує його як символ трансформацій, внутрішніх конфліктів, національних кодів і глобальних впливів. Через алкогольні мотиви в фільмах розкриваються не лише індивідуальні долі, а й соціальні процеси, пов'язані з модернізацією, ідентичністю та зміною культурних парадигм.

Висновки

В роботі досліджено символізм вина в кінематографі різних країн світу. Перш за все досліджено місце і роль вина в європейській культурі. Виявлено, що вино постає не лише як матеріальний атрибут культури, а як багатозаровий символ, який набуває різних значень залежно від національного, релігійного, історичного й соціального контексту. У християнському контексті, зокрема в європейському кіно, воно часто символізує жертву, причастя, кров і трансцендентне єднання. У французькому чи італійському кіно вино також є вираженням культури праці, сімейної спадкоємності, чуттєвості та стилю життя.

В роботі проаналізовано символізм вина в контексті теорії кіно. Символ вина у фільмі функціонує як складний кінематографічний код, що об'єднує особистісне, історичне й колективне. У межах підходу теорії кіно, вино інтерпретується як кінематографічна структура, яка репрезентує не лише сюжетну деталь, а й глибокий культурний наратив. Воно постає засобом візуалізації пам'яті, ритуалу та ідентичності персонажів.

Проаналізовано світові тенденції зображення вина в кінематографі. Установлено, що вино слугує універсальним символом у фільмах різних країн як елемент святкування, тілесної свободи, екзистенційної напруги або національного самовираження. Його образ набуває ознак багаторівневого символу, в якому поєднуються ритуал, тілесність, трансценденція та соціальна взаємодія.

Виявлено закономірності та відмінності у культурній репрезентації вина і виноробства в кінематографі різних регіонів світу. Спільними рисами виявлено надання вину сакрального або ритуального статусу, а також його тісний зв'язок із темами історичної пам'яті та культурної ідентичності. Водночас зафіксовано й виразні відмінності: у європейському кіно переважає естетизація вина як культурного спадку, тоді як у скандинавському або азійському кіно вино частіше виконує функцію засобу виявлення меж морального, психологічного та тілесного.

Отже, робота підтверджує, що символ вина в кінематографі – це динамічна структура, що не лише відображає, але й формує культурну пам'ять й ідентичність. Його вплив на суспільство полягає в здатності викликати глибокі асоціації, поєднувати приватне й публічне, сакральне й буденне, локальне й універсальне. Через образ вина кіно створює символічний простір, у якому культура взаємодіє із носієм та споживачем.

Список використаних джерел

1. Адорно Т. Теорія естетики / пер. з нім. П. Таращук. Київ : Вид-во Соломії Павличко "Основи", 2002. 518 с.
2. Бичков'як О. В. Символ – ключ до культури людства / Актуальні проблеми філософії та соціології. - 2017. - Вип. 17. - С. 7-9.
3. Джеймісон Ф. Постмодернізм, або Логіка культури пізнього капіталізму / пер. з англ П. Дениско. Київ : Курс, 2008. 504 с.
4. Евріпід. Трагедії / пер. з давньогр. А. Содомора, Б. Тена. Київ : Основи, 1993. 448 с.
5. Єрмоленко В. Ерос і Психея. Львів : Вид-во Старого Лева, 2023. 496 с.
6. Кант І. Критика сили судження / пер. з нім. В. Терлецький. Київ : Темпора, 2022. 904 с.
7. Кебуладзе В. Чарунки долі. Львів : Вид-во Старого Лева, 2017. 160 с.
8. Лютий Т. Культура принад і спротиву. Київ : Темпора, 2020. 576 с.
9. Мінаков М. Пострадянська людина та її доба. Спроба філософського осмислення пострадянської епохи. Київ – Мілан: Лаурус – Κοινη, 2024. 198 с.
10. Ортега-і-Гассет Х. Три картини про вино / пер. з ісп. Ф. Площанський. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=8154>.
11. Тормахова А. М., Товмаш Д. А. Репрезентації соціальних практик споживання алкогольних напоїв в українському кінематографі періоду незалежності. Вісник Маріупольського державного університету. 2024. № 27. С. 88–95.
12. Турунен А. Дух сп'яніння / пер. з фін. І. Малевич. Львів Київ : Вид-во Анетти Антоненко, Ніка-Центр, 2019. 247 с.
13. Шивельбуш В. Смаки раю. Львів Київ : Вид-во Анетти Антоненко, Ніка-Центр, 2016. 256 с.

14. Allhoff F., Draper P. Wine and philosophy: a symposium on thinking and drinking. Wiley & Sons, Incorporated, John, 2009. 328 p.
15. Bainbridge C. The Cinema of Lars von Trier: Authenticity and Artifice. Wallflower Press, 2007
16. Barthes R. Mythologies. [Paris] : Editions du Seuil, 1957. 247 p.
17. Benjamin W. Work of art in the age of mechanical reproduction. Lulu Press, Inc., 2021.
18. Bourdieu P. Distinction: a social critique of the judgement of taste. Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1996.
19. Brilliat-Savarin A. Maun fysiologia. jyvaskylä : koko kansan kirjakerho, 1988.
20. Cassirer E. An Essay on man: an introduction to a philosophy of human culture. Garden City, N. Y, 1984. 294 p.
21. Cassirer E. The philosophy of symbolic forms. Yale U.P., 1957.
22. Cirlot J. C. A dictionary of symbols. Routledge, 2001. 507 p.
23. Cuba J. D. Hortus sanitatis. Mainz : Jakob Meydenbach, 1491. 826 p.
24. Denzin N. K. Hollywood Shot by Shot. Routledge, 2017. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203789902>.
25. Éliade M. The sacred and the profane: The nature of religion. New York : Harcourt, Brace, 1959. 256 p.
26. Goldfarb A. Once Upon a Time In... Drinking: A Guide to Tarantino's Most Iconic Drinking Scenes. vinepair.com. URL: <https://vinepair.com/articles/quentin-tarantino-iconic-drinking-scenes/>.
27. Hjort, M., Bondebjerg, I. The Danish Directors 2: Dialogues on the New Danish Fiction Cinema. Intellect Books, 2003.
28. Hjort, M. Lars von Trier's Renewal of Film Aesthetics, A Companion to Lars von Trier. Wiley-Blackwell, 2020.
29. Jung C. G. Man and His Symbols. Aldus Books/Jupiter Books, 1964. 320 p.

30. Koelb C., Lokke V. L. *The Current in Criticism: Essays on the Present and Future of Literary Theory*. Purdue University Press,, 1987.
31. Levasseur, A. Drinking to Disclose: Alcohol and the Unconscious in Festen. *Journal of Scandinavian Cinema*, 6(2), 2016, 123–139.
32. Levine C. *Cinema and Symbols*. 1974. 20 p.
33. McDonald K. *Film Theory: The Basics*. Taylor & Francis Group, 2022.
34. Naves M. B. *A presença do simbolo e do mito no mundo contemporaneo: representações no cinema*. Campinas, 2001. 252 p.
35. Nestingen, A. K., Elkington, T. G. *Transnational Cinema in a Global North: Nordic Cinema in Transition*. Wayne State University Press, 2005
36. Nossiter J. *Liquid Memory: Why Wine Matters*. Corvus, 2010. 272 p.
37. Pasichnik O., Piletsky E. RELIGIOUS SYMBOLISM IN CINEMA: "BARBIE". *Kyiv : Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv Philosophy*, 2023. URL: <https://doi.org/DOI:10.17721/2523-4064.2023/9-6/15>.
38. Pasichnik O., Piletsky E. Religious Symbolism in the Cinema: “One Hour Photo”. *Future Human Image*, Volume 18, 2022. URL: <https://doi.org/10.29202/fhi/18/4>.
39. Pasolini. P. *Empirismo eretico*, Garzanti, 1972, 139–185.
40. Prince S. The Discourse of Pictures: Iconicity and Film Studies. *Film quarterly*. 1993. Vol. 47, no. 1. P. 16–28.
41. Sklar R. *Movie-made America: A cultural history of American movies*. New York : Vintage Books, 1976. 340 p.
42. Stam R. *Film and Language: From Metz to Bakhtin in The Cinematic Text: Methods and Approaches* / ed. by R. B. Palmer. New York : AMS Press, 1989. 277 p.
43. Steudler F. *Representations of drinking and alcoholism in French cinema*. 1987.
44. Zhang Y. *Colonialism and Nationalism in Asian Cinema*. Indiana University press, 1994. 218 p.

Додатки

Список фільмів:

1. «Мрійники» (“Dreamers” Bernardo Bertolucci, 2003)
2. «На узбіччі» (“Sideways” Alexander Payne, 2004)
3. «Велика краса» (“La grande bellezza” Paolo Sorrentino, 2013)
4. «Червоний гаолян» (“Red Sorghum” Zhang Yimou, 1987)
5. «Євангеліє від Матвія» (“Il Vangelo secondo Matteo” Pier Paolo Pasolini, 1964)
6. «Теорема» (“Teorema Pier Paolo Pasolini”, 1968)
7. «Декамерон» (“Il Decamerone” Pier Paolo Pasolini, 1971)
8. «Квітка тисячі й однієї ночі» (“Il Fiore Delle Mille E Una Notte” Pier Paolo Pasolini, 1974)
9. «Сало, або 120 днів Содому» (“Salò o le 120 giornate di Sodoma” Pier Paolo Pasolini, 1975)
10. «Славна компанія» (“La belle equipe” Julien Duvivier, 1936)
11. «Провидіння» (“Providence” Alain Resnais, 1977)
12. «Північний готель» (“Hotel du Nord” Marcel Carné, 1938)
13. «Кінець дня» (“La fin de la day” Julien Duvivier, 1939)
14. «Ріфіфі» (“Du rififi chez les hommes” Jules Dassin, 1955)
15. «Армія тіней» (“L’armee des ombres” Jean-Pierre Melville, 1971)
16. «Перед темрявою» (“Juste avant la nuit” Claude Chabrol, 1971)
17. «Лакомб Люсьєн» (“Lacombe Lucien” Louis Malle, 1974)
18. «Мавпа взимку» (“Un singe en hiver” Henri Verneuil, 1962)
19. «Приборкання норовливого» («Il Bisbetico Domato» Franco Castellano, Giuseppe Moccia, 1980)
20. «Смерть у Венеції» (“Morte a Venezia” Luchino Visconti, 1971)
21. «Леопард» (“Il Gattopardo” Luchino Visconti, 1963)
22. «Свято» (“Festen” Thomas Vinterberg, 1998)

23. «Розсікаючи хвилі» (“Breaking the Waves” Lars von Trier, 1996)
24. «Антихрист» (“Antichrist” Lars von Trier, 2009)
25. «Ще по одній» (“Druk” Thomas Vinterberg, 2020)
26. «Сатанинське танго» (“Sátántangó” Béla Tarr, 1994)
27. «Я і Фелікс» (Ірина Цілик, 2022)
28. «Земля блакитна, ніби апельсин» (Ірина Цілик, 2020)
29. «Памфір» (Дмитро Сухолиткий-Собчук, 2022)
30. «Стоп-Земля» (Катерина Горностай, 2021)
31. “What Drink Did” David Llewelyn Wark Griffith, 1909)
32. «Наші танцюючі дочки» (“Our Dancing Daughters” Harry Beaumont, 1928)
33. «Боротьба» (“The Struggle” David Wark Griffith, 1931)
34. «Вогні великого міста» (“City Lights” Charles Chaplin, 1931)
35. «Втрачений вікенд» (“The Lost Weekend” Billy Wilder, 1945)
36. «Народження зірки» (“A Star Is Born” David O. Selznick, 1937)
37. «Мовчання ягнят» (“The Silence of the Lambs” Jonathan Demme, 1991)
38. «Ганнібал» (“Hannibal” Bryan Fuller, 2013-2015)
39. «Хрещений батько» (“The Godfather” Francis Ford Coppola, 1972)
40. «Сніданок у Тіффані» (“Breakfast at Tiffany's” Blake Edwards, 1961)
41. «Адвокати диявола» (“The Devil's Advocate” Taylor Edwin Hackford, 1997)
42. «Матриця» (“The Matrix” The Wachowskis, 1999)
43. «Джеккі Браун» (“Jackie Brown” Quentin Tarantino, 1997)
44. «Убити Білла» (“Kill Bill Volume 1” Quentin Tarantino, 2003)
45. «Доктор Хаус» (“House, M.D.” Deran Sarafian, Greg Yaitanes, 2004–2012)
46. «Секс і місто» (“Sex and the City” Michael Patrick King, 1998–2004)
47. «Картковий будинок» (“House of Cards” Beau Willimon, 2013–2018)
48. «Тампопо» (“Тампопо” Juzo Itami, 1985)
49. «Дош» (“Baran” Majid Majidi, 2001)
50. «Смак чаю» (“The Taste of Tea” Katsuhito Ishii, 2004)

51. «На узбіччі» (“Sideways” Cellin Gluck, 2009)
52. “Drink Drank Drunk” (Derek Yee, 2005)
53. “Le Grand Chef 2: Kimchi Battle” (Baek Dong-hoon, 2010)