

УДК 612.393.1:316.752+791.43
ORCID ID: 0000-0001-7178-850X
ORCID ID: 0000-0002-4576-0703

А.М. Тормахова
Д.А. Товмаш

РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНСЬКОМУ КІНЕМАТОГРАФІ ПЕРІОДУ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

*У статті досліджується складний взаємозв'язок між соціальними практиками споживання алкоголю та їхньою кінематографічною репрезентацією, що відображає суспільні зміни в пострадянських країнах після здобуття ними незалежності. Відбулася значна трансформація світоглядних парадигм, перехід від ідеологічного примусу до різноманітних визначальних чинників «нового життя», що підкріплені новознайденими свободами. Звільнення від авторитарного контролю принесло складні виклики, оскільки громадяни переходили від репресивного режиму до більш відкритого суспільства. У дослідженні розглядається динаміка трансформації світоглядних поглядів, що вдало віддзеркалюються в кінострічках, де алкоголь часто постає як мотив втечі та подолання дезорієнтації та проблем, що виникають унаслідок глибоких трансформаційних суспільних змін. **Мета дослідження** – проаналізувати специфіку репрезентації соціальних практик споживання алкогольних напоїв на прикладі українського кінематографу. **Методологія дослідження.** Використовується метод соціального аналізу задля висвітлення базових соціальних практик споживання алкоголю в українському кінематографі. Компаративний аналіз застосовується з метою окреслення типових моделей консьюмеризму, що транслуються крізь призму кінообразів. Крізь аналітичну призму концепції габітусу П'єра Бурдьє, в дослідженні показано тонкий взаємозв'язок між індивідуальними диспозиціями та суспільними структурами у формуванні сприйняття та репрезентації споживання алкоголю. **Висновки.** Розмаїття кіножанрів, що з'являється в українському кінематографі та використання продакт-плейсменту на тлі законодавчих змін щодо реклами алкоголю констатують складний взаємозв'язок між культурним виробництвом і споживчим сприйняттям. Підкреслено, що українське кіно слугує рефлексивною та формуючою силою у ставленні суспільства до алкоголю, відображаючи національну культурну та соціальну динаміку суспільства, яке долає значні виклики, пов'язані з ідентичністю та глобальною інтеграцією. Зображення алкоголю в кіно є багатограним символом, який еволюціонує від феномену ескапізму до маркеру соціальних та економічних змін.*

Ключові слова: Україна, глобалізація, культура, соціальні практики, консьюмеризм, ескапізм, кінематограф, образ, споживання, габітус, алкогольні напої.

DOI 10.34079/2226-2830-2024-14-27-88-95

Постановка проблеми. Практики споживання алкогольних напоїв та їх репрезентація у кінематографі є питанням, що ілюструє зміни, які відбуваються у соціумі. Здобуття незалежності країнами экс-соцтабору стало фактором, що змінив характер світоглядних парадигм. Замість ідеологічного примусу, що існував в радянському союзі, виникають зовсім інші рушії, які визначають життя людей. Трансформаційні процеси будуть наслідком свободи, яку набуває экс-радянський

громадянин. За словами дослідника Михайла Мінакова: «Пострадянська епоха надала колись радянській людині шанс стати вільною, перевершити себе і виразити своє неповторне існування в політичній і соціальній творчості без марксистсько-ленінських підказок» (Мінаков, 2024, с.9). Свобода, яку набувають тогочасні громадяни, буде реалізовуватись невтримно, ламаючи рамки, встановлені у попередній період. Це буде проявлятися через отримання не лише позитивних «свобод», а й здобуттям досвіду, що має негативний характер. Звільнення від тоталітарної системи контролю постає доволі складним та дезорієнтуючим досвідом для людей, адже перехід від жорстко контрольованого, часто репресивного середовища до середовища з більшими свободами і можливостями вибору виявляє ряд проблем. Нерідко вони будуть «вирішуватися» за допомогою втечі від реальності за допомогою алкогольних напоїв, що надасть форму та змісту явищу пострадянського українського ескапізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіка концепту габітусу висвітлюється в працях П'єра Бурдьє (1998). Загальні тенденції розвитку пострадянської людини та її світоглядні наративи окреслені в праці М. Мінакова (2024). Особливостям консьюмеризму та його проявів в українській культурі присвячує свою публікацію Ю. Кіндзерський (2019). Роль соціальних практик, пов'язаних зі вживанням алкогольних напоїв, окреслюється в працях сучасного фінського автора А. Турунена (2019) та німецького культуролога В. Шивельбуша (2016).

Мета дослідження – дослідити специфіку репрезентації соціальних практик споживання алкогольних напоїв на основі компаративного аналізу трьох популярних українських кінострічок різних років періоду незалежності: «Плем'я» (2014), «Скажене весілля» (2018), «Королі репу» (2021).

Методологія дослідження. Використовується метод аналізу задля висвітлення базових соціальних практик споживання алкоголю в українському кінематографі. Компаративний аналіз застосовується з метою окреслення типових моделей консьюмеризму, що транслиуються крізь призму кінообразів.

Виклад основного матеріалу. Культура споживання алкогольних напоїв в пострадянських країнах сформована як результат поєднання різних світоглядних та ідеологічних парадигм. Український філософ Михайло Мінаков вказує на можливість розподіляти пострадянський період, згідно тим базовим тенденціям, що відбувались у соціумі. «Як історична епоха пострадянська доба мала свою логіку і діалектику. Логіку її поступу пов'язано з пострадянською тетрадою – поєднанням чотирьох соціально-економічних і культурно-політичних тенденцій, що їх можна позначити як демократизацію, маркетизацію, націоналізацію та європеїзацію» (Мінаков, 2024, с.8). З одного боку, функціонування тоталітарної системи забезпечувало жорстку структуру життя людей, в яких вони чітко знали свої ролі, а їх переконання формувались під силою примусу. Вихід з неї викликав почуття втрати ідентичності та нівелювання зовнішніх обмежень, що стимулювало пошук «розради» в алкоголі як механізмі подолання труднощів. Також алкоголь поставав інструментом «самолікування» для приглушення болю, тривоги та спогадів, пов'язаних з пережитим травматичним досвідом. Внаслідок набуття свободи виникало підґрунтя для формування надмірностей, включаючи зловживання алкоголем. Період перебудови та настання незалежності став етапом перехідного типу, коли розпад системи вплинув на появу безробіття, зростання бідності та відсутність доступу до життєвонеобхідних ресурсів. Алкоголь був легкодоступним та зважаючи на підпільне самогоніваріння попередніх періодів, усталеною соціальною практикою, а його споживання заохочувалося суспільством. Це стало істотним фактором ризику для людей, які належали до вразливих категорій населення. Цей чинник пов'язаний з етапом демократизації, згадуваний М. Мінаковим. Проте в подальшому спостерігається поява інших тенденцій,

що обумовлювались маркетизацією та формування ринків споживання на терені українського суспільства.

Специфіка споживання алкогольних напоїв та їх репрезентація в кінематографі часів незалежності України буде аналізуватися через застосування ідеї габітусу П'єра Бурдьє (Bourdieu, 1998). Досліджуючи роль соціальних структур у формуванні індивідуальної поведінки та звичок, він використовує поняття габітусу, тобто соціально набутих, втілених диспозицій, які формують сприйняття, уподобання та практики індивіда. Габітус формується позицією індивіда в соціальних структурах і відображає інтерналізацію соціальних норм і цінностей. Отже, споживання алкоголю можна аналізувати як габітус людини, який під впливом соціального середовища, виховання та культурних особливостей схиляє її до поведінки споживання алкогольних напоїв. Це означає, що представники різних соціальних класів можуть споживати алкоголь залежно від свого габітусу. Німецький культуролог В. Шивельбуш вказує на ритуалізованість споживання алкоголю: «Ритуали пиття є ритуалами спільноти. Ми п'ємо спільно з іншими, щоб почуватися певно один супроти одного, щоб взаємно один одного контролювати» (Шивельбуш, 2016, с.188).

Концепція культурного капіталу Бурдьє, яка включає культурні цінності та знання людей, ілюструє позицію індивіда в соціальній структурі. Тому типи напоїв, місця споживання та ритуали можуть залежати від культурного капіталу, який люди мають і хочуть демонструвати. Люди можуть використовувати конкретні соціальні практики вживання напоїв, щоб відрізнити себе від інших соціальних груп і підтвердити свої культурні вподобання.

Для того, щоб змодельовати габітус споживання алкоголю, необхідно враховувати взаємодію між габітусом індивіда, соціалізацією та об'єктивним соціальним середовищем, у тому числі впливів кінофільмів на формування ставлення до алкоголю. Різноманітність фільмів часів незалежності, що зображують вживання алкоголю, сприяють формуванню звичок та позитивного ставлення до алкоголю. Звички формуються під впливом фільмів, що зображують вживання алкоголю в сім'ї, колі друзів та соціальному оточенні. Сприйняття соціальних норм відбувається через репрезентацію набутих переконань щодо алкогольних напоїв на основі їх зображення у фільмах. Процес ідентифікації з персонажами призводить до збільшення споживання алкоголю після перегляду фільмів. Наявна імітація поведінки, включення ритуалів і символів, пов'язаних із вживанням алкоголю, що зображуються у фільмах. Характер і перспектива зображення – гламуризація чи стигматизація культури споживання алкоголю – дає чіткі критерії для культурологічного аналізу впливу фільмів на формування нових соціальних практик.

Після розпаду СРСР відбувається початок створення національного кінематографу, адже до цього часу на будь-яких кіностудіях, в тому числі на Ялтинській, Одеській та Київській, виробництво фільмів українською мовою не здійснювалось. Періодом формування «українського поетичного кіно» були 1960-1970-ті роки, коли завдяки режисерам Сергію Параджанову, Юрію Іллєнку, Леоніду Осиці, Миколі Машенку створювався кінопродукт, що не дотичний до звичних радянських стрічок, проте ця свобода швидко минула. З 1991 року відбувається розпад української кіноіндустрії, спроби відбудови якої припадають на 2000-2010-х роки. Зникнення кінопрокату спричиняє значне зниження інтересу до кіновиробництва. Водночас у цей період відбувається поява недержавного запиту та фінансування кіноіндустрії, а саме вироблення кінопродукції за рахунок приватних спонсорських коштів. Цей процес обумовлює зміни у жанровому колі стрічок пострадянського періоду. Саме тоді починають знімати розважальні комедії, пригодницькі стрічки, кримінальні драми та еротичні кінофільми. Це жанрове різноманіття накладає відбиток на те, в якому ракурсі

подається художній матеріал. Відповідно, «нова» культура споживання алкоголю починає репрезентуватись у абсолютно іншому руслі.

Розвиток культури консьюмеризму спричиняє інтерес до змалювання переваг алкогольних напоїв та надання особливого статусу тим, хто вживає дорогі та якісні напої. Зокрема поширення компаній-виробників та імпортерів алкогольних напоїв сприяла міфологізації їх значення. Потреба у створенні реклами того чи іншого алкогольного продукту зумовлювала розвиток не лише спеціалізованих коротких відео (показ яких міг бути заборонено на законодавчому рівні), а й формування прихованої реклами у кінематографічних творах. Цей процес, за визначенням М. Мінакова, мав постати етапом маркетинга, що «спрямовував творчий потенціал пострадянських суспільств на створення нових економік, орієнтованих на неоліберальну ринкову модель і участь у глобальній економіці» (Мінаков, 2024, с.33). Основна мета не була досягнута, проте чимало кроків для цього здійснювалось.

Поширення набуває практика продакт плейсменту, що передбачає демонстрацію конкретних алкогольних напоїв у кінострічках, виконуючи роль реклами. «Алкогольні напої найчастіше з'являються в кіно та серіалах завдяки продакт плейсменту – платне розміщення брендів товарів у кадрі на умовах реклами. Часом виробники змагаються навіть за право заплатити кошти, щоби показати свій продукт із теле- або кіноекранів» (Шамало, 2023). Виникають правила, що визначають «доцільність» демонстрації алкогольних напоїв та соціальні практики їх споживання в контексті сюжету та жанру кінострічки (вони можуть бути наявні лише в окремих епізодах, або, навпаки, бути основою інтриги). Така кінореклама може акцентувати увагу на зв'язок між стилем життя та споживанням конкретного алкоголю. Тому модифікація форм репрезентації культури вживання напоїв буде різнитись в залежності від конкретної продукції та запитів рекламодавців. Споживання міцних алкогольних напоїв та «спроможність» після цього боронити Батьківщину може транслюватися у історичних стрічках як «козацька сила». Використання в кінокадрі вишуканого ігристого колекційного вина викликати асоціації із елітарністю та належністю до вищих кіл суспільства тих, хто його споживає. Демонстрація практик вживання пива буде орієнтуватись на широку та демократичну глядацьку аудиторію, що як правило вболіває на спортивних змаганнях чи має пиво як повсякденний напій вболівальника або іншої соціальної групи. Таким чином, можна засвідчити, що сучасне відображення культури споживання алкогольних напоїв відповідає дійсній соціальній практиці. Водночас можлива додаткова естетизація цього процесу, яка б підвищувала інтерес до вживання алкогольних напоїв.

Репрезентації алкоголю в кінострічках та особливостей його споживання програмує та відображають поведінку молодого покоління. Тенденції в молодіжній культурі, зокрема ставлення до алкоголю, можуть відображатись у фільмах як спосіб налагодження зв'язку з молодією аудиторією. Наразі важливим є соціальний підтекст, що допомагає правильно декодувати візуальне послання. Як зазначає український дослідник Ю. Кіндзерський, розвиток споживацтва у країнах колишнього радянського союзу відбувався в умовах, коли одночасно спостерігались процеси «дегуманізації самої людини, десоціалізації і деградації держави» (Кіндзерський, 2019, с.231). Жага споживання формувалась, згідно його переконанням, в умовах відсутності прагнення до праці. Соціальне розшарування суспільства, наявність економічного занепаду, яке спостерігалось в Україні та ряді інших країн Східної Європи, спричиняло прагнення сховатись від жахливої дійсності в іншу «сприятливу» реальність, яке здійснювалось через алкогольне сп'яніння. Недаремно доволі довго зберігалась радянська звичка оплачувати послуги представників фізичної праці пляшками з міцним алкоголем. Спроба тимчасово покращити власне існування, хоча б за допомогою алкоголю, призводила до звички вживати його регулярно у великих обсягах, що також знайшло

відображення у кінодрамах пострадянських країн. Так, наприклад, в українській стрічці «Плем'я» (2014) режисера Мирослава Слабошпицького змальовується картина кримінального життя молоді, що мешкає у спеціалізованому інтернаті для людей з вадами слуху. Споживання горілки, бійки, пограбування та вбивство ілюструють картини пострадянського простору з усією реалістичною жорстокістю.

Сучасна репрезентація культури споживання алкогольних напоїв здебільшого відповідає дійсному стану справ, який спостерігається у повсякденні, коли люди «хочуть розслабитися, повеселитися, відсвяткувати щось, смачно поїсти, коли в них складний життєвий період або проблеми, які вони нездатні вирішити» (Шамало, 2023). Вкрай важливим чинником, який обумовлює специфіку репрезентації культури споживання алкоголю в медіа є зміни в законодавстві та державній політиці щодо цього питання. На початку 2000-х років демонстрація різних алкогольних напоїв здійснювалась шляхом створення прямої реклами, де показували сам товар, бренд та інші атрибути споживання. Проте упродовж останніх років після внесення змін до законодавства, такі практики фактично були скасовані, що знову підвищило інтерес до репрезентації культури споживання в кінострічках. В таких стрічках, як «Скажене весілля» (2018) та його сіквелі та тріквелі споживання алкоголю в кадрі з'являється як частина відображення українських застільних традицій, намагання показати як «усталений» ритуал. Весілля членів родини Василя Романовича Середюка (доньок та потім сина) постає в основі сюжету, точніше намагання батька зробити максимум, аби запобігти одруженню його дітей, що обумовлено незадоволенням расою, віком обранців чи обраниці. Ці комедійні фільми акцентують увагу на повсякденних соціальних практиках, де відображено різноманіття сільського життя. Сучасний фінський письменник Арі Турунен щодо зв'язку між споживанням алкоголю та формуванням дружніх взаємовідносин зазначає: «Алкоголь і їжа – ознаки союзу і дружби. Вони символізують щось, чим діляться і, отже, установлюють зв'язок між тими, хто зібрався за обіднім столом. Латинське слово «компаньйон» буквально означає «той, з ким ділимо хліб». Отже, компаньйона можна зустріти найперше за обіднім столом! Тому святковий стіл завжди був важливим місцем для ритуалів, за допомогою яких прагнули продемонструвати дружнє ставлення» (Турунен, 2019, с. 187). Отже у фільмі ми спостерігаємо ритуальність компаньйонства серед жінок. Напередодні весілля доньки Середюка дівчата-сусідки та їх мами збираються на своєрідний дівич-вечір, де випиваючи алкогольні напої, діляться історіями про інтимне життя, але акцент на різновиді напоїв та обсязі в кінострічці відсутній. На святкування весілля сусіди Середюка привозять коньяк під назвою «Наш», який спочатку Василь Романович називає «шмурдяком», але дізнавшись, що французький коштуватиме 500 гривень за пляшку, погоджується обрати саме його. Вже під час весілля демонструється «багатий» стіл, на якому стоять різноманітні алкогольні напої – від шампанського до горілки, ілюструючи традицію сільських святкувань, на яких всього має бути у достатку. Це є свідченням того, що сільська місцевість через відновлення натурального господарства та продаж надлишку стає можливою та потребує нових видів розваги та відпочинку, що домішується у фільмах культурою застілля, адже інших форм соціальної проведення в період вільного часу немає. Тому п'ють від нудьги заради веселощів та розваг. В цій кінострічці вживання алкоголю постає як частина розваг та ілюстрація соціального статусу застілля. Це, насамперед, габітус розваги, а не втеча від негараздів, горя чи страждань.

В художньому мелодраматичному фільмі, музично-кримінальній драмі 2021 року режисера Мирослава Латика «Королі репу» неконтрольоване споживання алкоголю демонструє ті руйнування, які відбуваються з головним героєм стрічки – молодим репером з села на прізвище Казан (його роль виконує український актор Михайло

Дзюба). Його життєві пріоритети пов'язані з майбутньою кар'єрою реп-виконавця. Він пише тексти пісень, співпрацюючи з не менш перспективним музикантом, роль якого у стрічці виконує Антон Вельбой. Споживання такого алкогольного напою, як пиво, представлене як звичайна повсякденна соціальна практика молоді. Товариш споживає його посеред дня влітку, прямуючи по своїх справах. Шампанське в цій стрічці та його споживання репрезентується як напій, який використовується під час романтичного побачення головних героїв. Проте вже після скоєння злочину він починає вживати набагато міцніші напої, які мають зменшити відчуття провини після скоєння вбивства, яке зчинили його співучасники. Життєві обставини, що змушують головного героя стати на шлях співучасництва у крадіжках авто та згодом вбивства, створюються через кризову ситуацію, яка була характерна у період після розпаду СРСР. Село постає соціальним осередком, в якому нема умов для розвитку, творчої реалізації, перспективного працевлаштування. Кожен мешканець мріє виїхати з сільського середовища, яке асоціюється з деградацією, стагнацією та відсутністю можливостей. Ті мешканці, хто прагнув за будь-яку ціну виїхати з цього середовища згодом несуть відповідальність за непередумані вчинки. Кохана Казана повертається з невдалого шлюбу з громадянином Туреччини, а сам Казан, знайшовши єдиний можливий шлях розірвати «порочне коло» і вбити справжніх злочинців у ДТП – потрапляє у в'язницю, звідки виходить зі зруйнованими мріями, спотвореним обличчям та відсутністю перспектив. Динаміка споживання алкогольних напоїв ілюструє деградацію персонажа. Патерни, що демонструються в цій стрічці, відображають тогочасну картину, яка була притаманна для сільського середовища 2000-х років, де алкоголь виступав єдиною розрадою у житті. Це є проявом аномії, або суспільного стану, коли норми заплутані, нечіткі або відсутні. Саме в таких умовах відчуття безнормності може підштовхнути людей до алкоголю, оскільки вони намагаються подолати з його допомогою свою екзистенційну невизначеність. «Якщо зловживання вважається чимось нормальним, а алкоголь серед дітей – це стиль життя, то потрібно, по-перше, жорстко засуджувати подібну позицію, по-друге, запропонувати суспільству інші стилі поведінки. Ну і звісно, соціальна реклама, яка би пропагувала культуру споживання алкоголю, а також здоровий спосіб життя» (Шумило, 2010). Отже, потрібні комплексні дії, які будуть спрямовані на поширення відповідального ставлення до власного здоров'я, формування пропаганди способу життя, в якому споживання алкоголю буде здійснюватися помірно та згідно з прийнятим на законодавчому рівні віковим цензом.

Висновок. Соціальний аналіз звичок вживання алкоголю та його репрезентації дозволяє дослідити складні зв'язки між індивідуальними практиками та загально визнаними соціальними стереотипами. Зазначено, що перехід від тоталітарної системи до незалежності вплинув на трансформацію в культурі значення вживання алкоголю в українському кінематографі. Розглянуто багатогранний зв'язок між суспільними змінами, що виникли внаслідок розпаду Радянського Союзу, та їхнім відображенням у кінематографі. Звільнення від радянської влади призвело до значної трансформації суспільних норм і цінностей, що відобразилося у зростанні свободи та подальших викликах, з якими зіткнулися люди. У цей перехідний період відбулися помітні зміни у зображенні алкогольних напоїв в українському кінематографі. Алкоголь перетворився з інструменту ескапізму та механізму подолання психологічного дискомфорту в часи нестабільності та кризи ідентичності на нюансований символ соціальних та економічних перетворень, що відбувалися під впливом демократизації, маркетинга, націоналізації та європеїзації.

Використовуючи концепцію габітусу П'єра Бурдьє окреслюється те, як соціальні структури та індивідуальні диспозиції формують уявлення про споживання алкоголю, демонструючи, що такі уявлення є не просто відображенням реальності, але й беруть

активну участь у формуванні соціальних норм та індивідуальної поведінки. Фільми періоду незалежності слугують оптикою, через яку можна спостерігати за змінами у звичках споживання алкоголю, а кіноіндустрія виступає одночасно дзеркалом суспільних настроїв і формувачем громадської думки. Розмаїття жанрів, що з'явилися в пострадянський період, поряд із впровадженням продакт-плейсменту та зміною законодавчої бази щодо заборони прямої реклами алкоголю, вказує на складну взаємодію між культурним виробництвом і споживацьким світоглядом. Ця складність ще більше підкреслюється контрастними образами споживання алкоголю: від його гламуризації та асоціювання з певним стилем життя до його ролі в зображенні соціальних та екзистенційних проблем, з якими стикаються окремі люди та спільноти.

Перспективи подальшого вивчення. Репрезентація алкоголю в українському кіно є багатим полем для розуміння ширшої культурної та соціальної динаміки, що відбувається в країні, яка рухається у часи формування власної ідентичності та глобалізації. Крізь призму кінематографу можна побачити зміни у ставленні до споживання алкоголю, які відображають загальні суспільні зміни та виклики, а також різноманітні способи, у які окремі особи та громади узгоджують свої ідентичності та соціальні реалії у світі, що стрімко змінюється.

Бібліографічний список

Кіндзерський, Ю. В., 2019. Консьюмеризм як привнесена ідеологія деградації суспільства, держави, економіки: феноменологія прояву в Україні. *Теоретико-методологічні трансформації економічної науки у XXI ст.: перспективи нової парадигми*: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ: КНТЕУ, с. 231–235.

Мінаков, М., 2024. *Пострадянська людина та її доба. Спроба філософського осмислення пострадянської епохи*. Київ – Мілан: Лаурис – Κοινῆ.

Турунен, А., 2019. *Дух сп'яніння. Алкоголь: Історія звичаїв уживання алкогольних напоїв*. Видавництво Анетти Антоненко; Ніка-Центр.

Шамало, Н., 2023. *Що п'ють кіногерої: справжній віскі чи холодний чай* [онлайн] Доступно: <<https://journal.maudau.com.ua/zahoplennya/scho-pyt-kinogeroii/>>

Шивельбуш, В., 2016. *Смаки раю. Соціальна історія прянощів, збудників та дурманів*. Київ: Ніка-Центр; Львів: Видавництво Анетти Антоненко.

Шумило, І., 2010. Алкоголь як лакмусовий папірець культури споживання УНІАН [онлайн] Доступно: <<https://www.unian.ua/society/349356-alkogol-yak-lakmusoviy-papirets-kulturi-spojivannya.html>>.

Bourdieu, P., 1998. *Practical Reason. On the Theory of Action*. Stanford University Press.

References

Bourdieu, P., 1998. *Practical Reason. On the Theory of Action*. Stanford University Press.

Kindzerskyi, Y. V., 2019. Kons'yumeryzm yak pryvnesena ideolohiya dehradatsiyi suspil'stva, derzhavy, ekonomiky: fenomenolohiya proyavu v Ukrayini [Consumerism as an Introduced Ideology of Degradation of Society, State, Economy: Phenomenology of Manifestation in Ukraine]. *Teoretyko-metodolohichni transformsiyi ekonomichnoyi nauky u KHKHI st.: perspektyvy novoyi paradyhmy: materialy vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi*. Kyyyiv: KNTEU, s. 231–235 (in Ukrainian).

Minakov, M., 2024. *Postradyans'ka lyudyna ta yiyi доба. Sproba filosof's koho osmyslennya postradyans'koyi epokhy* [Post-Soviet man and his era. An attempt at philosophical understanding of the post-Soviet era]. Kyiv - Milan: Laurus - Κοινῆ (in Ukrainian).

Schivelbusch, W., 2016. *Smaky rayu. Sotsial'na istoriya pryanozhchiv, zbudnykiv ta durmaniv* [Tastes of Paradise: A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants]. Kyiv: Nika-Tsentr; Lviv: Vydavnytstvo Anetty Antonenko (in Ukrainian).

Shamalo, N., 2023. Shcho p"yut' kinoheroyi: spravzhniy viski chy kholodnyy chay [What do film characters drink: real whiskey or iced tea] [online] Available at: <<https://journal.maudau.com.ua/zahoplennya/scho-pyt-kinogeroii/>> (in Ukrainian).

Shumilo, I., 2010. Alkohol' yak lakmusovyy papirets' kul'tury spozhyvannya [Alcohol as a litmus test of consumer culture] UNIAN [online] Available at: <<https://www.unian.ua/society/349356-alkogol-yak-lakmusoviy-papirets-kulturi-spojivannya.html>> (in Ukrainian).

Turunen, A., 2019. *Dukh sp'yaninnya. Alkohol': Istoriya zvychai uzhyvannya alkohol'nykh napoyiv* [The spirit of intoxication. The history of drinking habits]. Vydavnytstvo Anetty Antonenko; Nika-Tsentr (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 25.04.2024.

A. Tormakhova

D. Tovmash

REPRESENTATIONS OF SOCIAL PRACTICES OF ALCOHOL CONSUMPTION IN UKRAINIAN CINEMA OF THE PERIOD OF INDEPENDENCE

The article explores the complex relationship between social practices of alcohol consumption and their cinematic representation, which reflects the social changes in post-Soviet countries after their independence. There has been a significant transformation of worldview paradigms, a shift from ideological coercion to various determinants of a "new life" supported by newfound freedoms. The liberation from authoritarian control brought complex challenges as citizens moved from a repressive regime to a more open society. The study examines the dynamics of the transformation of worldviews, which are well reflected in films, where alcohol often appears as a motive for escape and overcoming disorientation and problems arising from deep transformational social changes. The purpose of the study is to analyze the specifics of the representation of social practices of alcohol consumption in Ukrainian cinema. Research methodology. The method of social analysis is used to highlight the basic social practices of alcohol consumption in Ukrainian cinema. Comparative analysis is used to outline typical models of consumerism that are broadcast through the prism of film images. Through the analytical prism of Pierre Bourdieu's concept of habitus, the study shows the subtle relationship between individual dispositions and social structures in shaping the perception and representation of alcohol consumption. Conclusions. The diversity of film genres emerging in Ukrainian cinema and the use of product placement against the backdrop of legislative changes in alcohol advertising demonstrate the complex relationship between cultural production and consumer perception. It is emphasized that Ukrainian cinema serves as a reflective and formative force in society's attitude to alcohol, reflecting the national cultural and social dynamics of a society that is overcoming significant challenges related to identity and global integration. The portrayal of alcohol in cinema is a multifaceted symbol that evolves from a phenomenon of escapism to a marker of social and economic change.

Key words: Ukraine, globalisation, culture, social practices, consumerism, escapism, cinema, image, consumption, habitus, alcoholic beverages.