

洋溢酒香的戰爭

——《葡萄酒世界》（上）

鄭治桂

葡萄酒、咖啡、茶不僅是農業，也是發明，它伴隨著人類文明的發展，精益求精，不僅是取悅味蕾的飲品，它甚至讓葡萄農說出「有葡萄酒，就有文明」這樣動人的話。在今日所有事物都可以從消費觀點來評價的時代，同時是桌上餐酒的日常飲品與拍賣市場奇貨可居收藏品的葡萄酒也仍舊帶著它高貴的文明標記。然而一瓶價廉而無法大量生產的鄉下葡萄酒是否也能讓人找到人與土地的獨特關係，並享受著生活的單純趣味？這些逸於現代消費體系的傳統農業，是否仍能生存或是逃的過全球化財團拓展版圖的勢力？

一部《葡萄酒世界》（Mondovino, 2004）的紀錄片，就試圖揭開在葡萄酒的新舊世界裡，品味與品牌的思維對立、地方特色與全球化行銷之爭，生活品味的堅持與商業勢力的籠罩，釀酒師與酒評家的角色與影響，媒體與酒廠的關係，甚至美國現代酒業與法國文化本位的衝突，糾纏著新一代法國釀酒師與傳統釀酒觀念的對立，並顯露他們在美國酒業大廠全球攻城掠地中扮演的角色。影片終究還是回到思考評酒標準的人為因素與風土特色的抗訴，如何影響著葡萄酒釀造與品賞的核心價值。

這部2004年於比利時首演，135分鐘的《葡萄酒世界》片長驚人，本身為專業侍酒師的導演強納生諾西特（Jonathan Nossiter）出生於美國，卻在歐洲成長，拍攝了這部500多小時，又剪接成超過2小時的紀錄片，片中充滿國家、產區、城市

地名、酒莊，莊主與釀酒師等人名與年代種種資訊，教人目不暇接，形成一部對一般觀眾而言，資訊難以完全消化，但訊息卻十分明確的專業紀錄片！這應該是導演身為行內人必須賦予本片的專業色彩，而他對於人的興趣，則賦予本片在充滿專業的嚴肅調性中幽默的色彩。

本片在一開始就把全球化與在地化的風土主義對立起來，夾雜了文化與品味對抗商業競爭與品牌的極端立場，還有消費主義與精英意識的對立，乍看似乎是法國與美國的葡萄酒主導權之爭，但接著又有義大利、西班牙……的因素加進來，葡萄酒世界於焉形成，法、義、西、美就成了地區而非國家了！

葡萄酒當然是一種文化，與自然息息相關的生活文化，但當一瓶瓶的紅白酒成為全球流通運輸的商品時，它已經不只是帶著地方風味或民族傳統的文化，它也成為一種生意——全球化的商業，這就點出了美國加州帕谷的蒙大維（Mondavi）會成為對法國葡萄酒「工業」形成威脅的企業！

葡萄酒帝國

這部片子就是以蒙大維到全球拓展葡萄酒王國版圖，威脅法國、義大利等葡萄酒文化的歐洲國，從開發地方，到釀酒方式、商業行銷，上綱到文化衝突，展開全球化與地方風味之

爭，主要以法語發音為主的本片，以義大利文「Mondovino」（葡萄酒世界）作為片名，與今日美國的蒙大維酒莊（Mondavi）之諧音，難道沒有「葡萄酒帝國」的影射嗎？

中文版《1976年巴黎品酒會》書影

觀眾記憶猶新，導演藍道米勒（Randall Miller）改編真實故事拍攝的《戀戀酒鄉》（Bottle Shock, 2008），才剛在2008年把1976年巴黎品酒會美國加州帕谷的紅白酒雙雙奪冠的傳奇故事搬上銀幕（台北2009秋上映）。而當初在巴黎品酒會出席的唯一記者喬治·泰伯（George Taber）在《時代》（Time）雜誌報導，後來並撰寫成書《Judgment of Paris: California vs. France and the Historic 1976 Paris Tasting that Revolutionized Win》（2006 Dec.）的中文版《1976年巴黎品酒會》（時報版），也已於2007年在台北出版了。此書出版或許是因為2006年稍早的五月，加州的蒙特貝羅山脊葡萄園（Ridge Monte Bello）的紅酒，又在加州與倫敦的兩個品酒會再度都獲得第一名，三十年後，加州酒又打敗了法國酒！從此美國加州在葡萄酒世界裡樹立了權威。

加州的鹿躍酒廠（Stag's Leap Wine Cellars）和蒙特雷納酒莊（Château Montelena）的紅白酒創造傳奇的1976當年，1966年創立的蒙大維（Robert Mondavi Winery）也才剛起步10年，二、三十年後，它竟成為到歐洲與南美拓展葡萄酒版圖的全球化酒國巨人。

即使對於非品酒行家而言，本片對於全球化的諷刺、對釀酒師的自大，對科技釀酒的質疑，對品酒評論與媒體報導於酒價的商業影響之因果辯證，藉著訪談和剪接後製，已經明白的表達，而並無艱澀之處。

標準與多樣

品味（goût），不僅是堅守風土的法國勃艮地（Bourgogne）佛爾內（Volnay）地方的蒙提爾（Montille）家族，也是朗克多（Languedoc）的多瑪卡薩克（Daumas Cassac）莊園的艾美·吉勃（Aimé Guibert）站在法國葡萄酒傳統本位的風土立場，去諷刺羅蘭的「釀酒哲學」的憑藉，還包括美國酒商羅森達爾（Neal Rosenthal）對於風土（terroir）與自然的品味的嚮往與支持，而羅森達爾也是只有八公頃葡萄園的小農酒莊（Montille）的進口酒商。以一個成長環境全無葡萄酒文化薰陶的美國人而言，他對歐洲葡萄酒文化的嚮往與身為進口酒商的立場，雖說難脫利益的立場，但出自一個美國人「葡萄必須要有地方的獨特性，這無關保守或守舊與現代之爭，而是追求生活的趣味或喜悅」的一番話，的確說出了美國版的葡萄酒文化之言。其實「Agriculture」是農業，「Culture」是文化，但追究「Culture」本來就是「Cultiver」（耕種）的本意。傳統上葡萄農與釀酒者稱為（viticulteur），而並不以英美所謂的釀酒師（winemaker）稱之，以文化論葡萄酒也並非穿鑿附會之言。

葡萄酒是無法完全在商言商的一種「文化商品」，今日時尚流行「文創」一辭，但對於歐洲古老家族的莊園，釀酒包含了人與土地建立關係開始，到百中選一的佳釀誕生種種歷程，已經是一種藝術。釀酒的熱情常比喻成愛情，是一種人與土地關係的倫理，甚至如同信仰。而薩丁尼亞玻薩地方（Bosa, Sardinia）的葡萄老農（Battista & Lina Columbu）甚至在表達「消費主義已經讓人失去認同（地方風土）」時，說出「窮人也可以釀酒」的智慧之語。

Battista Columbu - Bosa, Sardinia

片子一開頭短短的敘述法國境內庇里牛斯山區 (Juracon, Pyrénées) 6公頃的小農 (Yvonne Hegobune) 種葡萄的熱情，和義大利薩丁尼亞地區「VINEST」保護計畫對如何保護僅2公頃的量少又具地方風味的「Malvasia」酒，已經先傳達了導演的感性觀點。但小農或傳統思維的葡萄農與造酒 (viticulteur/ vigneron)，從酒窖 (cave) 到酒商 (négociant)，對上科技釀酒的釀酒師和現代行銷與樹立品牌 (mark) 的酒廠 (winery) 又如何應對？

從1855年法國巴黎萬國博覽會開始，拿破崙三世 (Napoleon III) 下令波爾多 (Bordeaux) 酒莊分級，至今國人皆知五大酒莊之名，也成為追求膜拜 (Cult) 高級紅酒飲客的指標。但即使是法國本身，勃艮地 (Bourgogne) 就另有標準。相對而言，波爾多自分級開始150年間以來，不就拜這「標準」之賜而成為法國葡萄酒的象徵嗎？而法定產區 (AOC) 分級制度也並非沒有漏洞。影片中受訪的朗克多酒區 (Languedoc) 多瑪卡薩克 (Daumas Cassac) 莊園的艾美·吉勃 (Aimé Guibert) 也是以地區 (vin de pays) 上看法定產區 (AOC – appellation d'origine contrôlée) 波爾多酒區的競爭對手，而朗克多的「品味」對上波爾多的新「品牌」，艾美·吉勃對上羅蘭的釀酒新思維，導火線是羅蘭指導釀酒的美國酒廠蒙大維 (Robert Mondavi Winery) 伸入朗多克酒區的50公頃開發計畫，就成為本片第一場衝突！然而這位抗拒美國全球化勢力的地方莊園代表，卻並不排斥被比為「法國版的蒙大維」，的法國波爾多第二大酒商的威廉彼特 (William Pitters by Bernard Magrez) 大財團以「風土之鑰」進入本區的開發案，似乎並非單純的「全球化」之爭。

釀酒師 Michel Rolland

釀酒師米歇·羅蘭 (Michel Rolland) 是這部紀錄片的「靈魂人物」。在波爾多吉隆河 (Gironde) 右岸的玻美侯 (Pomerol) 設有「羅蘭葡萄酒實驗室」(Rolland Laboratoire Vinicole) 的羅蘭，不僅受聘為波爾多一級酒莊慕東侯奇 (Mouton-Rothschild) 釀酒顧問，他的事業版圖也遍及歐洲、非洲、南北美及亞洲，意氣風發而十足自信的他，一出場就令人感到他的自大，而他被指與評酒家的關係，和他為各處酒廠釀的酒都是玻美侯 (Pomerol) 味道之譏，也讓偏具釀酒才華的他謗譽相交。影片前半場幾乎都是他穿梭在波爾多左右岸的玻美侯 (Pomerol)、聖艾美濃 (St-Emilion) 和梅多克 (Médoc) 各區酒莊之間，炫耀他的「透氧處理」，自道具有優勢與特權的他，自許在精益求精，建立標準，並諷刺那些堅持葡萄酒「多樣性」(diversité) 的正是造出糟酒的原因！影片剪出這段很難不令人反感的開場言語，似已窺出導演的立場。

從加州比鄰的蒙大維 (Mondavi winery)，史塔格林 (Staglin Family Vineyards) 家族酒廠，到《Opus One》酒廠在市場上攀升奪冠的佳績，可說都拜他之賜！甚至阿根廷的《Yacochoya》也拜他顧問之功！更別說義大利的歐內拉亞 (Ornellaia) 的酒質爬升，但這卻讓導演找出蒙大維從朗克多開發案失利後，轉進義大利托斯卡尼的酒區成功地購併安提諾里 (Antinori) 家族酒莊的糾紛。導演的訪談切換，看似零散，其實就在羅蘭與蒙大維分在大西洋兩岸，卻緊密紐結在一起的「主軸」，等到下半場，評酒師羅伯帕克 (Robert Parker) 登場後，這才揭出，葡萄酒世界並非僅是新舊品味與品牌、風土主義與全球化之爭，還有更複雜的酒評與媒體的影響，而美國加

州大酒廠僅僅靠著天才釀酒師羅蘭「改良」品味就攀升了酒評高峰？這是一個可怕的問題。

這記錄片後來當然惹惱了羅蘭，然而諾西特採訪羅伯帕克卻也是全片中最沒有火藥味的輕鬆段落。

看著羅蘭在玻美侯的勒給（La Gay）酒莊炫耀著他的「微氧處理」（透氧處理），自道是建立標準的專家。至於什麼是「透氧處理」？礙難解釋！客戶不必知道原因。問到他是酒的醫生或

心理師呢？他自承「都是」！羅蘭在實驗室中遍數受他顧問的國家：匈牙利、法國、義大利、西班牙、南非、阿根廷、智利、墨西哥、美國，甚至印度……。很難讓人不感覺到他的狂妄。

（下期待續）

（本文作者為台北市立教育大學兼任助理教授）

陳香吟

——美好年代的永遠凝視

從昔日父母呵護的寶貝女兒，到今日成為一名廣受歡迎的人物花卉畫家，溫室花朵成為朝陽下一朵盛開的美麗牡丹，陳香吟努力在臺灣師大美術系第一名畢業之後，繼續飛往巴黎獨立深造，親炙歐洲文學與藝術，並經歷了一個巨大的轉變。現實主義及自然主義文藝在巴黎達到新的高峰，美好年代的學院寫實繪畫風格由採用了外光畫法的巴比松畫派蘊釀了印象主義。安格爾、竇加、馬內、莫內、雷諾瓦等這些讓陳香吟一心嚮往的藝術家，引領著她走向凱旋門、踏上世界藝術聖殿，並在巴黎長居了十一年，她的優雅和她的畫，帶出她永遠凝視著和期許的世界，而她本人也像極了從巴黎美好年代走出來的人物。

陳香吟1993年的《花都情懷》（見封底）畫作，嘗試著與花都的經典人物，波蘭時尚美女畫家藍碧卡Lempicka，在疏離與激情之間，作不同時空的對話；立體新古典主義的藍碧卡詭譎而冷酷之巴黎女性話語，被陳香吟婉轉詮釋為另一種驕矜但自持的女性書寫，她為所有鍾情花月的女性書寫傳記。

歐洲的肖像畫有悠久的歷史，希臘畫家阿佩萊斯曾為當時的王公貴族畫過許多肖像。其中達文西為富商夫人麗莎喬宮多畫的《蒙娜麗莎》，維妙維肖表現人物的心緒，成為肖像畫中的鉅作。這個理想歷經古典主義、理性主義、浪漫主義而連綿至今，歐洲重視人物肖像、人體繪畫的文化傳統，形成收藏文化觀念的不同，以及在形象塑造、佈局技巧，都超越了簡單的形體範疇，而具有宗教性或人文象徵意味，陳香吟的藝術理想藉此表達她人文主義之纖致，作為相當於畫家個人虔誠的實踐文本。

陳香吟尋求美和真的特殊性格，為了使作品達到極致，追求著一種傳記（肖像畫）風格，就是把美的意志和完善呈現到人們眼前的畫，將藝術最不容易著力的人物氣質表現得相當充分，神情生動之外的敘事體，在「不讓情冷、不予心結」一筆一畫的追索當下，「驀然回首，那人正在燈火闌珊處」，這時陳香吟所關注的意境，雪月風花成為她的化身外顯，傳達眼前美好的感動、美好的片刻、美好的想望。

文／蔡鈴燕（巴黎第八大學藝術科學技術與美學博士）