

ЛІТЕРАТУРА ЯК ПРЕДМЕТ МАСОВОГО СПОЖИВАННЯ

Стаття присвячена вивченню процесів комодифікації та гомогенізації, які можна спостерігати в сучасному культурному виробництві. Авторка розглядає шляхи та особливості залучення масової аудиторії до споживання й рецепції сучасних трансформацій літературних творів (літературний туризм, літературні музеї, сценічні й кінематографічні версії літературних творів, рімейки, тенденція до гомогенізації високої і низької культури).

Ключові слова: гомогенізація, комодифікація, комерція, кітч, літературний туризм, літературний музей, сценічні й кінематографічні версії літературних творів, рімейки.

Liudmyla Berbenets. Literature as an object of mass consumption

The article deals with commodification and homogenization processes observed in contemporary cultural production. The author considers the ways and peculiarities of mass audience's involvement in the reception and consumption of the present day literature transformations (e.g. literary tourism, literary museums, stage and screen versions and remakes, a tendency to high and low culture homogenization).

Key words: homogenization, commodification, commerce, kitsch, literary tourism, literary museum, stage and screen versions, remakes.

Учені зазначають, що у II половині ХХ ст. відбувається помітна гомогенізація культури. Ж. Бодріяр, наприклад, зауважив, що це явище характерне для суспільства споживання. Адже в торговельному центрі можна спостерігати “союз комфорту, краси й користі” [див.: 4], який становить “матеріальні умови щастя” [4] відвідувача. У процесі “шопінгу” гомогенізуються “праця, відпочинок, природа, культура” [4]. Неомарксист Ф. Джеймисон, говорячи про добу “пізнього капіталізму” та постмодернізм як його культурну логіку, зазначає, що останньому притаманне “стирання (властивої високому модернізмові) межі між високою культурою й так званою масовою чи комерційною культурою та поява нових видів текстів, що їх нав'яли форми, категорії і смисли тієї самої культурної індустрії, яку так пристрасно засуджували всі ідеологи модернізму...” [5, 23]. Польська дослідниця А. Кловська виокремлює три різновиди гомогенізації культури, яка полягає в наближенні класики, високої культури до масового

реципієнта¹: спрощувальна гомогенізація, іманентна гомогенізація, механічна гомогенізація.

Перший різновид гомогенізації вирізняється спрощенням культури вищого рівня шляхом перенесення її до нижчого рівня. У цьому випадку варто говорити про популяризацію, вульгаризацію. А. Клосовська вважає, що сюди можна зарахувати комікси, створені за “Анною Кареніною” Л. Толстого, зведення творів до спрощеної форми внаслідок їх екранізації, продукування дайджестів (стислих переказів) творів та ін. [27]. Авторка статті не висловлює категорично негативного ставлення до такої гомогенізації, адже оцінка “її суспільних наслідків” мала би базуватися на врівноваженні “впливів, які, з одного боку, полягають у блокуванні інтересу до мистецтва вищого рівня завдяки позірному задоволенню таких потреб за допомогою продуктів вульгаризації, з другого ж – у пробудженні стимулу до контактів з автентичним твором” [27, 503].

Прикладом спрощувальної гомогенізації варто вважати постановку комедії “Тартюф” у Національному Старому театрі ім. Хелени Моджеєвської у Кракові. Режисер залучив низку прийомів, які сприяли наближенню твору Ж.-Б. Мольєра до масового глядача (Ельміра майже повністю роздягнена, присутні елементи еротики; Тартюф ходить у кедах тощо). Як зазначає один із театральних критиків Януш Р. Ковальчик, завдяки таким намаганням “спокусити глядача” виконання п'єси французького драматурга трупю Старого театру нагадує виступ “естрадно-сатиричного театру” [28]. Такий принаймні один із можливих варіантів рецепції сценічної версії комедії Мольєра.

Іманентна гомогенізація полягає в тому, що сам автор уставляє до своїх текстів елементи, які приваблюють широку публіку. Ідеться про твір вищого рівня, розрахований на масового реципієнта. Прикладами такої гомогенізації А. Клосовська пропонує вважати фільми Чарлі Чапліна. Можемо, наприклад, сказати, що твори Б. Акуніна, масові детективні романи, основані на гетерогенних пастишах із класичних та відомих літературних творів, існують на двох рівнях – і високому, і низькому.

Найважливішу роль у масовій культурі відіграє, на думку А. Клосовської, механічна гомогенізація. Вона відбувається не через спрощення творів вищого рівня, а завдяки перенесенню їх у непорушному вигляді до масових засобів передачі інформації. Ідеться про те, що масовість культури передбачає “велику й постійну потребу у продукції зі сфери символічної культури, котру щоденно в усьому світі поглинають газети, журнали, книжкові видавництва, радіо й телепередачі, кіностудії” [27, 504]. Ринку цієї продукції вимагає щоразу більшої кількості таких “товарів”, зауважує А. Клосовська. Відбір матеріалів, які мають привабити реципієнта-споживача, здійснюється згідно з культурною або фінансовою політикою організації, котра випускає згадану продукцію. Остання поєднує елементи як масової, так і високої культури, сприяючи гомогенізації культури. Звісна річ, на першому плані перебувають комерційні цілі продуцента, а не, наприклад, виховна мета. Проте й механічне залучення елементів високої культури до масмедійного дискурсу може мати позитивний ефект, зауважує авторка статті.

¹Поняття гомогенізації можна порівняти і з поняттям “подвійного кодування” в культурі постмодернізму. Так, Ч. Дженкс говорить про те, що архітектура постмодернізму “промовляє” як до фахівців, так і до своїх пересічних реципієнтів, отже, вона “є водночас “професійно обґрунтованою” та “популярною” (“загальнодоступною”). Учений пояснює, що “подвійне кодування, <...> одночасно означає поєднання елітарного/масового та нового/старого” [25, 459; 6, 10]. Про обов’язкову присутність рис елітарності та масовості в постмодерністській літературі та доступність постмодерністських творів не лише їхнім творцям та знавцям мистецтва (як це відбувається в модернізмі), а й пересічним реципієнтам, сказав услід за Дж. Бартом У. Еко. Отже, подвійне кодування – це певна стратегія комунікації відразу на кількох різних рівнях художнього тексту.

А. Клосовська доходить цікавого висновку: масову культуру не можна протиставити культурі високій (остання присутня в першій). Якщо ж говорити про полярність, то правомірніше порівнювати культуру масову і вузькоспеціалізовану, окреслену специфічними інтересами її творців і поціновувачів [27, 504].

Оригінальний твір сьогодні втрачає свою унікальну ауру внаслідок механічного його відтворення (В. Беньямін), продукування копій, призначених для масового споживача, розчиняється в серії репродукцій (Р. Краус). Часто такі метаморфози відбуваються шляхом трансформації мистецького твору в товар. Не дарма вчені розглядають культуру постмодернізму як культуру комерційну. Ф. Джеймісон із цього приводу зауважує, що “естетичне виробництво” стає інтегральною частиною товарного виробництва загалом [5, 26]. Зникає різниця між високою і низькою культурою, а також – межі сферами культури і економічної діяльності. Спостереження за особливостями творення сучасних зразків культури й мистецтва підтверджують комерціалізацію цих галузей.

Відомо, що комодифікація книги та збільшення прибутків від її продажу відбувається не лише за рахунок збільшення накладу самої книги або видання літератури в м'якій обкладинці, так званих *rare back*¹. Останні навіть не завжди масові за змістом; адже ці дешеві видання також мають класичні серії. Прибуток можна отримувати й завдяки явищам, наближеним до літератури, або таким, як перекодування, переклади літературних творів мовою інших мистецтв/різних засобів передачі інформації тощо.

Серед видів використання творів та біографічних відомостей, які наближають літературу до масового реципієнта, варто, на мою думку, назвати літературний туризм, музеї письменників, екранізації літературних творів (зокрема класики), екранізації “біографій письменників”, театральні постановки.

Літературний туризм виник у Великобританії в середині XIX ст. завдяки популяризації Озерного краю В. Вордсворта, Лондона Ч. Діккенса, Вессекса Т. Гарді, Стретфорда-на-Ейвоні В. Шекспіра. Дослідники виокремлюють такі різновиди місць для літературного туризму:

1. *Реальні місця*, які стосуються життя та творчості письменника (наприклад, місце народження Роберта Бернса в Аллоуї, Шотландія та ін.).

2. *Уявні місця, пов'язані з місцями*, змальованими у творах письменників (вулиці Дубліна з “Улісса” Дж. Джойса, будинок Шерлока Холмса на Бейкер Стріт, 221б в Лондоні, Барселона з роману “Тінь вітру” К. Р. Зафона, Париж із роману “Код да Вінчі” Дена Брауна).

Турагенції пропонують сьогодні прогулянки Парижем із “Кодом да Вінчі” Д. Брауна, автори рекламних текстів твердять: “Туриста в незнайомому місті, хоч би як він виглядав, можна впізнати за мапою або путівником у руці. Людина, яка прилучилася до історії та мистецтва за посередництва мас-культури, останнім часом використовує для подорожей Європою бестселер Д. Брауна” [13]. Спостерігаємо, отже, своєрідне перетворення цієї книжки на туристичний путівник. У Дубліні можна здійснити Дублінський літературний похід пабами (*Dublin Literary Pub Crawl*), під час якого актори пропонують увазі туристів сценки із творів знамих письменників (Дж. Джойса, С. Беккета, О. Вайлда та ін.) [21, 256]. Так само можна пройтися Барселоною роману “Тінь

¹ А. Клосовська вважає видавничі серії в м'яких палітурках прикладом гомогенізації літературного поля. Адже британське видавництво “Penguin” (1835 р. стало піонером друку літератури в такому поліграфічному оформленні) видає різноманітні за жанром твори і книжки з різних галузей знання, однак має також серію класичної літератури (повне зібрання В. Шекспіра, твори Ч. Діккенса, Б. Шоу та ін.). Московське видавництво “АСТ” поряд із Д. Стілл видає в м'яких обкладинках Г. Гессе. Видання таких книжок дає змогу читачеві придбати твори класиків світового письменства дешевше, ніж у твердих палітурках, а також паралельно пропонує літературу масову.

вітру” (2001) сучасного іспанського письменника К. Р. Зафона. Це зробив, наприклад, С. Портер, про свої враження він написав у статті “Гуляючи Барселоною Карлоса Руїза Зафона” [30]. А ще раніше в Нідерландах з’явилася книжка “Тінь вітру. Путівник Барселоною” (2006)¹.

Соціально сконструйовані місця, створені навмисно для приваблення відвідувачів. Наприклад, “Світ Дікенса” в Четхемі, Кент, – це тематичний розважальний комплекс [22]. Тут можна не лише довідатися про життя і творчість Ч. Дікенса, а й покататися на ковзанах, відсвяткувати в ресторані день св. Валентина, відвідати цирк, піти в кіно, придбати книги оповідань англійського письменника, DVD-диски з фільмами за мотивами його творів, купити іграшки тощо. У Стретфорд-на-Ейвоні², окрім офіційно підтримуваної Королівської Шекспірівської трупи, існує також низка приватних сувенірних крамниць, кав’ярень, готелів, навіть ферма метеликів, яка запрошує гостей Стретфорда перепочити од відвідування лише шекспірівських місць. Реклама ж на сайті шлюбної агенції “Stratford4Weddings” говорить: “A contract of eternal bond of love confirm’d by mutual joinder of your hands” (“Священний закріпили ви союз, / У чеснім шлюбі руки поєднавши”) [17, 182]. Рекламодавці так коментують ці рядки з комедії В. Шекспіра “Дванадцята ніч, або Як собі хочете”: “Видатні слова одного з найвідоміших мешканців Стретфорда, отже, чому би Вам не обрати це історичне місто для свого весілля?” [33].

У світі виходять цілі книжки, присвячені літературному туризму, наприклад “Літературний турист” (2006) Ніколи Джей Вотсон [34]. У праці йдеться про літературний туризм, пов’язаний з іменами В. Шекспіра, Т. Грея, Дж. Кітса, Р. Бернса, В. Скотта, сестер Бронте, Т. Гарді.

Літературний туризм розвинений в Іспанії, тут існує багато літературних шляхів, путівників. Так, книжку “Літературні маршрути Іспанії” написали двадцять три сучасні письменники. Вони змальовували літературні атракції всіх сімнадцяти автономних спільнот Іспанії [29]. Путівник виданий під егідою “Turespaña” (Інституції туризму Іспанії при Уряді Іспанії), яка керує туристичним справами держави, популяризацією Іспанії серед іноземних туристів.

Існує також кінотуризм, який у випадку екранізації творів класичної літератури постає вже навіть не вторинною знаковою системою (вимальовується ланцюжок: твір–сценарій–фільм–презентація місця, привабливого для туриста-глядача фільму). На різницю між літературним туризмом і кінотуризмом указує австралійська дослідниця Сью Бітон у своїй книжці “Туризм, стимульований фільмами” (Film-induced Tourism, 2005). На її думку, літературні туристи найчастіше відвідують місця, які стосуються письменників особисто, місцевості, де вони народилися, мешкали, місця поховання митців. Натомість кіно туристи прагнуть побачити місця, показані у фільмі або пов’язані із життям зірок. Автор сценарію рідко стає об’єктом підвищеного глядацького інтересу [19, 52]. Однак відомо, що читачі також часто відвідують місця, у котрих відбувалися фіктивні події, змальовані в популярних творах. Наприклад, Бейкер-Стріт у Лондоні, на якій нібито жив Шерлок Холмс.

Сью Бітон зауважує й той факт, що через розвиток літературного туризму місцева влада іноді мусить залагоджувати негативні його наслідки: “Розвивати наявну інфраструктуру, аби впоратися з будь-яким напливом туристів, готувати жителів місцевості до різноманітних можливих пов’язаних із цим змін тощо” [19, 53].

Гаррі Поттер – герой творів Дж. К. Роулінг – навіть виграв нагороду “Tourism for England Award” (2002) за “збереження англійського туризму після спалаху

¹Цей путівник був перекладений польською через рік після виходу 2005 р. перекладу самого роману іспанського письменника [35; 20].

²Це місто опиняється в центрі уваги туристів, навіть не зважаючи на те, що противники Стретфордського підходу до розв’язання “Шекспірівського питання” глибоко переконані, нібито Вільям Шекспір (або Шакспер) із Стретфорда на Ейвоні насправді не є автором шедеврів англійської літератури.

епідемії ящуру, через яку більшість сільських місцевостей перестали відвідувати туристи” [26, 109]. Фільм про Гаррі Поттера посилив цей ефект (приваблюючи туристів до місць, де відбувалися зйомки, наприклад, до замку Алнівк у Нортумберленді – школи магії та чаклунства Хогвартс тощо).

У Росії й в Україні літературний туризм не став поширеним явищем масової культури, однак можемо за аналогією до Дубліна Дж. Джойса чи Лондона Ч. Діккенса говорити, наприклад, про Київ М. Булгакова, Рівне О. Ірванця, а от гостям Санкт-Петербурга показують “Петербурґ Достоевського” й “Петербурґ Пушкіна”. У Москві 2004 р. відкрився музей “Булґаківський дім”, співробітники якого пропонують відвідувачам такі екскурсії: “Трамваєм 302-біс”, “Булґаков і його епоха”, “Романтична подорож слідами роману “Майстер і Марґарита” та ін.

Найчастіше увагу привертає “сконструйований” характер туристично привабливих літературно-історичних місць, який може спонукати відвідувача або зацікавитися реальними подіями, з ним пов’язаними, або повірити в картину, запропоновану концепцією проекту, гідом тощо. Саме питання симульованості тематичного парку, особливостей туристичного бізнесу в суспільстві споживання, а також проблеми пам’яті, історії, реальності та їх репрезентації лягли в основу роману “Анґлія, Анґлія” (1998) відомого британського письменника-постмодерніста Дж. Барнса.

Автор книжки моделює ситуацію створення на острові Вайт тематичного парку “Анґлія”, розвиток якого завдяки капіталу і старанням його творця і власника Джека Пітмена призвів до занепаду справжньої Анґлії як туристичного об’єкта. Письменник бере до уваги всі можливі аспекти постановки та існування такого розважально-туристичного комплексу. Розробники “Проекту” вивчають стереотипні уявлення людей про Анґлію, прогнозують, що приваблюватиме туристів на острові, запрошують навіть справжню королівську родину, яка разом із акторами, найнятими для виконання ролей Робін Гуда, Нелл Гвін, Леді Годіви та ін., виконує свої обов’язки, закріплені у трудовому контракті. За адресою “Анґлія, Анґлія” розташований симулякр “Анґлії”, якої ніколи не існувало, Анґлії, створеної спеціально для задоволення сучасного туриста. Адже на “Острові” можна “відвідати протягом одного ранку Стоунхендж і будинок Анни Хетуей, скуштувати “обід плугатаря”, лежачи серед крейдяних скель Дувру, а потім ліниво прогулятися суперунівермагом “Херродз” усередині лондонського Тауера (до того ж ваш візок із продуктами везимуть біфітери!)” [1, 235]. Відвідування копії Анґлії, за спостереженнями керівництва “Проекту”, вигідніше, ніж поїздка до справжньої Анґлії: “Склавши кошторис, ми з’ясували: для того, щоб оглянути “оригінали”, ви витратите у три-чотири рази більше часу. Отже, наші “накрутки” насправді – справжній спосіб зекономити” [1, 237].

Приблизно таку саму ситуацію комодифікації реальних і вигаданих місць, пов’язаних із життям і творчістю відомих письменників, спостерігаємо зараз у світі. На це звертають увагу й самі письменники: “Озерний край? Увесь витоптаний туристами, кожна незначна подробиця ландшафту наділена ярликом і самовдоволено оспівана” [11, 89].

Друге явище, яке дозволяє говорити про “літературу” як про предмет масового споживання, також пов’язане з туризмом – це *музеї письменників*.

Зупиняюся на них окремо, бо сьогодні загалом відбувається зміна підходу до організації роботи музеїв, трансформується вигляд експозицій тощо.

Дедалі більше відводиться уваги взаємодії відвідувача з музеєм, залученню глядача до участі у “творенні” експозиції. Ідеться про інтерактивні підходи в музейній справі. Так, Ніна Саймон у своїй книжці “Музей прямої участі” [31] наголошує на тому, що сьогодні ці заклади вже не відвідує велика кількість людей, вони втрачають свою аудиторію. Авторка пропонує шлях зміни музеїв, відновлення їхньої важливості та необхідності в сучасному житті, а також

приваблення публіки. Авторка переконана, що цих змін можна досягти за допомогою “активного залучення відвідувачів як “учасників культури”, а не просто – пасивних споживачів” [32].

Праця Н. Саймон базується на низці ідей: на ідеї “зосередженої на аудиторії інституції, яка має бути такою ж доречною, корисною та доступною, як торговий центр чи залізнична станція”; на “думці про те, що відвідувачі конструюють свої власні значення, виходячи з отриманих ними культурних вражень”; а також на “ідеї того, що голоси відвідувачів можуть доповнювати та надихати й дизайн проекту, і зовнішній вигляд, призначений для публіки” [32]. Дослідниця визначає “музей прямої участі” (participatory museum) як місце, де відвідувачі можуть створювати змісти, ділитися своїми враженнями та ідеями стосовно побаченого в музеї та привнесеного іншими екскурсантами. Інституція, отже, має поважати досвід і вміння своїх відвідувачів [32]. Своєрідними прикладами інтерактивних музеїв можна вважати музей “Варшавського повстання” у Варшаві, музей “Фабрика Шіндлера” та “Підземелля Ринку” у Кракові (відділи Історичного музею міста Кракова). Одним із надсучасних та мультимедійних біографічних музеїв є Музей Фридерика Шопена у Варшаві.

Існують різні погляди на те, яким має бути музей наприкінці ХХ ст. Деякі дослідники фіксують зростання кількості симульованих експозицій і цілих музеїв, що існують завдяки віртуальним експонатам, перехід до нових візуальних режимів демонстрації музейних колекцій, зауважують тенденцію до переплітання минулого й теперішнього, а не просто відмежування минулого, створення тематичних парків, постмодерністського суспільства видовищ. Однак не всі фахівці позитивно ставляться до таких новацій [24, 491]. Зазначу, що на початку ХХ ст. також відбувалися зміни у способі презентації музеїв. Приміром, у 20-х роках ХХ ст. точилися дебати щодо того, чи застосування нових методів організації експозиції не відобразиться на баченні музеїв як серйозних установ, а не шоу [23]. Деякі куратори висловлювалися за те, аби дозволяти дітям брати експонати до рук, розглядаючи їх. Ішлося і про те, чи мають музеї належати до популярної чи високої культури, зауважує Елісон Ґріффітс [23]. Такий підхід нагадує концепцію “музею прямої участі”, запропоновану Н. Саймон. Е. Ґріффітс зазначає також, що нинішні музеї частково перетворюються на прибуткові організації, однак часто не можуть конкурувати із цілком комерційними тематичними парками [23].

У музеях письменників наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. також застосовують нові технології. Наприклад, музей Генріка Ібсена в Осло – невеличка квартира, у якій письменник із дружиною провів останні роки свого життя (1895 – 1906). Окрім кімнат, де жив і працював норвезький драматург, у музеї є окреме приміщення, у котрому розміщено вітрини з різними виданнями його творів, афішами театральних постановок, особисті речі Г. Ібсена, кінозал, де можна затриматися й переглянути фільм, музейна крамничка.

Квартира Ібсена реставрована завдяки фінансовій підтримці меценатів. “Автентичний” вигляд домітки письменника створений шляхом відновлення меблів, реконструкції підлоги, стін, стелі відповідно до археологічного дослідження будинку та низки історичних джерел. Скатертини, фіранки, порт'єри з матерії, пошкоджені часом, замінені точними копіями.

Коли 1990 р. було засновано музей Г. Ібсена в його колишньому помешканні, Народний музей Норвегії віддав для створення експозиції кабінет письменника. Раніше, після смерті Сюзанни Ібсен (1914), меблі із цієї кімнати були передані до Народного музею Норвегії. Отже, лише кабінет Г. Ібсена має сьогодні оригінальний вигляд.

Цікаво, що на кухні відсутні меблі, бо про її вигляд не збереглося жодної згадки. Порожня кухня наштовхує на думки про автентичність інтер'єру

презентованої туристові квартири. А також про рівень симульованості/оригінальності інтер'єрів та експонатів, демонстрованих в аналогічних музеях.

Своєрідним “симулякром”, покликаним приваблювати поціновувача творчості Олександра Пушкіна, зокрема візитера масового, виступає “Меморіальний Музей-Лицей”, розташований у приміщенні колишнього Імператорського Царськосельського лицю в місті Пушкіно.

Відомо, що лицей був заснований 1810 р. та діяв у Царському Селі до 1843 р., а в 1844 – 1845 рр. його будівля була переобладнана під квартири для чиновників Двірського відомства. Меморіальний Музей-Лицей розпочав роботу 1949 р. У ньому відтворена обстановка життя лицейців I (пізніше названого “пушкінським”) випуску. Приміщення третього й четвертого поверхів, де найбільше часу проводили вихованці Лицею, були відновлені на основі архівних матеріалів [12].

Незвичайною виглядає експозиція, розташована в Меморіальному музеї Михайла Булгакова в Києві “Дім Турбіних”. У цьому будинку письменник мешкав із 1906 по 1919 р. Пізніше дім став місцем дії роману “Біла Гвардія”; тут автор поселив вигаданих осіб – сім'ю Турбіних.

Сьогодні в музеї “презентовані” паралельно дві родини – Булгакових і літературних персонажів Турбіних. Його було засновано 1989 р.; згідно з науковою реконструкцією будівлі відновлене планування квартири, віднайдені справжні меблі Булгакових. Автори оформлення музею запропонували оригінальне вирішення браку автентичних експонатів, які не збереглися внаслідок змін власників квартири: речі, що належали родині Булгакових, мають власне забарвлення, речі й елементи інтер'єру родини Турбіних пофарбовані в білий колір. Такий підхід дає змогу приваблювати відвідувача одночасно й завдяки аурі помешкання самого М. Булгакова, і шляхом відсилання до буремних часів життя героїв його роману (1918 р.).

У Стокгольмі є квартира-музей Августа Стріндберга. У ній увагу відвідувачів привертають не лише експозиція, а й звукові ефекти, які її супроводжують. Заходячи до кабінету письменника, візитер чує скрип пера. Проходячи квартирою, можна почути вхідний дзвоник. Такі звукові елементи експозиції, думаю, спрямовані на активне залучення відвідувача не просто до огляду меморіального комплексу, а й до особливого переживання митей у тій самій квартирі, де жив знаний літератор.

Відносність “реальності” приміщень музеїв письменників, неминучі “недоокреслення” історії життя літераторів та неможливість (а іноді й недоречність) цілком достовірної їх реконструкції, презентованої відвідувачеві, лежать в основі іронічних і філософських роздумів авторів сьогодення. Дж. Барнс, наприклад, у славнозвісному романі “Папуга Флобера” створив неоднозначну картину можливого окреслення образу письменника. Головний герой роману Джеффри Брейтуейт зацікавився біографією Г. Флобера після того, як побачив у двох різних музеях французького письменника опудало папуги, котре Г. Флобер використовував як модель, пишучи повість “Проста душа”. Персонаж роману Дж. Барнса веде власне розслідування, аби з'ясувати, котре із цих опудал автентичне, і дізнається, що обидва музеї (в Круассе і Руані) взяли папуг із одного й того ж місця – природничого музею – і керувалися однаковими критеріями вибору опудала: “...Звірилися з книжкою “Проста душа” і обрали папугу, який найбільше був схожий на того, якого змалював Флобер” [2, 251]. Варто зазначити, що поштовхом до написання “Папуги Флобера” стала робота над путівником будинками французьких письменників і художників, який Дж. Барнс мав укласти на прохання видавця 1981 р. (письменник зібрав матеріали, але саму книжку так і не написав) [18].

Невідповідність музейної експозиції реальному пізнанню життя і творчості письменника також іронічно змальовує Давид Самойлов у вірші “Дом-музей”:

“Заходите, пожалуйста. Это / Стол поэта. Кушетка поэта. / Книжный шкаф. Умывальник. Кровать. / Это штора – окно прикрывать. / Вот любимое кресло. Покойный / Был ценителем жизни спокойной” [14].

У тому ж річищі пише про музей-заповідник О. С. Пушкіна “Михайловское” Сергій Довлатов у повісті “Заповідник”:

– “Исполнилось пророчество; “Не зарастет священная тропа!..” Не зарастет, думаю. Где уж ей, бедной, зарости. Ее давно вытоптали эскадроны туристов <...>

– Можно задать один вопрос? Какие экспонаты музея – подлинные?

– Разве это важно?

– Мне кажется – да. Ведь музей – не театр.

– Здесь все подлинное. Река, холмы, деревья – сверстники Пушкина. Его собеседники и друзья. Вся удивительная природа здешних мест...

– Речь об экспонатах музея, – перебил я, – большинство из них комментируется в методичке уклончиво: “Посуда, обнаруженная на территории имения...”

– Что, конкретно, вас интересует? Что бы вы хотели увидеть?

– Ну, личные вещи... Если таковые имеются... <...>

– Личные вещи Пушкина?.. Музей создавался через десятки лет после его гибели... <...> Но мы воссоздаем колорит, атмосферу, – сказала хранительница” [7]¹.

Театральні постановки також наближають класику до масового глядача. Наприклад, інтермедіальна вистава за твором “Беатріса Ченчі” (1839) Юліуша Словацького в театрі ім. Ю. Словацького у Кракові. До “тексту” вистави вписано “текст” афіші, на якій зображена картина “Беатріче Ченчі” Гвідо Рені. На сцені під час виконання постановки використано великий екран, на якому можна побачити або те, що відбувається на сцені в цей момент, або те, що взагалі не показано на сцені². Реципієнт, отже, залежно від своїх компетенцій й горизонту очікувань сприймає п’єсу та поєднує всі “тексти”, присутні в постановці (твір Ю. Словацького, легенду про Беатрису Ченчі XVI ст., портрет, виконаний Гвідо Рені, мову сучасних медіа – відео на сцені, дизайн плаката). На мою думку, таке поєднання сприяє зацікавленню та привабливості глядача, зокрема й масового. Вище вже йшлося про наближення до масового реципієнта комедії Ж.-Б. Мольєра “Тартюф” у постановці, запропонованій Національним Старим театром ім. Хелени Моджеєвської у Кракові. Оригінальне поєднання елементів постмодерністських естетики та філософії, складників масової культури з текстом роману Генріка Сенкевича “Хрестоносці” пропонує вистава “Хрестоносці або Театр у кризі або Кошмарний сон директора” (автор Анна Бужинська), показана вперше на “ночі театрів” у театрі ім. Ю. Словацького у Кракові (прем’єра – 18 червня 2010 р.). У Національному академічному драматичному театрі ім. Івана Франка своєрідною гомогенізацією трагедії Софокла “Цар Едіп” став однойменний спектакль (режисер-постановник Роберт Стурау); у Молодому театрі приваблює масового глядача комедія-міф “Дон Жуан” (режисер-постановник Станіслав Мойсеєв).

Останнім часом з’являється велика кількість **екранізацій класики**. Це передбачає залучення культури високого рівня для творення рейтингу телевізійних каналів.

Зараз спостерігаємо навіть зворотну дію: не література впливає на кіно, а кіно на літературу. Проте кіно не завжди може передати всі нюанси значення, підтексту, закладені в писаному творі, а тому часто обмежує їх. Або навпаки,

¹ Варто зазначити також, що оригінальний вигляд заповідного комплексу зазнав змін протягом 20 – 30-х рр. XX ст., а також під час німецько-фашистської окупації у 1941–1944 рр. (докладніше див. офіційний сайт музею заповідника: <http://pushkin.ellink.ru/museum/msm2.asp>).

² Екран у театральній постановці своєї п’єси “Скляний звіринець” (1947) запропонував використовувати Теннессі Вільямс. Сьогодні таку техніку застосовують у різних театрах.

намагаючись обійти невисловлюване (непоказуване), переходить межі, надінтерпретує літературний текст. Хоча не можна й занадто категорично говорити про такі випадки, адже серіали, базовані на класичних творах, розраховані саме на підвищення рейтингів телеканалів, приваблення масового глядача.

Інша річ, що такий глядач може скласти собі думку про книжку чи постать письменника, спираючись на побачену екранізацію, а не на сам літературний текст. Тому кіноверсія перетворюється на мірило оцінки всього твору, а не навпаки, і тут криється небезпека хибного уявлення про літературні артефакти. Гіпотетично глядач-школяр, який замість того, аби прочитати трагедію Шекспіра “Гамлет, принц Данський”, подивиться фільм М. Альмерейди “Гамлет” (2000), розповість на уроці про юнака Гамлета, котрий живе в сучасному Нью-Йорку. Те ж станеться й унаслідок перегляду фільму Б. Лурмана “Ромео + Джульєтта” (1996), у якому дія відбувається в наш час та стосується сутичок мафіозних кланів родин Монтеккі й Капулетті.

До більшості нових телесеріалів, знятих за відомими літературними творами, кінокритики ставляться досить скептично. 2003 р. на каналі РТР вийшов серіал “Ідіот”, котрий виявився дуже вдалим і помітно підняв рейтинг цього каналу, значно зросли обсяги продажів книг Ф. Достоєвського. Тенденцію продукування телесеріалів за творами класиків підхопили й інші канали. Зокрема, 2005 р. випущено біографічний серіал “Єсенін”, серіал “Золоте теля” (на Першому каналі), на РТР – “Майстер і Маргарита” за М. Булгаковим, “У колі першому” за О. Солженіциним [див.: 15].

“Єсенін” був створений за романом В. Безрукова “Єсенін: історія одного вбивства” (2005), художнім, а не історичним, біографічним твором. Глядач може прийняти на віру інформацію про життя митця, отриману під час перегляду фільму. Образ російського поета залишається все ж фікційним та багато в чому не відповідає реальному образу письменника. Тому телеглядач-нефахівець ризикує скласти власне хибне уявлення про С. Єсеніна, довіряючи побаченому в телесеріалі.

Згадаймо чергову екранізацію письменницької біографії – “Пушкін: остання дуель” (2006). В. Кічін зазначає, наприклад: “Фільм Наталії Бондарчук про Пушкіна за формою нагадує мильну оперу...”; “вивіряти це кіно історією безглуздо: фільм розсипається сам по собі”; “левова частка картини присвячена змалюванню світських інтриг” [див.: 8].

Головну роль у серіалі про О. Пушкіна, як і в “Єсеніні”, зіграв С. Безруков. Амплу актора поповнилося ще одним образом великого російського поета. Однак лінія Саша Бєлий (телесеріал “Бригада”) – Сергій Єсенін (“Єсенін”) – Олександр Пушкін (“Пушкін: остання дуель”) перетворюється на асоціативний ряд, у котрому образи С. Єсеніна й О. Пушкіна накладаються один на одного. Це також не сприяє адекватному їх сприйманню й осмисленню. Д. Тасбулатова із цього приводу слушно зауважує: “Ось і у фільмі “Пушкін. Остання дуель” (2006) головний герой зовсім не Пушкін, а <...> Сергій Безруков, переодягнений Пушкіним. <...> А щоб ні в кого не виникло ніяких сумнівів, що перед нами таки Пушкін, Безруков увесь час починає читати вірші” [16]. Ще одним перевтіленням цього актора став Ієшуа Га-Ноцрі з роману “Майстер і Маргарита” М. Булгакова в однойменному телесеріалі (режисер В. Бортко); так була продовжена специфічна низка асоціацій образу С. Безрукова з образами відомих письменників і літературних персонажів.

Шедевр, важкий для екранізації чи театральної постановки, кінорежисер переклав мовою серіалу завдяки акуратному поводженню з текстом та помірності у використанні спецефектів [15]. Однак, як і щодо будь-якої іншої презентації роману М. Булгакова, виникає запитання, наскільки можна

наблизити екранізацію до самого твору. І чи не обмежує кіно- (а особливо теле-) інтерпретація смислів і потенціалу цього літературного артефакту, чи не змушує глядача, котрий уперше ознайомився з “Майстром і Маргаритою” завдяки цьому серіалу, прийняти спрощену телеверсію роману за основну. Деякі критики дуже скептично висловлюються про “Майстра і Маргариту” В. Бортка, незважаючи навіть на “акуратність” режисера. М. Климонтів, зокрема, зазначає: “... Чому фільм, котрий відверто ігнорує смисл і дух роману, ретельно піклуючись при цьому про збереження букви, викликав такий ажіотаж. Адже не можна припустити, що величезна глядацька аудиторія, яка припала до екрана, щось таке захопливе чула краєм вуха, але самого роману не читала!” [9]. Однак серіал дав поштовх до прочитання першоджерела.

Отже, екранізації літературних творів, серіали за мотивами класики, продукування біографічних фільмів про письменників, спрямовані на підняття рейтингу телеканалів чи на значний касовий збір, можуть і не виправдати очікувань глядача, знайомого з текстами, які лягли в основу фільмів, або – сприяти появі оманливого враження про ще не прочитані літературні твори. Водночас перегляд екранізацій спонукає звернутися до першоджерел і порівняти їх із кіноінтерпретаціями¹.

Гомогенізацію сучасної культури можна розглядати і як позитивне явище (залучення масової аудиторії до сприймання високомистецьких творів), і як негативний складник сучасного культурного простору (спрощення, викривлення значення, комерційна основа інтерпретації світових шедеврів).

Інституції, котрі традиційно вважалися за авторитетні репрезентанти історії (наприклад, музеї), сьогодні беруть участь у привабленні масового відвідувача. Причиною цього стає превалювання мультимедійного способу передачі інформації у світі, розвиток нових технологій, а також неможливість конкурувати з розважальними закладами, створеними, наприклад, за мотивами відомих літературних зразків тощо. У сучасних музеях існує багато елементів фетишизму та кітч, базованих на комерційних засадах. Це зазвичай призводить до втрати аури художніх творів, образи яких / із яких тиражуються на сувенірній продукції (магніти на холодильник, календарі, чашки, футболки, підставки під чашки, зошити, блокноти, записники, унікальні портрети письменників, розмножені у вигляді листівок, тощо).

Є підстави говорити про зміну порядку рецепції з “літературний твір – кінофільм /телесеріал/ театральна вистава” на протилежний. Рецепція літературного твору може тепер відбуватися після рецепції кінострічки, знятої за її текстом. Часто глядач зупиняється на перегляді кіноверсії твору, не читаючи його та вважаючи екранізацію твору за його точну копію; формує хибне уявлення про літературний твір. Згадувані у статті телесеріали за мотивами відомих романів або призначені для ілюстрації життя знаних письменників найчастіше перетворюються на міф – “систему знаків, яка прагне перерости у систему фактів” (Р. Барт) [3, 260]. Не можна, однак, заперечити, що масові проекти спонукають до перечитування вже добре відомих творів, зміни горизонтів очікування реципієнтів. Літературний туризм теж постає неоднозначним явищем, зберігаючи, з одного боку, пам’ять певної культури, а з другого – перетворюючи її на комерцію, кітч.

¹Показове, наприклад, спостереження Уляни Левко, яка дослідила три кіноверсії роману С. Лема “Соляріс” та простежила деформації сенсу першотвору внаслідок режисерських інтерпретаційних відхилень від основного тексту фантаста; звернула увагу на існування лакун в інтерпретаціях твору, зроблених режисерами свідомо або ж таких, які з’явилися внаслідок вибіркового відкидання певних елементів твору. Дослідниця вказала також, що в ході створення кіноверсії та пристосування її до смаків масового глядача відбувається свідоме спрощення науково-фантастичного твору навіть за рахунок значного його спотворення і примітивізації сенсу літературного першоджерела [10].

ЛІТЕРАТУРА

1. *Бафнс Дж.* Англия, Англия: Роман / Пер. с англ. С. Силаковой. – М.: Издательство АСТ, 2003. – 348 с.
2. *Бафнс Дж.* Попугай Флобера: Роман / Пер. с англ. Т. Шинкарь. – М.: Издательство АСТ, 2002. – 253 с.
3. *Барт Р.* Чтение и дешифровка мифа / Пер. с фр. Сергея Зенкина // *Барт Р.* Мифологии. – М.: Издательство имени Сабашниковых, 1996. – 314 с.
4. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления: Его мифы и структуры / Е. А. Самарская (пер. с фр., послесл. и примеч.). – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
5. *Джеймисон Ф.* Постмодернізм, або Логіка культури пізнього капіталізму / Пер. з англ. П. Дениска. – К.: Видавництво “Курс”, 2008. – 504 с.
6. *Дженкс Ч.* Язык архитектуры постмодернизма / Пер. с англ. А. В. Рябушина, М. В. Уваровой; под ред. А. В. Рябушина, В. А. Хайта. – М.: Стройиздат, 1985. – 136 с.
7. *Довлатов С.* Заповедник / Режим доступу: <http://lib.ru/DOWLATOW/zapovednik.txt>
8. *Кичин В.* Игра в классиков // *Российская газета.* – 2006. – № 4249. – Режим доступу до газети: <http://www.rg.ru/gazeta/rg/2006/12/15.html>
9. *Климонтвич Н.* Ни Мастера, ни Маргариты // *Газета Ру* (Комментарии). – Режим доступу до газети: http://www.gazeta.ru/comments/2005/12/22_a_504151.shtml
10. *Левко У.* Герменевтичні аспекти кіноінтерпретації художнього твору (на матеріалі екранізації художньої прози Станіслава Лема: Автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.01.06 “Теорія літератури” / Левко Уляна Елізбарівна. – Тернопіль, 2010.
11. *Макьюзи И.* Амстердам: Роман / Пер. с англ. В. Гольшева. – М.: Эксмо; Спб.: Домино, 2010. – 189 с.
12. *Мемориальный Музей-Лицей.* – Режим доступу: <http://www.museumpushkin.ru/info/liceuminfo.php>
13. *По Парижу* с “Кодом да Винчи”. – Режим доступу: http://www.tyrist.ru/7/4136_1.html
14. *Самойлов Д.* Дом-музей / Режим доступу: <http://samoilov.ouc.ru/dom-muzej.html>
15. *Свердлов М.* Битвы за классику // *Вопросы литературы.* – 2009. – № 4. – Режим доступу до журн.: <http://magazines.russ.ru/voplit/2009/4/sv10.html>
16. *Тасбулатова Д.* Ай да сукин сын! // *Итоги.* – 2006. – № 48 / 546. – Режим доступу до журн.: <http://www.itogi.ru/archive/2006/48/31704.html>
17. *Шекспір В.* “Дванадцята ніч, або Як собі хочете” / Пер. Максима Рильського // *Шекспір В.* Комедії і трагікомедії. – Харків: Фоліо, 2004. – 258 с.
18. *A Word or Two With Julian Barnes* / Режим доступу: <http://julianbarnes.blogspot.com/2006/08/word-or-two-with-julian-barnes.html>
19. *Beeton S.* Film-induced Tourism / Sue Beeton. – Clevedon, UK; Buffalo, NY: Channel View Publications, 2005. – 270 p.
20. *Burger S.* Cień wiatru. Przewodnik po Barcelonie / Sabine Burger, Nelleke Geel, Alexander Schwarcz, współpraca Carlos Ruiz Zafón; [tłum. Kinga Jelińska, Tim Manders Jelinska]. – Warszawa: Wydawnictwo Literackie MUZA SA, 2006. – 104 s.
21. *Dasgupta D.* Tourism Marketing. – New Delhi: Pearson Education, 2010. – 280 p.
22. *Dickens World.* – Режим доступу: <http://www.dickensworld.co.uk/index.php>
23. *Griffiths A.* Media Technology and Museum Display: A Century of Accommodation. – Режим доступу: <http://web.mit.edu/comm-forum/papers/griffiths.html>
24. *Handbook of Material Culture* / Ed. by Christopher Tilley, Webb Keane, Susanne Kübler, Michael Rowlands and Patricia Spyer. – London; Thousand Oaks; New Delhi; Singapore: SAGE Publications, 2006. – 556 p.
25. *Jenks C.* Death of Modern Architecture // *From Modernism to Postmodernism: An Anthology* / Ed. by Lawrence E. Cahoon. – Malden, Mass; Oxford: Blackwell Publishing, 2003. – P. 457-464.
26. *Key Concepts in Tourist Studies* / Melanie Smith, Nicola MacLeod, Margaret Hart Robertson. – London; Thousand Oaks; New Delhi; Singapore: SAGE Publications, 2009. – 216 p.
27. *Kłosowska A.* Homogenizacja // *Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów* / Wstęp i red. Andrzej Mencwel. – Warszawa: WUW, 2001. – S. 499-511.
28. *Kowalczyk J. R.* Szkoda Moliera do kabaretu // *Rzeczpospolita* 12 czerwca 2006. – Режим доступу: <http://www.cn.com.ua/N215/culture/theatre/theatre.html> або http://new-arch.rp.pl/artyku/620904_Szkoda_Moliera_do_kabaretu.html
29. *Literary Routes of Spain* / Carmen Bravo-Villasante, Rubén Caba, Julio Caro Baroja and others. – Madrid: Aguilar, 1990. – 539 p.
30. *Porter S.* Walking in Carlos Ruiz Zafón's Barcelona. – Режим доступу до статті: http://www.threemonkeysonline.com/als/barcelona_ruiz_zafon_shadow_wind.html
31. *Simon N.* The Participatory Museum. – Режим доступу: <http://www.participatorymuseum.org/read/>
32. *Simon N.* The Participatory Museum. – Режим доступу: <http://www.participatorymuseum.org/preface/>
33. *Stratford4Weddings.* – Режим доступу: <http://www.stratford4weddings.co.uk>
34. *Watson N. J.* The Literary Tourist: Readers and Places in Romantic and Victorian Britain. – Basingstoke [England]; New York: Palgrave Macmillan, 2006. – 244 p.
35. *Zafón C. R.* Cień wiatru / Tłum. Beata Fabjańska-Potarczuk, Carlos Marrodán Casas. – Warszawa: Wydawnictwo Literackie MUZA SA, 2005. – 520 s.

Отримано 10 серпня 2012 р.

М. Куїв