

ӘДЕБИЕТ ТЕОРИЯСЫ: АНТОЛОГИЯ, IV

Голливуд әлемі





Мақсаты: Франко Мореттидің «Голливуд әлемі» мақаласымен, ондағы Голливуд киносының танымал жанрларына және әдістемесіне жасалған талдаумен танысу.

Тірек сөздер: Голливуд, кино, боевик, драма, комедия.

Джулия Ривкин мен Майкл Райанның «Әдебиет теориясы» антологиясындағы Франко Мореттидің «Голливуд әлемі» атты мақаласын қарастырамыз. Бұл тақырып тыңдармандардың көп бөлігінің қызуғушылығын танытуы мүмкін. Себебі голливуд киносының баршаға танымал жанрларын талдауға деген сұраныс артып келеді.

Франко Моретти Стэнфорд университетінің романист-ғалымы, профессор сандық тәсілдер жаһандық мәдениеттің аспектілерін барынша талдауға септігін тигізетінін жазады. Мәселен, голливуд фильмдері әлем бойынша қалай қабылданатынын анықтауға болады. Кейбір фильмдер, Ф. Мореттидің айтуынша, белгілі бір географиялық аймақтарда «жақсы атысады», басқа аймақтарда – ондай қасиеті байқалмайды.

Біршама уақыт бұрын, Ф. Мореттидің сөзінше, XIX ғасырдың әдеби нарығындағы мәселелермен жұмыс жасай отырып, ол британ және француз романдарының еуропалық мәдениетті реттеуге қаншалықты ықпал ететініне таңғалған: мыңдаған адамдар бір кітапты бір рет қана емес, бірнеше рет қайталап оқып отырады. Ф. Моретти осы мақсатта кішігірім эксперимент жүргізеді: ол бір журналда жарияланған жазбаларды саралап, 1986–1995 жылдар аралығында ең жиі көрілген американ фильмдерін анықтайды, содан кейін американдық емес нарықтағы Голливуд киноөндірісінің жаһандық таралуын бағалайды.

«Variety International», «Screen International» т.б. аналогиялық жылнамалар біркелкі болмай шықты. Сондықтан Ф. Моретти Голливуд киноөндірісінің таралуын анықтау үшін карта жасап шығармақ болады. Сөйтіп 46 елдің ішінен 25 елдегі Голливудтың ықпалы біркелкі еместігін анықтады: Африкада, сол сияқты кейбір азиаттық және латынамерикан елдерінде Голливуд ешқандай ықпал етпеген. Қарап тұрсақ, алшақтық үлкен. Алайда кейбір елдерде белгілі бір заңдылық байқалғанын Ф. Моретти 2001 жылы жариялаған мақаласында сөз етеді.

Карталарда фильмдер жанрларға қарай жіктеліп берілген. Ф. Моретти өзін бірінші топқа жатқызады. Егер бейнедүкенге кірсеңіз, киноның жанрлары көзге айқын көрініп тұрады: комедия, фильм-нуар, ғылыми фантастика т.б. Мұндағы жіктеу ұстанымы схоластикалық сипатта.

Категорияларға жіктеу үшін Ф. Моретти бейнедүкендердің белгілі бір секциясын пайдаланады. Ол Гринвич-Виллиджгені жекеменшік дүкенді, блокбастерлер дүкенін, «Жанды өнерлерге арналған театр» каталогын таңдап алып, категорияларды төрт ірі топқа жіктейді (Боевиктер, Комедия, Балаларға арналған фильмдер, Драмалар).

I Американдық фильмдер

Голливудтың күші мынадай сипатта: американ фильмдері 24 елде соңғы онжылдықта 75-тен 90 пайызға дейінгі аралықты құраған; 13 елде пайыздық көрсеткіш 90 пайызға көтерілген; 5 елде 100 пайызға көтерілген. Бір жыл бойы Берлинде тұрып, Ф. Моретти бір аптада көрсетілген хит фильмдерді тексеріп шығады. Сонда бір апта бойында кем дегенде 9 фильм хит болған. «Кино туралы сөз еткенде», – деп жазады бразилиялық авангард-режиссер Глаубер Роша: 1960 жылдары, – әдетте, американ киносын нысанаға алады... «Голливудтың шеңберінен тыс жерлерде жасалған кинолардың өзі Голливудтан басталады». Бұл оймен Ф. Моретти де келіседі.

Алдымен, Голливуд фильмдері кедергілерге тап болатын елдер туралы сөз етіп көрелік. Швеция мен Дания – Скандинавия елдері болып табылады. Лейвой Йонсеннің диссертациясындағы ақпараттарға сүйенсек, дат, швед, исланд және фарер романдары көбірек экранизацияланған. Чехия Республикасы, Сербия, Болгария – шығыс-еуропалық мұзтаудың шыңы болып тұр: Чехия Республикасында американ фильмдері 1989 жылға дейін қомақты кассалық қаржының 30 пайызын жинаса, одан кейінгі жылдары 76 пайызға көтерілген. Дәл осыған ұқсас жағдай Словакия мен Польшада (Эстония, Румыния, Словения т.б. елдерде) де байқалады.

Ендігі кезекте Франция туралы сөз етейік. Мұнда жағдай өзгеше. Париж – XIX ғасырдың Голливуды болды. Мұнда француз романдары белсенді оқылды, тіпті экранизацияланды.



Сондықтан болса керек, Голливудты Франция жақтыра бермейді, символикалық гегемониядан ешкім бас тартқысы келмейді. Франция өзінің нарығын қалай қорғауды біледі, сонда да оның Голливудпен бәсекелестігіне ешкім күмән келтірмейді. 1986–1995 жылдар аралығында тек төрт американдық емес фильмдер халықаралық жетістікке жеткен: «Ванда есімді балық», «Төрт үйлену тойы және бір жерлеу рәсімі», «Қолтырауын Данди», «Соңғы император»: екі британдық комедия, австралиялық комедия, американдық-итальяндық мелодрама. Осы фильмдердің ешбірі француздық болмаған.

II Боевиктер

Скандинавия, Шығыс Еуропа, Франция – Голливудтың гегемониясына қауіп төндірмейтін шағын жүйелер. Голливудтың нағыз бәсекелесі – Азияда: Гонконгте. Ф. Моретти гегемонияға үміткер басқа елді таппағанын айтады. Соңғы онжылдықта «Юра дәуіріндегі саябақ», «Жылдамдық» фильмдері ғана Гонконгтің тізіміне енген; қалған хиттер тек жергілікті фильмдер болатын. Гонконг аймақтық территорияларға ықпал етеді: Малайзия, Тайвань, Тайланд, Пакистан, Бангладеш, Қытай.

Әрине, Гонконгтық киноиндустрияның болашағы айқын емес: Қытай Халық республикасының араласуынан алға баспауы да мүмкін, немесе керісінше: одан да ірі нарық өндіріс мен ойлап табушылыққа бастама болуы ықтимал. Десек те, соңғы жылдары (Брюс Лиден Джеки Чанға дейін) Гонконг фильмдері Голливудтың экспорттық өніміне күшті ықпал еткен: боевиктер, шытырман оқиғалар.

Боевик – АҚШ ішінде ғана емес, оның территориясын тыс аймақтарда (Еуропа елдері) ең биік жетістіктерге жеткен жанр. Оңтүстік-шығыс Азия боевик жанрындағы фильмдерді ең көп тұтынатын аймақ саналады: пайызға шаққанда былайша көрініс берген: Сингапур – 50%, Оңтүстік Корея – 55%, Индонезия – 65%, Тайвань мен Тайланд – 67%, Малайзия – 80%. Мұндай көрініс мәдени географияның константын анықтайды: қызықты оқиғалар басқа жанрларға қарағанда, кеңірек таралады. Араб және үнді ертегілері Жерорта теңізінен асып, еуропалық баяндауды өзгерткен жарты ғасырдан астам уақыт ішінде боевиктердің рөлі төмен болғаны рас. Қызықты оқиғаларға толы фильмдер кең таралуының себебі – тілге байланысты емес. Баяндау мәтінінде стиль мен сюжет дискретті қабаттар болып табылады, ал олар әдетте сөзбе-сөз аударыла алады. (Бір кездері теоретиктер баяндауға байланысты былай деуші еді: «кез келген романды алып, аударып, балетке айналдырып жіберуге болады», әсіресе, гонконг фильмдерін). Сюжеттік желілер қазіргі таңда біршама жеңілдеп кеткен, керек болса сөздің орнын қалыпты шумен (жарылыс, жол апаты, атыс, шабыс, айқай) алмастырып жіберуге болатын болды. Тілдің орнына ым-ишарат т.б. белгілерді қолдану фильмдердің халықаралық деңгейде таралуын жеңілдетті. 1920-жылдардың өзінде-ақ американ фильмдері әлемдік гегемонияға ие болған еді, басқа киноиндустриядан ерекшелігі – бірінші болып дауысты ойлап табуы еді. Боевиктерде тілді (сөзді) қолданудан бас тарту – кино әлеміндегі ең қуатты төңкеріс деп айтуға болады.

III Комедиялар

АҚШ-та 20% кассалық қаржыны комедия жинайды. Бірақ комедия басқа елдерде, мәселен Шығыс Азияда, Жерорта теңізі елдерінде соншалықты қомақты қаржы жинай бермейді. Керісінше, голливудтық комедиялар жоғары сұранысқа ие болған жерлердің өзінде АҚШ-пен салыстырғанда, көрсеткіш әлдеқайда төмен.

Мәдени географияның тағы бір ережесі: комедиялар аса жоғары деңгейде тарала бермейді. XIX ғасырдағы Францияда кең таралған комедиялық роман француз романының басқа жанрларымен салыстырғанда, Еуропада аса кең тарала қоймады. Мұндай инерцияның басты себебі – тіл болуы мүмкін: себебі комедиядағы қалжың мен басқа да компоненттер белгілеуші мен белгіленуші арасындағы қысқа көріністерге байланысты, оларды аудару қиынға соқпайды – көптеген комедиялық фильмдер дыбыс шыққанға дейін-ақ жоғары сұранысқа ие болуы



сондықтан. Сол сияқты, комедияның таралуының бір себебі – күлкі. Күлкі қалжыңға емес, көбінесе жасырын подтекске байланысты туындайды. Подтекстің мәні белгілі бір халықтың мәдени тарихында жатыр. Егер подтекст көрерменнің белгілі бір мәдениетке қатысты болмауына байланысты жасырын тұрса, онда күлкі үшін қажетті автоматты компонент те жойылады. Айта кететін жайт – әдетте, біз ұлттық рухымызды танымал тақырыптармен және бейнелермен байланыстырамыз (белгісіз солдаттар, күл-паршасы шыққан тулар, ұрыс майданы, құрбандар т.б.). Бірақ бізді күлдіретіні – көзге еріксіз жас әкелетін дүниелер секілді қарапайым құндылықтар болуы мүмкін. Танымал әрі құрметтеуге тұрткі болатын тақырыптар барлық мәдениетте кездеседі, бірақ күлкі тудыратын тақырыптар – әрқилы және өзгермелі болады. Біз «Анна Каренинаны» экранда басқаша жеткізуіміз мүмкін: ондағы қайғылы сәттерде бүкіл ұлттар бірігіп, бір-бірін түсінері хақ. Алайда орыстар үшін күлкілі болған жайттар басқа ұлттардың күлкісін тудырмауы мүмкін екені де хақ.

Голливуд комедиялары – американ фильмдері болғаны үшін халықаралық деңгейде сұранысқа ие болып отырған жоқ, оларда күлкі тудыратын дүниелерді кез келген ұлт түсінетін болғандықтан, бразилиялық, финдік т.б. комедиялардан жоғары болып тұр. Италияда соңғы онжылдықта шығарылған фильмдердің барлығы дерлік ұлттық деңгейдегі комедиялар болған екен (мәселен, «Өмір тамаша» фильмін алып қараңыз).

60 жылдардан бастау алған комедияға деген бетбұрыс әлі күнге тоқтаған жоқ. М. Форетти комедияның табиғаты туралы былай деп топшылайды: комедия – мәдениеттің бейнесі, бірақ әлемде өзіндік орнын дұрыс бағамдай алмаған.

IV Балаларға арналған фильмдер

Келесі карта – балаларға арналған фильмдер. АҚШ-та олар кассалық қаржының 25% жинап отырады. Кейбір елдерде балаларға арналған фильмдер қомақты қаржы жинаса, кейбір елдерде мүлдем сұранысқа ие болмайды. Америкада кассалық қаржы жинаған фильмдердің әрбір төртіншісі – балаларға арналған фильмдер ме? Бұған Ф. Моретти күмәнмен қарап, өзінің балалық шағындағы жылдарға статистика жүргізіп (1955, 1956, 1957 жж.), есінде көптеген фильмдер қалғанын айтады: шындығында, бұл жылдары Америкада балаларға арналған фильмдер көптеп түсірілген екен. Рождество мейрамы қарсаңында көрсетілетін мультфильмдер бірнеше апта бойы, бірнеше жерлерде жоғары сұранысқа ие болатын. (Ғалым бірнеше жерде деп айтып отыр, себебі сол жылдары американ нарығы әлсіз дамыған, көрсетілім орындары әр қалада әртүрлі болған екен). 50 жылдардың ортасында балаларға арналған «Variety» жиырмалығында бірінші орынға шыққан бірде-бір балаларға арналған фильм болмаған екен («20 000 лье су астында», «80 күн ішінде жер шарын айналуды» фильмдерін басқа: екі фильм де XIX ғасырдағы француз романдарының желісімен түсірілген).

Бүгінгі үздік жиырмалыққа әдетте төрт-бес балаларға арналған фильмдер кіреді. Оның себебін Ф. Моретти ақшада деп түсіндіреді. Бұл фильмдердің табысқа жетуінің негізгі себебі сол – балалардың көңіл көтеруіне көп ақша жұмсалатындығында. Балаларға арналған фильмдердің сұранысқа ие болу көрсеткіші Египет, Пуэрто-Рико немесе Сингапурда төмендеу болған. Нью-Йорк бейне дүкендеріне студенттерімен бірге барған Ф. Моретти Бронкс пен Гарлемдегі балаларға арналған фильмдердің 3-8%, Жоғары Вест-Сайд пен Жоғары Ист-сайд дүкендерінде 9-10% ғана болғанын анықтаған. Бұның өзі жоғарыдағы елдермен салыстырғанда үш есе көп.

Балаларға арналған фильмдер – дұрыс емес анықтама: себебі мұнда аудитория айтылып тұр, фильмнің жанры емес. Балалар әдетте, киноға өздері бармайды, олармен міндетті түрде ересектер еріп жүреді. Сонда бір түсінбеушілік туындайтын сияқты: фильм кімге арналуы керек – ересектерге ме, балаларға ма?

Осы мәселе туындағанда, яғни 50 жылдары ертегілер (кішкентайлар үшін: «Күлбике қыз», «Ақша қар жүзді қыз», «Қиял» т.б.) немесе Жюль Верн романдарының экранизациясы деп жариялау туралы ұсыныстар туындайды. Бүгінде бұл формалар гибридтеліп, әрі балаларға, әрі ересектерге ұнап, нәтижесінде «Қоян Рождерді сатып кеткен кім?», «Өткен шаққа саяхат», «Жұлдыздар соғысы», «Индиана Джонс» секілді фильмдер шықты. Бұл фильмдердің атасы –



Стивен Спилберг (Бенинье – көкесі: «Өмір тамаша» фильмі (ересектеп кішкентай балаларының Освенцим туралы білгенін қаласа, осы фильмді көрсетуге құмар).

Стивен Спилберг фильмдері тек балаларға арналмайды, оған ересектер де асқан қызығушылықпен еніп кетеді («Азу», «Жақын кездесу», «Индиана Джонс және тағдыр ғибадатханасы», «Юра дәуірінің саябағы» т.б.). Спилберг фильмдерінде күрделілік жоқ, ол Достоевский мен Брехт секілді фигураларды түсінбейді, қиялға берілгенді ұнатады.

V Шытырман оқиғалы фильмдер мен драмалар

Американ комедиялары кез келген территорияға тарала бермейді, балаларға арналған фильмдер тек бай аудандарда көрсетіледі, боевиктер – Оңтүстік-Шығыс Азияның сүйікті жанры болды... Әрбір жанрдың өзінің сүйікті кеңістігі, таралу заңдылығы болады. Егер бүкіл фильмдер әлем бойынша бірдей деңгейде тарала берсе, Ф. Моретти картасында мән болмас еді. Әлемнің әрбір аймағы – мәдени экожүйе болып табылады, ол белгілі бір жанрды сұрайды, белгілі бір жанрды қаламауға құқылы. Балаларға арналған фильмдер мен боевиктерді картаға орналастырып тұрып, Ф. Моретти олардың біреуі күшті, екіншісі әлсіз екенін байқайды: Колумбия, Ямайка, Марокко, Таиланд, Малайзия, Индонезия мен Оңтүстік Корея – боевиктерге деген сұранысы жоғары, балаларға арналған фильмдерді қалай бермейтін елдер қатарында. Сол сияқты 5-картада боевиктерге сұранысы төмен, балаларға арналған фильмдерді ұнататын елдердің тізімін көрсеттік: жеті Еуропалық елдер (Португалия, Испания, Швейцария, Австрия, Бельгия, Люксембург және Норвегия).

Драма – Ф. Моретти дұрыс анықталмаған жанр деп есептейді. Драма – барлық жанрларды біріктіріп тұрған паспорт секілді. Бірақ драманың тамаша бір қасиеті бар: драмада театрландырылған компонент көп. Сондықтан болар, драманы Еуропада, театр – әлі күнге мәдени орын деп саналатын елде, жақсы көреді. Театрдағы секілді драмалар тілге және оның күрделі мәселелеріне негізделген: «Форрест Гамп», «Елес», «Жаңбыр адамы», «Қасқырлармен би» т.б.

Мұнда біз мәдени географияның дарвинистік жағын көріп тұрмыз: кеңістік үшін күресетін формалар. Олар нарықтың шектеулі қоры үшін күресуде: егер біреуі кеңістікте өз орнын лайықты иемдене алса, басқа формалар көптеген кедергілерге тап болады.

VI Қорытынды

XIX ғасырда ағылшын-француз романдарының еуропалық таралуы үдерісі белең алса, XX ғасырда – американ фильмдері ғаламшарлық деңгейде тарала бастады. Орталықтандырылған әлемдік нарыққа деген реакция деңгейі қандай? «Голливудтың шеңберінен тыс жерлерде жасалған кинолардың өзі Голливудтан басталады», – дейді Глаубер Роша. Бірақ фильмдердің барлығы Голливудта аяқталуы керек пе?

Бразилиялық романдар туралы еңбегінде Роберто Шварц астаналық үлгілердің ықпал ету күші жоғары екенін жазады. Қазіргі заманғы жапон романдарын зерттеген Масао Миёсио оларды «мүмкін болмаған бағдармала» деп бағалайды. Шетелдік романдардың импорты – барлық адамдар шетелдік кітаптарды жаппай оқи береді дегенді білдірмейді, жергілікті жазушылар романдарын қалай жазу керектігін білмейтіндігін дәлелдейді. Нарықтың күші – сұраныс пен өндіруде: олар романның формасына ықпал етіп, оны не алға жетелеп, табысты етеді, не артқа сүйреп, қажетсіз етеді.

Бразилиялық романдардың «композициялық ауытқушылықтарын» Машаду де Ассис керемет баяндау стиліне айналдырып жіберген. Батыс Еуропаның символикалық күші парадигманы айтарлықтай алға жылжитты, мәселен орыс романдары немесе латын-американдық магиялық реализм секілді.

Ал кинода ше? Мұнда экономикалық шектеулерді ескерсек, қарқындылықтың бағытын өзгерту қиынырақ болары сөзсіз. Кино тарихы мен қазіргі жай-күйіне талдау жасасақ, көптеген сұрақтарға жауап ала аламыз. Талдау тәсілі – Кристофер Прендергасттың, Паскаль Казановтың



«Әдебиеттің әлемдік республикасы» атты кітабына жасаған шолуында: мәдениеттің әлемдік жүйесін түсіну үшін оны тек сипаттау қажет деп көрсеткені секілді, сипаттау тәсілін алуға болады. Ф. Моретти сипаттау тәсілін қолдануды дұрыс санайды. Сөйтіп көптеген режиссерлердің шығармашылығын немесе кино жанрларын зерттеу барысында өзі де осы тәсілді пайдаланып, сандық мәліметтерге талдау жасайды. Ақиқат – көзге көрінбейтін шағын дүниелерде.

Тақырыпты бекітуге арналған сұрақтар

1. Американ киносының 1920-жылдары және Гонконг боевиктерінің 1980–1990 жылдар арасында қарқынды таралуына не ықпал етті?
2. Фильмнің танымал болуы оның жанрлық табиғатына септігін тигізе ме?
3. Көрермендердің ұлттық мәдени мүдделері кино жанрын таңдауда қаншалықты көрініс тапқан?

Әдебиеттер

1. Moretti Franco. Conjectures on World Literature. NLR 1. – 2000. – Jan-Feb.
2. Negotiating World Literature. NLR 8. – 2001. – March-April.