Patrycja Włodek

Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie
Katedra Mediów i Badań Kulturowych

Beletryzacje, czyli czemu „wszystkie filmy prowadzą nas do sklepu z zabawkami”?

Adaptacja to jeden z najbardziej podstawowych terminów filmoznawczych, a samo zjawisko zajmowało zarówno twórców, jak i teoretyków kina od początków istnienia kinematografii. Najczęściej – także intuicyjnie – adaptacja kojarzona jest z przenoszeniem na ekran literatury pięknej, od tego też zazwyczaj rozpoczynają się wszystkie próby definiowania tego pojęcia. Także dlatego, że udział takich produkcji w rynku filmowym jest stosunkowo znaczny i przeważnie budzi wielkie emocje – nie tylko wśród fanów danej książki, choć na te oczywiście najłatwiej się natknąć. Rozważania o wyższości literackich oryginałów nad ich kinowymi wersjami – bądź na odwrót – podobnie jak o kategoriach „filmowości” i „niefilmowości”, na stałe wpisały się w kanon pisania o adaptacjach, przynajmniej częściowo ograniczając zresztą rozwój badań nad tym zagadnieniem. Wystarczy wspomnieć, że w najnowszych teoriach adaptacji – np. Roberta Stama¹ bądź Christine Geraghty² – nie poświęca się im uwagi, przyjmując zupełnie inną optykę, niewartościującą, a w dużej mierze wręcz zrównującą istotność „oryginałów” (hipotekstów; kategoria ta ulega tu rozszerzeniu) i adaptacji (hipertekstów), także kolejnych. Sprawia to, że obszar badań rozszerza się z prostej relacji książka – film, na taką, która obejmuje także inne adaptacje – przy czym poszczególne filmy mogą stanowić hipotekst na równi z pierwowzorem literackim. Jest to proces współgrający z powiększeniem pola znaczeniowego samego pojęcia adaptacji, które – również potocznie – przestaje odnosić się tylko do literatury, a powraca do swego najbardziej podstawowego i dosłownego rozumienia.

¹ R. Stam, *Beyond Fidelity: The Dialogics of Adaptation*, [w:] *Film Adaptation*, ed. J. Naremore, New Brunswick 2000, s. 54–79

² Ch. Geraghty, *Now a Major Motion Picture. Film Adaptations of Literature and Drama*, New York, 2008.

Globalne Hollywood

Jak piszą Alicja Helman i Andrzej Pitrus: „Adaptować w najszerszym, podstawowym tego słowa znaczeniu oznacza tyle co: przerabiać, dostosowywać do nowych potrzeb, do nowego użytku”³, a także to warunków i możliwości innego medium. Powrót do prymarnego rozumienia tego terminu wydaje się szczególnie adekwatny w stosunku do dominującego współcześnie typu kultury popularnej, w której funkcjonuje kino (nie tylko zresztą głównego nurtu). To model seryjny, którego przejawem jest przekonanie, że coś, co się już sprawdziło – film, raz wypromowany i sprzedany z sukcesem, może przynosić dalsze zyski. Jak stwierdza bowiem Marcin Adamczak: „robienie filmów jest zawsze próbą powrotu do przeszłości i odnalezienia czarodziejskiej różdżki, która niegdyś zdolna była wyczarować cuda”⁴. Model ten opiera się zatem na seriach i kontynuacjach – produkcjach zwanych *sequelami*, *prequelami* etc. – i nadaje szczególnej ważności pojęciu uniwersum, które w popkulturze odnosi się do szeroko rozumianego świata przedstawionego. Specyfika tego terminu w tym wypadku polega na tym, że ów świat przedstawiony – wszechświat – nie ogranicza się do pojedynczego utworu, takiego jak jeden film bądź jedna książka, ale wykracza dalej, obejmując w rzeczywistości wiele światów, bohaterów oraz całą gamę produktów popkultury, wliczając w to komiksy, gry komputerowe, książki etc. Każdy z nich stanowi równie istotny punkt odniesienia dla całości. Uniwersum jest też kluczowym elementem taktyki sprzedaży „medialnej marki”, na której oparty jest współczesny model produkcji hollywoodzkiej⁵.

Adaptować można zatem nie tylko literaturę, ale też inne filmy – jak to się dzieje w wypadku *remake’ów* i *rebootów* – komiksy i powieści graficzne, gry, a nawet zabawki, choć tu słowo adaptacja należałoby zapewne ująć jednak w cudzysłów bądź zastąpić je bardziej opisowym określeniem: obudowywanie popularnego gadżetu fabułą (jak w wypadku serii filmów o Transformersach [2007–2014, reż. Michael Bay⁶] bądź *Lego: Przygoda [Lego: The Movie, 2014, reż. Phil Lord, Christopher Miller]*)⁷. Cytowane

³ A. Helman, A. Pitrus, *Podstawy wiedzy o filmie*, Gdańsk 2008, s. 153.

⁴ M. Adamczak, *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*, Gdańsk 2010, s. 44.

⁵ A. Lewicki, *Od House’a do Shrecka. Seryjność w kulturze popularnej*, Wrocław 2011, s. 33.

⁶ *Transformers* (2007), *Transformers: Zemsta upadłych* (*Transformers: Revenge of the Fallen*, 2009), *Transformers 3* (*Transformers: Dark of the Moon*, 2009), *Transformers: Wiek zagłady* (*Transformers: Age of Extinction*, 2014).

⁷ Najnowszą odsłoną tego zjawiska jest uczynienie postacią filmu bohatera znanego mema, czyli Grumpy Cat (*Grumpy Cat’s Worst Christmas Ever*, reż. Tim Hill, Jeff Morris, 2014).

w tytule zdanie wygłoszone przez Aidę Hozic, a przytaczane przez Marcina Adamczyka – „wszystkie filmy prowadzą nas do sklepu z zabawkami”⁸ – staje się więc tym trafniejsze.

Seryjność była obecna w kinie niemal od samego początku (przywołać można np. francuskie serie z okresu kina niemego, takie jak przygody Nicka Cartera bądź Fantomasa), przynosząc znaczne sukcesy komercyjne także w Hollywood lat trzydziestych i czterdziestych (popularni byli wówczas bohaterowie serii kryminalnych, tacy jak pan Moto, Michael Shayne bądź Charlie Chan). Najlepiej sprawdziła się niewątpliwie w wypadku kolejnych filmów o Jamesie Bondzie, jednak jako dominujący model produkcji zaistniała przede wszystkim w latach osiemdziesiątych XX wieku. Kilka lat wcześniej premierę miał film uznawany za pierwszy wykreowany przez studio hit – *blockbuster* – czyli *Szczęki* (*Jaws*, 1975, reż. Steven Spielberg); narodziło się też zjawisko zwane w Polsce Kinem Nowej Przygody zapoczątkowane *Gwiezdnymi wojnami* (1977, reż. George Lucasa) oraz *Bliskimi spotkaniami trzeciego stopnia* (1977, reż. Stevena Spielberga), a wkrótce potem przypieczętowane sukcesem filmu *Indiana Jones i poszukiwacze zaginionej arki* (*Raiders of the Los Ark*, 1981, reż. Steven Spielberg). Gigantyczny sukces *Gwiezdných wojen* nie był jeszcze wynikiem starannego planowania i – na tamtym etapie – bynajmniej nie wpisywał się w ekonomiczny model produkcji (szefowie wielkich wytwórni w ogóle nie widzieli w projekcie potencjału komercyjnego – United Artists i Universal go odrzuciły, zaryzykowało dopiero studio 20th Century Fox, a i to dopiero gdy George Lucas zgodził się na obniżenie gaży⁹). Kolejne filmy zaliczane do tego nurtu najczęściej były już jednak realizowane według określonego wzorca. Przejawiało się to przede wszystkim w precyzyjnym projekcie, zarówno wewnątrztekstowym (np. widowiskowość wpisana w akcję, atrakcyjne, egzotyczne lokalizacje, sięganie po znane konwencje i natychmiast rozpoznawalne toposy kulturowe), jak i dotyczącym „otoczenia” filmowego produktu. W tym drugim wypadku chodzi m.in. o rozbudowane kampanie reklamowe i wielką liczbę wprowadzanych na ekrany kopii.

Skutkiem tych (i wielu innych) działań było ostateczne przekształcenie modelu produkcji w – by zastosować określenie Marcina Adamczaka – „globalne Hollywood”¹⁰, którego istotnym elementem jest wspomniana już seryjność/otwartość. Polega ona z jednej strony na rozszerzaniu światów przedstawionych bądź modyfikacji znanych fabuł w taki sposób, by jakaś forma kontynuacji zawsze była możliwa (dobrze widać to na przykładzie

⁸ M. Adamczak, *Globalne Hollywood...*, s. 68.

⁹ Lucas zgodził się obniżyć swoją gażę w zamian za prawa autorskie, na czym zrobił dużo lepszy interes, antycypując zarazem kierunek, w jakim rozwinął się przemysł filmowy.

¹⁰ Tamże.

współczesnego podejścia do adaptacji baśni, gdzie słynne słowa „żyli długo i szczęśliwie”, jako niepozwalające na ciąg dalszy, tracą rację bytu¹¹), z drugiej – na synergii i transmedialności. W uproszczeniu oznacza to wzmocnione szeroką kampanią reklamową wprowadzanie w momencie premiery filmu szeregu innych produktów, np. gier komputerowych/planszowych, komiksów, ścieżek dźwiękowych, gadżetów, z których każdy „żyje” własnym rynkowym życiem. W takim modelu kinematografii – opierającym się na wielu komercyjnych strategiach, których podstawą jest przede wszystkim właśnie *merchandising* (handel prawami autorskimi) – zmianie ulega też znaczenie poszczególnych wytworów kultury i popkultury.

Jednym z naturalnych, choć niekoniecznie najbardziej dochodowych, elementów tego modelu jest książka, a szerzej literatura. Już w wypadku współczesnych adaptacji prozy zauważalne jest jej silne wpisanie w model handlowy (co oczywiście nie ma automatycznego przełożenia na jakość powstających filmów). Z jednej strony obejmuje on sięganie po serie wydawnicze, zwłaszcza takie, które stały się wielkimi międzynarodowymi bestsellerami bądź mają taki potencjał¹² (siedem powieści o Harrym Potterze Joanne K. Rowling, trylogia *Igrzyska śmierci* Suzanne Collins, saga *Zmierzch* Stephanie Meyer, trylogia *Gray’a* E. L. James) oraz ciągle powroty do oryginałów, czyli ponowne adaptacje. Z drugiej zaś strony zaczyna być zauważalna koncentracja, zarówno w procesie promocyjnym (np. wznowienia powieści w czasie premiery z filmowymi okładkami), jak i adaptacyjnym, raczej na aspekcie ekonomicznym niż zawartości treściowej oraz dostosowanie danego tekstu literackiego do obowiązującego modelu. Dziś już niemal każde pokolenie ma „swoją” filmową wersję *Romea i Julii* Szekspira, *Anny Kareniny* Tolstoja, *Dumy i uprzedzenia* Jane Austen i wielu innych klasyków. Równie dobrym przykładem jest dzielenie poszczególnych powieści z serii na dwa scenariusze (tak zrealizowano ostatnią część przygód Harry’ego Pottera – *Harry Potter i insygnia śmierci* I i II [2010, 2011, reż. David Yates] oraz trzecią część *Igrzysk śmierci* – *Igrzyska śmierci. Kosogłos* I i II [2014, 2015, reż. Francis Lawrence]). Kolejnym – adaptacja krótkiej powieści Tolkiena *Hobbit, czyli tam i z powrotem*. W produkcji – i wbrew dużo skromniejszemu materiałowi – została ona bowiem zamieniona na trylogię reżyserowaną przez Petera Jacksona¹³. Zabieg ten

¹¹ Dobrymi przykładami takich zabiegów są serial *Dawno, dawno temu* (*Once Upon a Time*, 2011–2016), którego fabularnym punktem wyjścia jest „zawieszenie” wszystkich baśniowych szczęśliwych zakończeń, oraz film *Królowna Śnieżka i Łowca* (*Snow White and the Huntsman*, 2012, reż. Rupert Sanders), w którym finał baśni zmieniono tak, aby mogła powstać kontynuacja (*Łowca* [*The Huntsman*, 2016, reż. Frank Darabont]).

¹² Prawa do wielu powieści są kupowane przez wytwórnie jeszcze przed publikacją.

¹³ *Hobbit: Niezwykła podróż* (*The Hobbit: An Unexpected Journey*, 2012), *Hobbit: Pustkowia Smauga* (*The Hobbit: The Desolation of Smaug*, 2013), *Hobbit: Bitwa Pięciu Armii* (*The Hobbit: The Battle of the Five Armies*, 2014).

można oczywiście próbować wyjaśniać zainteresowaniem Jacksona – twórcy trylogii *Władca pierścieni*¹⁴ – twórczością Tolkienu (w fabułę *Hobbita* wpleciono wątki z innych dzieł pisarza, np. *Silmarillionu*), jednak „rynkowa” interpretacja tego zabiegu z pewnością jest celniejsza i wpisuje się w bieżące trendy kulturowe. Często jest także tworzenie filmowych *sequeli* i *prequelu* klasyki literackiej, na co wskazują filmy: *Hook* (1991, reż. Steven Spielberg), *Alicja w krainie czarów* (*Alice in Wonderland*, 2010, reż. Tim Burton) – kontynuacje przygód dorosłych już bohaterów pierwowzorów – oraz *Pan* (2015, reż. Joe Wright) pokazujący Nibylandię sprzed przygód Piotrusia Pana znanych z powieści Barriego.

Przykładem jeszcze trafniejszym są jednak beletryzacje, które sprawiają, że brak pierwowzoru literackiego nie stanowi już żadnych przeszkód. W największym rozumieniu są to bowiem powieści napisane w oparciu o scenariusze filmowe (najczęściej ich wczesne wersje) przygotowywane tak, by ukazać się na rynku równolegle z premierą filmu. Funkcjonują jako jeden z elementów kampanii promocyjnej zasadzonej na licencjonowanej sprzedaży produktów, w tym książek, opierających się na uniwersach, postaciach i światach przedstawionych.

W reakcjach na ten rodzaj prozy często odbija się pewna bezradność krytyków, użytkowników i komentatorów – kłopot związany z tradycyjnym przywiązaniem do szczególnego statusu literatury. Jak zauważa Grady Hendrix:

[...] adaptowanie książek jest praktyką tak czcigodną i obdarzoną szacunkiem, że stworzono dla niej specjalną nagrodę Akademii. Zmienianie filmów w książki jest praktyką tak pogardzaną, że Jonathan Coe określił ją mianem „bękarciego pomiotu kina i literatury”, a dla Emmy Thompson jawi się jako „więcej niż wstrętne”¹⁵.

Takie podejście wynika zapewne z faktu, że w procesie beletryzacji nie tylko scenariusz zostaje zmieniony w prozę, ale też literatura w produkt i najczęściej niewiele więcej. Beletryzacja postrzegana z tej perspektywy brakuje więc tych wszystkich cech, które najczęściej ceni się w literaturze rozumianej jako dzieło sztuki definiowane przez artyzm i indywidualizm. Teksty te, jako oparte na zastanym materiale, są z definicji wtórne, tym bardziej że to zarazem przekład między bardzo podobnymi mediami, opartymi na słowie pisanym i względnie podobnych środkach. Równie

¹⁴ *Władca pierścieni: Drużyna Pierścienia* (*The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring*, 2001), *Władca pierścieni: Dwie wieże* (*The Lord of the Rings: The Two Towers*, 2002), *Władca pierścieni: Powrót króla* (*The Lord of the Rings: The Return of the King*, 2003).

¹⁵ G. Hendrix, *Pulp Ficton – w holdzie beletryzacji filmów*, przeł. P. Włodek, „Ekran” 2013, nr 2 (12) [tekst pierwotnie ukazał się w „Film Comment” 2011, nr 6 (47)], s. 53.

istotne okazuje się to, że tworzenie beletryzacji nie wynika z wewnętrznej potrzeby artystycznej, ale jest pochodną prawideł ekonomicznych funkcjonujących w ramach ściśle określonych przez producentów i/lub specjalistów od „urynkowienia” filmów. Podczas lektury scenariusza ich zadanie polega na „określeniu, jakie możliwości sprzedaży zabawek, gadżetów, komiksów, książek daje projektowany film”¹⁶. W tym rozumieniu prawdopodobieństwo stworzenia dzieła wartościowego jest znikome już w punkcie wyjścia, niezależnie od tego, kto jest autorem finalnego produktu (Hendrix przytacza przykład znakomitego pisarza amerykańskiego, Jima Thompsona, który pracując na zlecenie studia filmowego, musiał jednak porzucić swój charakterystyczny pisarski styl¹⁷).

Specyfika beletryzacji

Choć beletryzacje zaczęły powstawać już we wczesnych dekadach kina – równolegle z pierwszymi magazynami poświęconymi kinematografii, na łamach których były zresztą publikowane jako opowiadania – to „prawdziwa komercjalizacja i poszerzenie fikcyjnych światów”¹⁸ nastąpiły dopiero w latach sześćdziesiątych XX wieku. Wówczas na fali popularności seriali telewizyjnych, takich jak *Człowiek z U.N.C.L.E* (*Man from U.N.C.L.E*, 1964–1968), *Star Trek. Original Series* (1966–1969) bądź *Mroczne cienie* (*Dark Shadows*, 1966–1971), na półki księgarń zaczęły trafiać cykle książkowe. Od lat osiemdziesiątych po współczesność, wraz z *fan fiction* oraz powieściami *tie-in*¹⁹, były one z jednej strony wpisywane w model produkcyjny, z drugiej natomiast stawały się elementem „wyzwalania” filmowych uniwersów spod ścisłej korporacyjnej kontroli.

Często sprzyja temu sam sposób ich powstawania. Abstrahując od wad szybkiego procesu produkcji beletryzacji (najczęściej kilka tygodni), niekoniecznie korzystnie wpływającego na jakość poszczególnych książek, istotne jest to, że zazwyczaj oparte są one na wczesnych wersjach scenariuszy – po to, by były gotowe na czas premiery. Z reguły scenariusze ulegają jednak przeróbkom i poprawkom, są poszerzane, przepisywane, część wątków jest usuwana bądź modyfikowana. Oznacza to, że już w punkcie wyjścia, w momencie druku powieści i ostatecznego montażu filmu, istnieją co najmniej

¹⁶ M. Adamczak, *Globalne Hollywood...*, s. 71.

¹⁷ G. Hendrix, *Pulp Fiction...*, s. 55.

¹⁸ Tamże, s. 53.

¹⁹ *Tie-in novels* to autoryzowane, ale relatywnie niezależne od oryginałów, powieści oparte na postaciach/fabulach etc. należących do firmy wprowadzającej film/serial telewizyjny na rynek.

dwie „oficjalne” wersje tej samej historii niekoniecznie się pokrywające, zwłaszcza w szczegółach. Jak pisze Hendrix: „Wytwarza się sytuacja, w której skończony film staje się jedną z interpretacji materiału wyjściowego, a beletryzacja – zupełnie inną”²⁰. Ten element dodatkowo przyczynia się do konieczności przesunięcia akcentów w rozważaniach nad rolą beletryzacji. Sprawia on bowiem, że przyglądanie się im przez pryzmat ich literackiej jakości bądź roli w obszarze literatury staje się nieco chybione.

Strategie oporu

Jakość poszczególnych książek – beletryzacji – jest bowiem, tak naprawdę, pozbawiona większego znaczenia. Niezależnie od mechanizmu i motywacji ich powstawania, jest to zjawisko na tyle powszechne i zróżnicowane, że jego ocenianie i wartościujące rozpatrywanie, zwłaszcza *en bloc*, nie ma większego sensu i na pewno niewiele wnosi. Beletryzacje – postrzeganie zbiorczo, jako pewien rodzaj literatury wyróżniany na podstawie genezy – stanowią natomiast dobry przyczynek do mówienia o modelu produkcyjnym oraz o współczesnej kulturze seryjnej, której są częścią. Ich równie istotny aspekt to także funkcjonowanie w kulturze uczestnictwa wraz z jej subwersywnym potencjałem, choć oczywiście należy pamiętać, że czym innym są beletryzacje systemowo produkowane/zamawiane przez wielkie studia, a czym innym spontaniczna działalność fanowska.

Osadzenie beletryzacji, produktu o ściśle komercyjnym charakterze, w kontekście strategii oporu może się wydać paradoksalne. Wskazuje jednak na inną, nieco zaskakującą stronę współczesnego modelu kultury, której przejawem są zarówno zinstytucjonalizowane i produkcyjnie zuniifikowane *blockbustery*, serie etc., jak i wspomniana działalność fanowska wpisana z definicji w strategię i praktykę oporu niezależnie od jakości.

Jest to kolejne interesujące zjawisko, bowiem wielu badaczy wychodzi z założenia, że w obrębie kultury popularnej opór w ogóle nie jest możliwy. Pomijając nawet ideologiczną krytykę szkoły frankfurckiej, którą coraz trudniej zastosować do współczesnej popkultury, można się odwołać do nieco bardziej adekwatnych refleksji „opartych na przekonaniu, że idee [kontrkultury lat sześćdziesiątych XX wieku – P. W.] podatne były na kooptację przez kulturę korporacyjną”²¹. Wojciech Jerzy Burszta przywołuje przykłady takie jak hasła reklamowe pochodzące jeszcze z tamtego okresu, a nawołujące do „bycia sobą” bądź „wybrania stylu życia” oraz

²⁰ G. Hendrix, *Pulp Fiction...*, s. 54.

²¹ W. J. Burszta, *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, Warszawa 2008, s. 122.

wykorzystywanie w nich piosenek ikon nonkonformizmu²². Pisze: „amerykańska profesjonalna reklama wykorzystwała młodzieżową kontrkulturę [...], przemieniając kontestacyjną ekspresywność w użyteczne rynkowo wartości znakowe”²³, co można bez trudu zaobserwować także i dzisiaj, podobnie jak komercjalizację wszelkich kolejnych „kultur buntu”, poczynając od wspomnianych hipisów, poprzez punkowców i grungeowców, a kończąc na hipsterach partycypujących w „alternatywnej” kulturze poprzez określony styl konsumpcji.

Do pewnego stopnia podobnie było zresztą u zarania Kina Nowej Przygody. Do jego powstania pośrednio przyczynił się bowiem stosunek ruchów kontestacyjnych do kultury amerykańskiej głównego nurtu. Wzmoczona krytyka utożsamianego z oficjalną ideologią komercyjnego obiegu kultury, w tym modelu kina klasycznego, spowodowała „wyraźnie widoczny od końca lat sześćdziesiątych wzrost zainteresowania utworami do tej pory lokowanymi na marginesie produkcji literackiej, odrzucanymi jako artystyczne śmiecie”²⁴. Wśród nich były komiksy i powieści fantasy stanowiące podstawę zarówno tego nurtu, jak i modelu produkcji współcześnie fundującego globalne Hollywood. Ponieważ często przytaczaną motywacją George’a Lucasa i Stevena Spielberga było hasło „chcemy oglądać filmy takie, jakie kiedyś sami oglądaliśmy”²⁵ oraz potrzeba nostalgicznego powrotu do wrażeń z dzieciństwa, można twierdzić, że fanostwo od samego początku było wpisane w ów wzorzec. Zwłaszcza że przecież odnosiło się także (a raczej przede wszystkim) do widzów, którzy mieli chodzić do kina właśnie po to, by przywoływać wspomnienia i atmosferę dzieciństwa, „kulturowe doświadczenie pokoleń dorastających pomiędzy latami trzydziestymi i pięćdziesiątymi”²⁶ i fascynujących się popkulturą. Gdy cytowany Fredric Jameson ukuł termin „kino nostalgiczne”, posłużył się właśnie przykładem *Gwiezdnych wojen*, które jego zdaniem „przywróciły owo doświadczenie pod postacią pastiszu [...], zaspokajały głęboką [...] tęsknotę za powtórным jego przeżyciem”²⁷. Nostalgiczne wspomnienia Spielberga, Lucasa i innych twórców, a także odbiorców, z którymi ich łączyły za pośrednictwem ekranu, faktycznie już w punkcie wyjścia były wplecione w korporacyjną maszynę i komercyjne mechanizmy.

²² Tamże.

²³ Tamże, s. 124.

²⁴ J. Szyłak, *Kino Nowej Przygody – jego cechy i granice*, [w:] *Kino nowej przygody*, red. J. Szyłak, Gdańsk 2012, s. 14.

²⁵ Tamże, s. 7; *Między paranoją a science-fiction w Hollywood (Science-fiction et paranoïa. La culture de la peur aux Etats-Unis*, 2011, dir. Clara Kuperberg, Julia Kuperberg).

²⁶ F. Jameson, *Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*, przeł. P. Czapliński, [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1998, s. 198.

²⁷ Tamże.

Wydaje się jednak, że współczesna popkultura, także owym mechanizmom podporządkowana, jest jednak obszarem, na którym możliwa staje się subwersja. Jej użytkownicy wypracowali bowiem nieskończony zestaw praktyk pozwalających im na używanie mechanizmów kultury popularnej po to, by ją przejąć i przedefiniować. Po raz pierwszy w historii dostali też pozwalające im na to narzędzia. Z jednej strony nigdy wcześniej dostęp do wytworów popkultury nie był tak prosty, z drugiej – pojawia się coraz więcej możliwości (technicznych) ingerencji w ich treść, jej dowolnego wykorzystywania i przekształcania. Dobrym przykładem takiego działania są wideosejse i tzw. *supercut*. Jak zauważa Simon Reynolds:

You Tube przypomina może bardziej zagracony strych niż archiwum, jednak w innych miejscach Sieci wiele oficjalnych organizacji i stowarzyszeń amatorskich tworzy dobrze zarządzane bazy danych, których zawartość jest dostępna szerokiej publiczności²⁸.

W tej rzeczywistości każdy użytkownik jest już nie tylko swobodnym interpretatorem kultury/popkultury, ale wręcz staje się – bądź może się stać – jej twórcą/współtwórcą, wykorzystując ją wedle własnego uznania. Co szczególnie istotne – niekoniecznie w sposób założony po stronie producenta. I nawet jeśli wielu odbiorców nie korzysta z tej szansy, to jest im ona dana.

W taki sposób można również spojrzeć na beletryzacje. Nie tylko dlatego, że w dobie Internetu, *fan fiction* oraz *self-publishingu* zasadne jest rozszerzenie definicji tego zjawiska także na utwory tworzone przez fanów, a nie tylko korporacje medialne. I to nawet jeśli nie będą się oni opierać na żadnej wersji scenariusza, ale na gotowym filmie, postaciach, świecie przedstawionym – innymi słowy wpiszą się *post factum* w szeroko rozumiane uniwersum. W ten sposób i w tym kontekście beletryzacje faktycznie staną się

[...] koniecznym krokiem w ewolucji filmów – od scentralizowanej, jednostronnej komunikacji na linii studio-widzowie, do dwukierunkowej ścieżki, na której publiczność czuje się współwłaścicielem fikcjonalnej rzeczywistości²⁹.

Tym samym i filmy, jak stwierdza Hendrix, „z komercyjnych własności wielkich wytwórni przekształcają się w część zdecentralizowanej, kreatywnej wspólnoty”³⁰.

²⁸ S. Reynolds, *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*, London 2011, s. 62 (przeł. P. W.).

²⁹ G. Hendrix, *Pulp Fiction...*, s. 53.

³⁰ Tamże, s. 53.

Współcześnie – w dobie kultury remiksu, wirali, *fan fiction*, filmików fanowskich – światy przedstawione są rozszerzane do skali niewyobrażalnej dla ich twórców. Fani przepisują, przerabiają, rozciągają, spierają się, zaprzeczają i analizują filmowe światy oraz bohaterów, w sposób, który w latach czterdziestych byłby wręcz niemożliwy do zrozumienia³¹.

Pamiętać jednak należy, że beletryzacja, także ta będąca produktem wielkich wytwórni i elementem kampanii promocyjnej, a nie działalności fanowskiej, nadal poszerza światy przedstawione, proponuje inne interpretacje i odczytania, dając tym samym asumpt do podobnych działań w ramach fandomów. Tym samym przełamane zostają „granice zapieczętowanego, hermetycznego świata wielkobudżetowych produkcji i wyrывa je z żelaznego uścisku reżyserów i wytwórni”³².

Jest to też obszar, w którym następuje swoiste sprzężenie zwrotne. Bowiem nawet jeśli niektórzy właściciele praw autorskich (czyli szeroko rozumiani twórcy) usiłują walczyć z tymi praktykami – jak George Lucas nieakceptujący fanowskich wersji *Gwiezdnych wojen* – większość jednak stara się je komercjalizować i kapitalizować. Paradoksalnie, nie podważa to jednak subwersywnego potencjału dalszych przeróbek, nawet jeśli opór ten nie jest równoznaczny z buntem i odrzuceniem dominującego modelu rozumianymi tak, jak u początków zjawiska kontrkultury.

Fictionalization or “why do all films lead us to toy shops?”

Summary

Novelization is a novel based on the film script and published on a date close to the date of the opening night. The sole purpose of such a product is to promote movie and to earn more money in a way planned according to contemporary model of film production. It fits perfectly the pop culture world described in terms of merchandising, revival, *cover*, *reboot*, sequel or universe. However, in spite of its commercial and appropriate character, novelization also belongs to the contemporary fan culture/remix culture that has a powerful subversive potential. It shows the way novelizations function within pop culture – either created on big studios’ command or by fans and pop culture users.

³¹ Tamże, s. 55.

³² Tamże.