

ЭПОХА ВИКИНГОВ В ПАРОДИЙНОМ ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ СКАНДИНАВИИ

Шпаковская Н.Г.

Белорусский государственный университет

В статье охарактеризованы основные художественные приемы деконструкции национал-романтического образа викинга в современной художественной культуре Скандинавии. Данный образ, созданный североевропейскими литераторами и художниками в XIX веке, отличается героическим пафосом и подчеркнутой маскулинностью. Сегодня он подвергается переосмыслению, так как не отражает характерных для нынешнего скандинавского общества ценностей. Эпоха викингов помещается в пародийный контекст и репрезентируется с помощью гротеска и юмора. Посредством бутафорной репрезентации образ викинга «дискредитируется» и изымается из семиотического пространства, связанного с культурной идентичностью скандинавов. С другой стороны, в работе отмечается, что благодаря утрированной редукции национал-романтического образа викинга до набора стереотипных свойств он становится визуально узнаваемым и продуктивным в сфере рекламы и популярной культуры.

Ключевые слова: эпоха викингов, пародийный дискурс, интертекстуальность, современная художественная культура Скандинавии.

(Искусство и культура. – 2021. – № 3(43). – С. 66–69)

THE VIKING AGE IN THE PARODY DISCOURSE OF THE PRESENT-DAY ART CULTURE OF SCANDINAVIA

Shpakouskaya N.G.

Belarusian State University

The article describes the main creative methods for deconstruction of the national romantic image of the Vikings in the present-day art culture of Scandinavia. This image which was created by Northern European writers and artists in the XIXth century is marked by heroic pathos and prominent masculinity. Now it is a subject to reinterpretation because it does not reflect the values typical to the modern Scandinavian society. It is argued that the Viking age is placed in a parody context and is represented with the help of grotesque and humor. Due to a farcical representation of the Vikings, this image is “discredited” and removed from the semiotic space connected to cultural identity of the Scandinavians. On the other hand, it is noted that by means of exaggerated reduction of the national romantic image of the Vikings to a set of stereotypical features, it becomes visually well-recognized and effective in the field of advertising and popular culture.

Key words: the Viking Age, a parody discourse, intertextuality, present-day art culture of Scandinavia.

(Art and Cultur. – 2021. – № 3(43). – P. 66–69)

Зачастую в популярной культуре эпоха викингов сводится к варварским морским набегам, во время которых северяне-язычники бросались в бой с неистовым криком «За Одина!» или «В Вальхаллу!». Истоки такого представления о древних скандинавах можно найти в произведениях национал-романтиков, которые сформировали довольно монументальное и

одностороннее мнение об эпохе викингов: художественная культура Скандинавии XIX – начала XX века была насыщена героичными образами викингов-победителей и викингов-пиратов.

Сегодня в Скандинавии наблюдается тенденция развенчивания мифа об исключительно агрессивных викингах и расширения границ представления об этом историческом

Адрес для корреспонденции: e-mail: nina.shpakouskaya@gmail.com – Н.Г. Шпаковская

периоде. Смена художественной парадигмы, относящейся к эпохе викингов, сопровождается деконструкцией классической концепции о викингах как о «не страшущихся смерти пиратах с боевыми секирами, бородами и дикими глазами, которые с жадной кровью грабили в Европе» [1]. Часть исследователей сознательно отвергает роль эпохи викингов в истории Скандинавии, рассматривая период как художественно-политическую конструкцию, возникшую в XIX веке. Например, несколько лет назад в прессе и в научных кругах активно обсуждалась книга М. Хагерман «Чистая страна. Об искусстве изобретать своих праотцов» [2], в которой исследователь включает концепцию эпохи викингов в контекст развития расовых предрассудков в Швеции. Подобное отрицание значения эпохи викингов может быть обусловлено страхом подъема националистических настроений. Однако даже если сама эпоха викингов – не имеющая отношения к исторической реальности конструкция, она по-прежнему оказывает влияние на развитие культуры Скандинавии.

Цель статьи – выявить и охарактеризовать основные художественные приемы деконструкции национал-романтического образа викинга в современной художественной культуре Скандинавии.

Анахронизмы и интертекст в современной репрезентации викингов. Ярким примером помещения эпохи викингов в контекст пародии с элементами абсурда является норвежский сериал «Северяне» (“Norsemen”, телекомпания NRK). При этом основой для пародии выступает не сама эпоха викингов как исторический период, а ее художественные интерпретации, а также в целом сегодняшний уклад жизни норвежцев. Фильм построен на контрасте брутальности викингов и изнеженности их далеких потомков. Один из кровавых конфликтов разворачивается из-за неудачной шутки о лысеющей шевелюре, воины ярла собираются на планерку для обсуждения психологической травмы, полученной в бою, и поиска общих ценностей. Особенно сильно анахронизм проявляется на языковом уровне: в деревне викингов строят художественную инсталляцию, убийца утверждает, что совершил эвтаназию, воин признается, в чем его ахиллесова пята, ярл обсуждает стратегию падающего домино. Помимо этого, в сериале есть ниндзя и дракон как элементы пародии над современными произведениями кинематографа. Сериал «Северяне» – наглядный пример использования интертекстуальности в пародийном дискурсе, что также характерно для нынешней репрезентации эпохи викингов.

Похожую интерпретацию предлагает шведское юмористическое скетч-шоу «Дорогой дневник» (“Kära dagbok”, телекомпания SVT). Отправившиеся в Англию викинги жалуются, что им приходится грести, обсуждают гендерное равноправие, вред соли для организма и планируют нападение с игрушечными щитами. Так же, как и в сериале «Северяне», здесь высмеивается стремление скандинавов связывать истоки своей культурной идентичности с эпохой викингов. Источником комизма выступает контраст между сложившимся представлением о викингах и обобщенным мнением о менталитете скандинавов, для которого свойственны такие черты, как бесконфликтность, нежелание показывать свои эмоции, вежливость. Следовательно, наблюдается столкновение двух практически противоположных концепций. При этом символично, что главная героиня сериала «Северяне» Фрейя, в образе которой сконцентрировано, пусть и в утрированной форме, понимание концепции викинга, погибает, а все остальные персонажи, являющиеся гротескными носителями современных черт (расчетливость женщин и инфантильность мужчин) продолжают путешествие к новым землям.

Еще один пример пародийного дискурса – постановка «Викинги в Хельгеланд» (“Vikingarna på Helgeland”, реж. М. Баккен и Ф. Флоен), состоящая из 12 частей, каждая из которых может быть просмотрена как отдельно, так и как продолжение сериала. В своей рецензии в газете “Svenska Dagbladet” С. Гранат указала, что «более дикого и сумасшедшего театра быть не может» [3]. Жанр – фельетон, правда, в свободном сочетании присутствуют фарс, трагедия, опера, буффонада. Направлена же сатира на романтическое восприятие эпохи викингов, а также на своего рода панскандинавизм, основанный на связи культурной идентичности современных скандинавов с викингами. Герои спектакля считают себя великой нацией сильных викингов, однако в сущности трое могущественных мужчин и еще более могущественная женщина борются за то, кто кому должен отомстить в условиях страшной антисанитарии и убогости. Постановка разбивает напрочь любые интенции рецепции эпохи викингов как славного и великого периода в истории Скандинавии. Постепенно комизация ужасного накрывает зрителя чувством стыда. Осмеянию подвергается также ряд скандинавских традиций, берущих свое начало во времена викингов (или ранее). Декорации и костюмы соединяют современные маскарадные костюмы низкого качества и цирковой грим. Здесь все условно,

принцип условности также ярко проявляется на пресс-фотографиях актеров, когда тот или иной образ или действие обрамляется бумажной рамкой в виде молний бога Тора, корабля или древнескандинавского узора. Таким образом высмеивается то обрамление, в которое поместили эпоху викингов национал-романтики (рис. 1).

Гротеск и юмор в современной репрезентации викингов. Большим потенциалом деконструкции стереотипного представления о викингах обладает жанр комиксов, для которого в целом характерны утрирование, гротеск и комизм.

В форме комиксов был переиздан классический роман о викингах «Рыжий Урм» Ф. Бенгтссона (одна часть вышла в 1941 году, вторая в 1945 г.), который можно назвать первой юмористической интерпретацией эпохи викингов. Согласно иллюстратору серии Ч. Кристенсену, «национальное достояние было представлено за отхожим местом на задворках культуры» [4] – настолько велик контраст между формой комикса и статусом эпохи викингов в художественной культуре Скандинавии. Отвечая на вопрос о том, что Ч. Кристенсен привнес в уже существующее произведение, он заметил, что решил «убрать рога с фальшивых шлемов викингов, отбросить все Вагнеровские концепты и нацистские аллюзии, отказаться от описаний в стиле фэнтези, смыть налет Толкина и вернуть викингов викингам» [4]. Результат эксперимента пришелся аудитории по вкусу. Авторитетный исследователь Л. Лёнрот охарактеризовал главных героев следующим образом: «речь идет о наивно самодовольных воинах-мужланах, любящих пиво, еду и женщин, они неотесанные и политически некорректные настолько, что их невозможно не любить...» [1].

Похожую интерпретацию предлагает П. Мадсен в датской серии комиксов «Вальхалла» [5]. От величия скандинавских богов, воспетых романтиками, здесь не остается и следа. Неуравновешенный бог грома Тор, страдающий от собственной глупости, беснующийся от ревности бог мудрости Один и не справляющийся со своими обязанностями валькирии (рис. 2) – Асгард предстает неугомонным детским садом для взрослых, злоупотребляющих спиртным. Неприглядную трактовку получает и богиня любви Фрейя, превращенная во фривольную истеричную красавицу.

Колоритный образ Фрейи пишет также иллюстратор К. Юнссон в серии комиксов «Вей» [6]. В исполнении художника богиня напоминает гротескную палеолитическую Венеру и

контрастирует с изысканными образами, созданными национал-романтиками. В большинстве случаев богиня изображена без одежды и в пикантных ситуациях, которые представляются основой ее будней. «Мы играем с мифологией», – говорит автор серии С. Бергмарк Эльфгрэн, и ее мысль продолжает К. Юнссон: «Я вырос в 80-е гг., когда восприятие викингов было тесно связано с эстетикой шведских национал-романтиков XIX века. Я очень хотел уйти от этого. Я изучил исторические источники, одежду и оружие эпохи викингов, а также бронзового века, который предшествовал этому периоду. Я нашел много вдохновения в шумерской и вавилонской культурах. Так как наша работа – это фантазия, мы могли позволить себе вдохновиться анахронизмами из Средневековья и даже XVIII века». В итоге пантеон асов представляет собой у авторов «клан Сопрано, только с магией и мечами» [7].

Валькирии, в свою очередь, превращены в романе «Вей» в гротескных мужеподобных монстров, не имеющих ничего общего с мифологической трактовкой (рис. 3). Согласно скандинавской мифологии, валькирии – это прекрасные девы, переносящие павших воинов в рай для героев – Вальхаллу (рис. 4). Интересно, что в некоторых песнях «Старшей Эдды» валькириями названы возлюбленные воинов, чьи образы поэтизируются.

Следовательно, с одной стороны, для графических романов характерна симплификация и без того упрощенных в период романтического национализма образов, относящихся к эпохе викингов, с другой – эклектичность, выраженная в сочетании деталей из разных культур и эпох. Интересно, что авторы комиксов играют именно со стереотипными романтическими образами, от которых они так хотят дистанцироваться. Переоценке подвергается не сама эпоха викингов, а ее репрезентации.

Узнаваемость и стереотипность современной репрезентации викингов. Символы и образы, связанные с эпохой викингов, активно используются в рекламе, при этом рекламные трактовки вписываются в общую тенденцию репрезентации викингов в современной художественной культуре. Интересно, что реклама актуализирует самые разные характеристики викингов в зависимости от свойств продукта. Речь может идти о морских путешествиях (круизные лайнеры, туристические и логистические компании), мужественности викингов (парфюмерия, средства для заботы о бороде), выносливости (обувь, кухонная утварь, запчасти для машин), воинственности (служба дезинфекции), приключениях и описанных в сагах торжествах (алкогольная продукция,

ресторанный бизнес) и др. При этом вдохновением для мира рекламы выступают образы, созданные художественной культурой: чаще всего за основу берется либо гротескный стереотип, созданный в середине XIX – начале XX века, либо комическая интерпретация данного образа (решающим визуальным компонентом которого выступает рогатый шлем), предложенная современными авторами (рис. 5). Благодаря тому, что о викингах известно далеко за пределами Скандинавии, реклама, базирующаяся на упомянутом образе, может быть эффективной практически во всем мире.

Заключение. Для современной репрезентации эпохи викингов в художественной культуре Скандинавии характерна выполняющая пародийную функцию интертекстуальность. В качестве интертекста выступают компоненты национал-романтической трактовки эпохи викингов, а также образы нынешней популярной культуры. Основными художественными приемами деконструкции противоречащих сегодняшнему представлению об эпохе викингов идей и образов выступают комизм и гротеск, часто источником комизма выступает дихотомия классического представления

о викингах и мнения о менталитете современных скандинавов. Мир рекламы активно инкорпорирует образы викинга, основываясь на комической реинтерпретации национал-романтической трактовки. Вариативность ассоциаций, связанных с эпохой викингов, а также использование таких штампов, как шлем с рогами, повышают степень узнаваемости данных образов, что стимулирует эффективность рекламы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Lihammer, A. Vikingatidens härskare / A. Lihammer. – Stockholm: Historiska Media, 2019. – 270 s.
2. Hagerman, M. Det rena landet. Om konsten att uppfinna sina förfäder / M. Hagerman. – Stockholm: Prisma, 2006. – 468 s.
3. Granath, S. Vikingarna på Helgeland. Vildare och galnare teater finns inte / S. Granath // Svenska Dagbladet. – 02.12.2018. – Mode of access: <https://www.svd.se/vildare-och-galnare-teater-finns-inte>. – Date of access: 09.08.2020.
4. Christensen, Ch. Frans G. Bengtssons Röde Orm / Ch. Christensen. – Stockholm: Ordfront Förlag, 2005.
5. Lönnroth, L. Arne Anka som viking / L. Lönnroth // Svenska Dagbladet. – 14.04.2016. – Mode of access: <https://www.svd.se/arne-anka-som-viking>. – Date of access: 10.08.2020.
6. Elfgren, S.B. Vei / S.B. Elfgren, K. Johnsson. – Stockholm: Kartago, 2017. – 160 s.
7. Bracey, J. Bracey chats with Vei creators Sara Elfgren and Karl Johnsson / J. Bracey // Comic Crusaders. – 2019. – 12 July. – Mode of access: <https://www.comiccrusaders.com/bracey-chats-with-vei-creators-sara-elfgren-and-karl-johnsson>. – Date of access: 20.08.2019.

Поступила в редакцию 31.03.2021