

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 макулинностью. 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.

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.