

А.В. НОРМАНСКАЯ

РЕИНТЕРПРЕТАЦИЯ МИФОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРСОНАЖЕЙ В МОЛОДЕЖНОЙ КУЛЬТУРЕ

Анжела Викторовна Норманская,
Крымский университет культуры,
искусств и туризма,
кафедра философии, культурологии
и гуманитарных дисциплин,
заведующая
Киевская ул., д. 39,
Симферополь, 295017, Россия

кандидат культурологии, доцент
ORCID 0009-0005-5082-976X;
SPIN 8896-2393
anzelanormansky@gmail.com

Реферат. В статье рассматривается специфика современной реинтерпретации мифологических персонажей, а также ее представленность в молодежной культуре. Мифологические сюжеты и их герои остаются привлекательными для творческой сферы на протяжении многих веков. Для молодых людей погружение в мифологию позволяет выработать конструктивные решения многих вопросов, воссоздать позитивную картину мира через вечную идею торжества добра и справедливости, отраженную в древних текстах.

Именно реинтерпретационный подход к прочтению всемирно известных произведений позволяет использовать широкий спектр мифа. Например, интерес к мифам европейского общества во второй половине XX в. обусловлен тем, что это время связано с угрозой начала ядерной войны и, как следствие, с постоянной неопределенностью и одновременным стремлением каждого человека к жизнеутверждающей и незыблемой основе, на-

пример классической. Эволюция представлений мифа в культуре привела к появлению реинтерпретаций оригинального источника, благодаря чему некоторые из них стали популярны в том числе у молодежной аудитории.

В XXI в. сложились иные мифологические образы в соответствии с вызовами времени, рассматриваемые нами как культурные продукты нового уровня, для которых не только характерно обращение к тексту классических мифов, но и важна коммерческая составляющая. В статье приводятся несколько примеров того, как новая художественная подача мифологических персонажей отображается в современной массовой молодежной культуре — в литературе, видеоиграх, кинематографе. Современная трактовка сказаний древних цивилизаций осуществляется исходя из культурных предпочтений массового зрителя: образы мифов могут быть каноническими, модернизированными, но в любом случае универсальными. Неоднократно в научной культурологической среде велись дискуссии о придании нового смысла знакомым со школьной скамьи сюжетам мифов с неожиданной (неклассической) стороны.

Актуальность реинтерпретации мифологических персонажей в молодежной культуре обусловлена стремлением нового поколения не только переосмыслить культурное наследие, но и соприкоснуться с ним.

Ключевые слова: реинтерпретация, миф, молодежная культура, персонаж, древние боги, герои, фэнтези, современная мифология, экономика впечатлений, экранные искусства, художественная культура, культурные практики.

Для цитирования: Норманская А.В. Реинтерпретация мифологических персонажей в молодежной культуре // Обсерватория культуры. 2024. Т. 21, № 4. С. 377–385. DOI: 10.25281/2072-3156-2024-21-4-377-385.

Важной частью культурного наследия является миф, который играет уникальную роль в обществе [1, с. 22]. На протяжении многих веков благодаря мифам накопленные человеком знания о мироустройстве сохранялись и транслировались следующим поколениям. Со временем восприятие человеком мифа видоизменилось: одни сюжеты были забыты, другие утратили актуальность в силу социальных и политических изменений в обществе. Постепенное снижение интереса к мифологии привело к тому, что она стала вызывать в первую очередь научный интерес в кругу узких специалистов [2; 3]. В то же время для массовой аудитории миф ассоциировался с абстрактным представлением об историческом прошлом.

В середине XX в. ситуация в корне изменилась: в тексты классических мифов творцы нового века вложили новые смыслы, произошла реинтерпретация, переосмысление в новом дискурсе культуры, что привело в дальнейшем к их массовой популярности. П.С. Волкова отмечает, что в отличие от интерпретации «реинтерпретация предполагает тотальное переосмысление базового текста» [4, с. 38]. По нашему мнению, подобный феномен во многом связан с потрясениями, которые испытало на себе общество во время Второй мировой войны и последующей холодной войны: «Мощные социальные потрясения и катастрофы мирового масштаба вызывают резкие сдвиги в мироощущении людей, оставляя их в растерянности и вызывая попытки переосмыслить изменившуюся реальность» [5, с. 52].

В этот период в европейской культуре становится популярным литературный жанр фэнтези, многие элементы которого были заимствованы из мифологии разных стран. Как указывают Е.В. Галанина и Д.А. Батурин, именно фэнтези «создает неомифологическую реальность, начинающую жить как суверенная форма в среде поклонников фэнтези, переносящих образцы вымышленного мира в повседневную реальность, придумывающих свои собственные продолжения любимого сюжета» [6, с. 42].

Следует отметить, что переосмысление классических мифов происходило и на более ранних этапах истории. Так, в начале XX в. британский писатель Д. Джойс публикует роман «Улисс», в котором использует мотивы из «Илиады» и «Одис-

сеи» Гомера [7, с. 33]. На первый взгляд, автор «подражает» Гомеру, но в то же время он использует несколько иные метафоры и смыслы, искажая и пародируя классический оригинал. Д. Джойс в романе сумел удачно реинтерпретировать миф. Но пробудить интерес к мифологии у широкого круга читателей, а затем и зрителей сумел родоначальник жанра фэнтези Дж. Р.Р. Толкин своим эпохальным романом-трилогией «Властелин колец». У каждого персонажа или артефакта легендарiums Толкина существует свой древний прообраз, заимствованный из эпоса, мифологии или религий разных европейских народов, изучением которых занимался автор. Фактически можно говорить о том, что Толкин годами собирал, переосмысливал и адаптировал массивный пласт европейской культуры, результатом чего стал фантастический мир Средиземья с собственными мифологическими законами и канонами, которые сегодня также актуальны.

Дж. Р.Р. Толкин не только создал свой собственный мир, но и пробудил в обществе новую волну интереса к первоисточнику — непосредственно эпическим текстам и мифам. Главными потребителями данного культурного продукта стали молодые люди — социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно (согласно Федеральному закону «О молодежной политике в Российской Федерации») [8, ст. 2]. В первую очередь это обусловлено тем, что именно в молодом возрасте человек впервые начинает задаваться философскими вопросами о правде и истине, добре и зле, жизни и смерти. Отметим, что тема смерти имеет большое значение в молодежной культуре, востребованы сюжеты, связанные с концом света, перерождением, воскрешением, вечностью. Подобный интерес вызван особенностями постмодернистской философии, одной из главных концепций которой была триада «смерть бога» (утрата ценности религии) — «смерть автора» (отсутствие необходимости в авторе, автономность текста) — «смерть субъекта» (лишение человека способности мыслить, развитие массового мышления). Эти проблемы были подняты в работах знаменитых европейских философов XX в. — Ф. Ницше, М. Фуко и Р. Барта [9, с. 98]. В мифологии можно найти разнообразные ответы на духовные вопросы, поскольку в каждой культуре существует собственная упорядоченная картина мира. Поиск вечных истин приобретает особую ценность в то время, когда в мире происходят социальные, экономические и политические потрясения, и молодому человеку важно найти своего рода защиту от них.

Обратим внимание на то, что «Властелин колец» создавался в период Второй мировой войны, а издан во время холодной войны. В это время ис-

пытаний для человеческого духа западноевропейское общество было потрясено молодежными бунтами [10, с. 125]. Стремясь к самоидентификации, молодые люди противопоставляли себя традиционной милитаристской идеологии, формируя движение различных субкультур. Одной из них стала субкультура толкиенистов. Представители этого движения увлекаются ролевыми играми, используя в качестве сценариев разнообразные сюжеты из легендария Толкина [11, с. 396]. Для толкиенистов Дж. Р.Р. Толкин — единомышленник, который создал уникальный мир фэнтези, ставший для них духовной опорой.

Для значительной части взрослого поколения, привыкшей к реалистичным сюжетам, сформировавшийся жанр фэнтези, движение толкиенистов и роман «Властелин колец» не представляли особого интереса, поскольку такие мифические персонажи, как эльфы или гномы, принадлежали, по их мнению, исключительно детскому миру. Далеко не каждому читателю интересно искать в тексте отсылки на персонажей из мифов или эпоса, сравнивать воина-странника Арагорна с королем Артуром, чародея Гэндальфа со скандинавским богом Одином, кольцо всевластия с кольцом нибелунгов. Таким образом, мы можем говорить о том, что жанр фэнтези изначально был создан людьми с иррациональным типом мышления для таких же, как они.

Тем не менее реалии, в которых создавался роман, порождали новые смыслы восприятия мифа, реактуализируя его. Мечты молодежи также эволюционировали и переросли в нечто большее, чем желание собственного достатка. Иррациональное помогло молодому поколению противостоять кризисным ситуациям в повседневной жизни, выработать позитивное мышление и справиться с неопределенностью социальной ситуации.

«Властелин колец» пробудил новую волну общественного интереса к мифам, легендам, народным сказаниям. Особенно хорошо это прослеживается в произведениях писателей, которые одними из первых массово начинают обращаться к мифическим образам. В некоторых случаях авторы пародируют классические сюжеты, как Д. Джойс в романе «Улисс». В иных случаях мы можем наблюдать, как создаются новые миры со своей мифологией, в центре повествования которых находится главный герой, напоминающий по своему типу героев античной мифологии — «сверхлюдей». Например, Ахиллес описан в «Илиаде» Гомера как непобедимый воин, универсальный боец, Одиссей наделен божественным умом и хитростью и в большинстве своих приключений полагается на эти навыки.

Идея о «сверхчеловеке» важна для современной молодежной культуры, она находит свое от-

ражение в персонажах фильмов, комиксов и компьютерных игр. Так, американский писатель Р. Риордан создает серию романов в жанре фэнтези «Перси Джексон и олимпийцы», в основе которой — реинтерпретация сюжетов о древнегреческих богах в современном мире. Главным действующим лицом серии является «сверхчеловек» Перси Джексон, полубог и сын Посейдона, которому суждено пройти несколько испытаний, подобно Гераклу. В каждой из книг читатель наблюдает за тем, как герой формирует себя как уникальную личность посредством воспитания таких положительных качеств, как упорство, сила духа, преданность, чувство справедливости, мужество, храбрость и отвага. Как отмечает Т.Б. Кузёма, Риордан стремится придать греческой мифологии современные характеристики и черты, наделяя Ареса внешностью современного байкера или наряжая Диониса в гавайскую рубашку [12, с. 174]. Идея сделать главным действующим лицом простого современного школьника-подростка в данном случае является удачной, поскольку молодой читатель/зритель может ассоциировать себя с Перси Джексонем и брать с него положительный пример.

В идее создания «сверхчеловека» особое место заняла зарубежная комикс-индустрия, презентовавшая массовой аудитории несколько сотен персонажей-супергероев [13, с. 169]. Так, например, для комиксов киновселенной Marvel свойственна собственная система мифов, в которую интегрированы в том числе и известные мифологические персонажи. К наиболее популярным героям можно отнести Тора. Идея адаптировать скандинавского бога Тора в Marvel возникла в тот момент, когда американский писатель С. Ли впервые узнал о том, что в обществе комиксы обсуждают как мифологию XX века. Миф о Торе выступил основой структурирования художественного пространства комикса [14, с. 362]. Образ скандинавского бога во многом соответствует одноименному герою мифологии. Тор не только бог-громовержец, но и храбрый герой, противостоящий силам хаоса. Как и в мифах, главное оружие Тора — молот Мьёльнир, символ разрушения и созидания. Важно отметить, что он не является главным божеством у скандинавов, уступая место Всеотцу — Одину, однако именно Тор, вероятно, был самым человеческим из всех асов (высших богов), а также наделен чертами «идеального викинга» — сильного, стойкого, веселого воителя-защитника, являвшегося образцом для подражания у простых смертных. В свою очередь Один, несмотря на могущество, интеллект и любовь к знаниям, представлен в мифологии в несколько отрицательном ключе — как интриган и эгоист. Видимо, такое понимание древних мифов повлияло на выбор главного героя для американских комиксов.

Один и Локи также представлены в киновселенной Marvel. И если Один выступает в качестве бога-отца, то образ Локи (в мифах является побратимом Одина и дядей Тора) был значительно переработан американскими сценаристами и художниками: он сохраняет коварный характер, но становится сводным братом Тора, его главным противником и антагонистом. В данном случае персонаж Локи переосмыслен по сравнению с классическим мифом — реинтерпретирован с учетом социальных и политических особенностей страны — производителя культурного продукта. Соответственно, герой представляет ценности, близкие определенной культуре [15]. В современных реинтерпретациях Тор, Один, Локи представлены в мультфильмах, игровом кино, книгах и играх. Их характер, внешность, манера поведения и привычки отличаются от древнеисландского источника.

В то же время именно реинтерпретационный подход позволяет использовать широкий спектр вариантов мифа — от классических до осовремененных. В подтверждение этому можно обратить внимание на ряд кинематографических воплощений Одина в исполнении Э. Хопкинса (фильмы киновселенной Marvel), Б. Хоскинса (художественный фильм «Сын Маски»), И. Макшейна (сериал «Американские боги») и Б. Сундквиста (сериал «Рагнарек»), чтобы понять, насколько они отличаются друг от друга не только своей внешностью и костюмами, но и характерами.

В некоторых случаях постоянное переосмысление героев мифов приводит к тому, что один и тот же персонаж может вызывать разное впечатление у разных поколений. Возвращаясь к образу Тора, необходимо отметить, что существует разница между героем комиксов XX в. и героем фильмов, снятых в XXI веке. Для современной целевой аудитории образ Тора чаще всего ассоциируется с его киновоплощением в исполнении К. Хемсворта, который является более привлекательным для массового зрителя. Это связано с тем, что массовое мышление предпочитает видеть упрощенную версию персонажа, который будет приближен к человеческой, а не божественной сути. Именно поэтому Тор в исполнении К. Хемсворта становится более эмпатичным, обладает самоконтролем, погружается в депрессию и т. п.

Традиционный образ Тора также пользуется популярностью среди молодежной аудитории. Например, в компьютерной видеоигре *God of War: Ragnarök* он импульсивен, беспощаден, при принятии того или иного решения ориентируется не на ум, а на инстинкты воина, что соответствует оригиналу. *God of War: Ragnarök* — одна из тех компьютерных игр, сюжет которых основан на мифах или народном творчестве. Разработчики и игровые дизайнеры нередко обращаются к темам ан-

тичной, древнеегипетской или скандинавской мифологии, которая стала узнаваемым брендом для современной молодежной культуры. Такой выбор обусловлен практичностью — сегодня мифами так или иначе заинтересована значительная часть общества. Игровой продукт, имеющий мифологическую основу, востребован, поскольку игроку предоставляется возможность непосредственно взаимодействовать с мифом, стать активным участником мифотворческого процесса [16, с. 32].

God of War: Ragnarök — это только одна из частей популярной франшизы *God of War*, состоящей из пяти частей. Сюжет первых трех частей связан с мифами Древней Греции, двух других — с мифами Скандинавии. Главный герой — Кратос, полубог и сын Зевса, выступивший против своего отца [16, с. 36]. Этот персонаж был разработан американской компанией *Santa Monica Studio* и не имеет отношения к оригинальным древнегреческим мифам. Вместе с тем Кратос настолько органично вписан в сюжет противостояния с олимпийцами, что неосознанно игрок начинает сомневаться в том, что это не персонаж из классического текста. Такого эффекта разработчикам удалось достигнуть, изучив и полностью переосмыслив оригинал — сам миф. Они стремились создать неклассического греческого героя, который восстанет против богов так же, как восстал в свое время сам Зевс против титанов и своего отца Кроноса. Итоговый продукт получил высокие оценки у пользователей и игровых критиков. После завершения оригинальной трилогии руководство студии приняло решение поместить Кратоса в новый, незнакомый мифический мир Асгарда, где он вступил в поединок с Одним и остальными богами-асами. Кратос стал связующим звеном между двумя разными культурами, сделав их востребованными среди геймеров. Серия *God of War* является подтверждением того, что для современной игровой индустрии также свойственна вольная реинтерпретация мифов.

Обратим внимание на то, что молодежная аудитория готова тратить деньги на продукт, связанный с мифологией. Помимо книг, комиксов или видеоигр спросом пользуются коллекционные фигурки, настольные игры, плакаты и постеры, костюмы для косплея и др. Постепенно реинтерпретированный текст мифа стал одним из товаров экономики впечатлений — нового бизнес-подхода, для которого важным моментом является эмоциональное состояние клиента во время потребления им того или иного товара. Несмотря на то что для многих стран мира товарная экономика по-прежнему имеет доминирующее значение, в развитых странах ведущую роль в экономических отношениях занимает культура. Это связано с тем, что в современном обществе большое значение отводится досугу: «Люди предпочитают досуг рабо-

те, они хотят иметь как можно больше свободного времени» [17, с. 61].

Идея сделать из мифа своеобразный экономический бренд принадлежит людям, обладающим рациональным мышлением, которые хотят заработать на иррациональной аудитории — потребителях, нуждающихся в подобном продукте. Это подтверждает и А.А. Цельковский: «В основе современного мифа так же, как и в основе идеологии, лежат рациональность и чей-либо прагматический интерес» [18, с. 14]. Рационалисты обращают внимание на четыре области впечатлений — обучение, развлечение, эстетику, уход от реальности. Идеальный продукт для экономики впечатлений должен включать в себя все четыре области, чтобы привлечь внимание пользователя и запомниться (некачественный продукт подвергается серьезной критике со стороны потребителя).

Рассмотрим в качестве примера киноленту «Битва титанов», сюжет которой является вольным пересказом древнегреческого мифа о Персее. Первый, оригинальный, фильм был выпущен в 1981 г., и, несмотря на небольшой бюджет и низкое качество спецэффектов (по сравнению с современными кинокартинами), образы, созданные актерами, режиссером, художниками-костюмерами, гримерами, сумели заинтересовать молодежную аудиторию. Впоследствии по «Битве титанов» выходила дополнительная серия комиксов с новыми приключениями главных героев, а сюжет о Персее и Медузе является одним из наиболее известных и популярных у западной аудитории.

В 2010 г. в широкий прокат вышел одноименный ремейк французского режиссера Л. Летерье. К съемкам новой версии «Битвы титанов» были привлечены известные актеры Голливуда, роль Зевса исполнил Л. Нисон. Но несмотря на наличие известного режиссера, именитых актеров или современных 3D-технологий, ремейк «Битвы титанов» не нашел должного отклика у аудитории. Итоговые оценки оказались негативными: 27% у критиков, 40% у зрителей¹. В первую очередь фильм разочаровал фанатов первоисточника, расценивших новую ленту как некачественную пародию. Также Л. Летерье не удалось привлечь новую аудиторию, не знакомую с оригиналом, — зрители посчитали, что у фильма скучное, неэмоциональное повествование и малое количество юмористических моментов.

Две версии «Битвы титанов» наглядно демонстрируют, насколько важно при реинтерпретации классического мифа учитывать, что он «должен меняться с обществом, чтобы быть тождественным

ему во всем» [19, с. 73]. Первый фильм, вышедший в 1981 г., завоевал народную любовь благодаря съемочной группе, сумевшей создать корректную адаптацию. Ремейк, вышедший спустя 30 лет, не учел запросов аудитории и, как следствие, подвергся справедливой критике.

По состоянию на 2023 г. интересы общества к мифу вновь изменились. В частности, мы должны отметить сложившийся в молодежной культуре тренд расширения границ использования мифологических миров: помимо скандинавской или греческой мифологии молодежь обращает внимание на мифы восточной культуры, например японской, вследствие массового распространения аниме и манги — основного молодежного культурного продукта Японии. Это не означает, что молодежная аудитория отказывается от европейской мифологии, напротив, она приобретает знания о других культурах посредством использования веб-сайтов, блогов, видеохостингов, социальных сетей, форумов и чатов. Обращение к мифам сейчас чаще происходит с помощью технологий, а не печатных источников. Подобный интерес оказывает положительное влияние на социально-экономический прогресс государства, поскольку реинтерпретации мифов привлекают внимание специалистов к культурно-историческому наследию, создают благоприятный имидж страны, способствуют привлечению инвестиций.

Во многих российских городах сегодня можно встретить салон красоты «Афродита», юридическую компанию «Афина», турфирму «Гермес», при этом божества Олимпа не являются частью традиционной российской культуры. Подобная ситуация сформировалась в первую очередь из-за того, что миф стал коммерчески привлекателен. Использование имени языческого бога в качестве бренда — это не исключительно отечественная культурная особенность, а глобальный тренд. Для продвижения ряда услуг люди все чаще обращаются к персонажам мифов Древней Греции, Древнего Рима, Скандинавии, Египта и т. п. Товар может быть совершенно разным: например, именем скандинавского бога Одина одновременно названы несколько музыкальных альбомов, марки военных кораблей и бронетранспортеров, пивоварни, футбольные клубы.

Зарубежный продукт, связанный с темой мифологии, известен и популярен у отечественного пользователя. В то же время для благоприятного культурного и духовного роста российской молодежи необходимо понимание того, насколько для них интересна реинтерпретация славянской мифологии и фольклора. Сделать узнаваемыми и понятными для современного ребенка образы Ильи Муромца, Василисы Премудрой, Серого Волка или Кощея Бессмертного возможно без их при-

¹ Clash of the Titans // Rotten Tomatoes : [сайт]. URL: https://www.rottentomatoes.com/m/clash_of_the_titans_2010 (дата обращения: 10.07.2024).

митивной модернизации в соответствии с трендами эпохи. Достаточно переосмыслить основные и самые запоминающиеся черты персонажей русского народного творчества, которые помогут удержать потребительский интерес к такому продукту. Изучая более детально историю отечественного кинематографа, можно заметить, что режиссеры и сценаристы неоднократно предпринимали попытки поместить героев русского эпоса в современные декорации: «Приключения в тридесатом царстве» (2008), «Реальная сказка» (2011), «Дед Мороз. Битва магов» (2016) и др. Но ни один из этих фильмов не стал популярным по причине низкого качества реинтерпретации классических текстов.

Пример положительной концепции — фильм «Последний богатырь» (2017), совместный проект студии Yellow, Black and White (Российская Федерация) и Walt Disney Pictures (США). Отметим, что это не первый случай подобного российско-американского сотрудничества: еще в 2009 г. компания Disney предприняла попытку создать современную русскую народную сказку, выпустив фильм «Книга мастеров». Лента получила смешанные отзывы и не сыскала особой популярности в России, несмотря на активную рекламную кампанию. По нашему мнению, именно неудача «Книги мастеров» косвенно повлияла на успех «Последнего богатыря», поскольку создатели сумели проработать собственные ошибки и не допустить их повторения. Итоговый продукт получился более вестернизированным: главных героев обоих фильмов, снятых при участии Disney, зовут Иванами, но это совершенно разные персонажи. Образ Ивана в исполнении М. Локтионова («Книга мастеров») — это попытка воссоздать образ классического героя русского народного эпоса для молодежной аудитории. Несмотря на то что такой Иван близок к своему оригиналу, его речь, характер, поступки скорее вызывают вопросы у современного зрителя.

Иван в исполнении В. Хориняка, хоть и богатырский сын, но своим поведением напоминает героев зарубежных фэнтези-фильмов. Этот образ понятен и востребован у молодежной аудитории, поскольку с таким Иваном себя может ассоциировать каждый подросток. При этом и сам Иван, и образы персонажей русского фольклора остаются традиционными. Действие фильма происходит в двух мирах — в современном (символом которого выступает Москва-Сити) и в сказочном мире Белогорья. Они существуют в гармонии друг с другом — Иван не пытается навязать ценности своего мира и каким-либо образом изменить персонажей народных сказок. Посредством подобного приема команда сценаристов обращается к оригинальному фольклорному тексту.

Таким образом, реинтерпретации мифологических персонажей в молодежной культуре способствуют созданию и продвижению культурного продукта нового уровня. Человек проявлял интерес к мифологии на протяжении многих веков, но ко второй половине XX в. он стал огромным. Это связано с распространением массовой культуры, появлением современных технологий и привело к тому, что для молодежи Посейдон или Геракл не менее узнаваем, чем Соловей-разбойник или Садко. Само понятие «молодежная культура» оформляется также в XX в., что позволяет нам более определенно рассмотреть особенности отношения молодых людей к мифу.

Традиционная основа современного мифа заложена в жанре фэнтези, который пользуется популярностью у молодежи. В современном урбанистическом мире человек все чаще обращается к иррациональному — сюжетам, связанным с героями, богами, эльфами, драконами, рыцарями, магией, волшебными мечами. Погружение в мир фэнтези позволяет выработать позитивное решение, например, через идею о победе добра над злом или торжестве справедливости. Потребность в устоявшейся картине мира заставляет молодого человека менять собственные предпочтения: он начинает уделять внимание не документальному историческому кино, а фильмам о приключениях хоббитов, джедаев или супергероев. Это современные «сверхлюди», которые могут преодолеть любые препятствия и не теряют собственной человечности, благодаря чему простой читатель или зритель может себя с ними ассоциировать и таким образом стать частью мифа.

Общество XXI в. уделяет значительное внимание досугу, вследствие чего культурный продукт становится основным ресурсом современной экономики. Продается уже не товар, а скорее эмоции от его покупки. Данный феномен называют экономикой впечатлений, составной частью которой стал в том числе и миф. Для современной культурной индустрии свойственно проведение экспериментов с классикой: с греческой Илиадой или немецкой Эддой. Подобная реинтерпретация создает модные интернет-тренды, формирующие интерес молодежи к мифологии: современный подросток может ничего не знать о Войне Алой и Белой розы, но мастерски разбираться в противостоянии Ланнистеров и Старков. Этого достаточно для того, чтобы быть равным с другими, стать «своим» в молодежном обществе.

Необходимо отметить, что далеко не каждый современный продукт, имеющий мифологическую основу, является достойным внимания со стороны общества. Древние боги, герои, артефакты, мифические существа и вымышленные локации могут осознанно использоваться для достижения сиюми-

нутной выгоды. Вследствие этого существует множество примеров некачественной или безвкусной реинтерпретации, которая не несет в себе определенной культурной ценности.

Таким образом, стремление нового поколения не только переосмыслить культурное наследие, но и соприкоснуться с ним обуславливает актуальность реинтерпретации мифологических персонажей в молодежной культуре.

Список источников

1. Ставицкий А.В. Общая теория мифа: предварительные итоги исследований // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2022. Т. 8, № 2. С. 16–26.
2. Линченко А.А. Мифы о прошлом в медиасреде: теоретические основания и российская политическая практика // Социодинамика. 2022. № 1. С. 1–17. DOI: 10.25136/2409-7144.2022.1.32640.
3. Малахова Е.В. Молодежная субкультура и социальная мифология // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2014. Т. 5, № 4 (22). С. 116–121.
4. Волкова П.С. «Кармен»: Испания — Франция — Россия. Интерпретация — реинтерпретация // Искусствознание. 2023. № 2. С. 37–55.
5. Орестова В.Р., Ткаченко Д.П., Манчхашвили М.А. Иррациональность мышления как способ совладания с неопределенностью современного мира // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2021. № 4. С. 50–64. DOI: 10.28995/2073-6398-2021-4-50-64.
6. Галанина Е.В., Батулин Д.А. Фэнтези как неомифологическая реальность // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 3 (385). С. 41–45.
7. Ивлева А.Ю. Стратегии интерпретации текста: философский аспект // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2010. № 1. С. 27–36.
8. О молодежной политике в Российской Федерации : Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. № 1, ч. 1, ст. 28.
9. Амиханов А.М. Триада постмодернистской философии: «смерть бога» — «смерть автора» — «смерть субъекта» // KANT. 2020. № 2 (35). С. 95–99. DOI: 10.24923/2222-243X.2020-35.19.
10. Домбровский П.А., Хазанов О.В. Миф Дж. Р.Р. Толкина в мировоззренческих концепциях контркультуры западного общества в 1960–1970-х гг. // История и современное мировоззрение. 2020. Т. 2, № 3. С. 124–133. DOI: 10.33693/2658-4654/-2020-2-3-124-133.
11. Усанова Д.О. Виртуальная культура как феномен современности и ее репрезентация в субкультурных практиках // Теория и практика общественного развития. 2013. № 11. С. 395–397.
12. Кузёма Т.Б. Индивидуально-авторский стиль Рика Риордана (на материале произведения Percy Jackson and The Lightning Thief) // E-Scio. 2021. № 8 (59). С. 169–177.
13. Лосев Д.В. Блистательное и ужасающее восхождение американского сверхчеловека в жанре супергероики // Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований. 2023. № 1 (2). С. 168–193. DOI: 10.34680/EISCRT-2023-1(2)-168-193.
14. Ерохина Т.И., Бадиль К.К. Кинокомикс как мифотекст современной массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. 2017. № 3. С. 359–363.
15. Александрова Е.А. Новая мифология в современной массовой культуре // Вестник Института комплексных исследований аридных территорий. 2013. № 1 (26). С. 129–131.
16. Галанина Е.В., Батулин Д.А. Мифологические структуры в видеоиграх: архетипы // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствознание. 2019. № 36. С. 31–48. DOI: 10.17223/22220836/36/4.
17. Лыгина Н.И., Паршиков Н.А., Рудакова О.В. Сфера культуры и досуга как основная составляющая экономики впечатлений // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2020. № 1. С. 56–63. DOI: 10.17308/econ.2020.1/2754.
18. Целыковский А.А. Современный миф как результат взаимодействия традиционной мифологии и идеологии // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 30 (245). С. 11–15.
19. Ставицкий А.В. Развитие мифа во времени: обоснование проблемы // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2019. Т. 5 (71), № 4. С. 72–84.

Reinterpretation of Mythological Characters in Youth Culture

Anzhela V. Normanskaya,

Crimean University of Culture, 39 Kievskaya Str.,
Simferopol, 295017, Russia
ORCID 0009-0005-5082-976X;
SPIN 8896-2393;
anzelanormansky@gmail.com

Abstract. *The article deals with the specifics of modern reinterpretation of mythological characters, as well as its representation in youth culture. Mythological subjects and their heroes remain attractive for the creative sphere for many centuries. For young people, immersion in mythology allows them to develop constructive solutions to many issues, to recreate a positive picture of the world through the eternal idea of the triumph of good and justice reflected in ancient texts. It is the reinterpretation approach to the reading of world-famous works that allows us to use a wide range of myth. For example, the interest in the myths of European society in the second half of the 20th century is due to the fact that this time is associated with the threat of the outbreak of nuclear war and, as a consequence, with constant uncertainty and the simultaneous desire of each person for a life-affirming and immutable basis, such as the classical one. The evolution of representations of myth in culture has led to the emergence of reinterpretations of the original source, making some of them popular, including with youth audiences. In the 21st century, other mythological images have emerged in accordance with the challenges of the time, which we consider as cultural products of a new level, characterized not only by an appeal to the classical text, but also by a commercial component. The article provides several examples of how the new artistic presentation of mythological characters is reflected in modern mass youth culture — in literature, video games and cinema. The modern interpretation of the tales of ancient civilizations is based on the cultural preferences of mass viewers: the images of myths can be canonical or modernized, but in any case universal. The process of giving new meaning to myths familiar from the school days from an unexpected (nonclassical) side has been repeatedly discussed in the scientific cultural field.*

The relevance of reinterpretation of mythological characters in youth culture is due to the desire of the new generation not only to rethink the cultural heritage, but also to get in touch with it.

Key words: reinterpretation, myth, youth culture, character, ancient gods, heroes, fantasy, modern mythology, impression economy, screen arts, artistic culture, cultural practices.

Citation: Normanskaya A.V. Reinterpretation of Mythological Characters in Youth Culture, *Observatory of Culture*, 2024, vol. 21, no. 4, pp. 377–385. DOI: 10.25281/2072-3156-2024-21-4-377-385.

References

1. Stavitsky A.V. The General Theory of Myth: Preliminary Results of Research, *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Filosofiya. Politologiya. Kul'turologiya* [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University Philosophy. Political Science. Cultural Studies], 2022, vol. 8, no. 2, pp. 16–26 (in Russ.).
2. Linchenko A.A. Myths About the Past in Media Environment: Theoretical Grounds and Russian Political Practice, *Sotsiodinamika* [Sociodynamics], 2022, no. 1, pp. 1–17. DOI: 10.25136/2409-7144.2022.1.32640 (in Russ.).
3. Malakhova E.V. Youth Subculture and Social Mythology, *Izvestiya MGTU "MAMI"*, 2014, vol. 5, no. 4 (22), pp. 116–121 (in Russ.).
4. Volkova P.S. "Carmen": Spain — France — Russia. Interpretation — Reinterpretation, *Iskusstvovedenie* [Art Criticism], 2023, no. 2, pp. 37–55 (in Russ.).
5. Orestova V.R., Tkachenko D.P., Manchkhavili M.A. Irrationality of Thinking as a Way to Cope with the Uncertainty of the Modern World, *Vestnik RGGU. Seriya "Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie"* [RGGU Bulletin. "Psychology. Pedagogics. Education" Series], 2021, no. 4, pp. 50–64. DOI: 10.28995/2073-6398-2021-4-50-64 (in Russ.).
6. Galanina E.V., Baturin D.A. Fantasy as Neomythological Reality, *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2016, no. 3 (385), pp. 41–45 (in Russ.).
7. Ivleva A.U. Interpretative Strategies of Fiction: Philosophical Aspect, *Gumanitarii: aktual'nye problemy gumanitarnoi nauki i obrazovaniya* [Russian Journal of the Humanities], 2010, no. 1, pp. 27–36 (in Russ.).
8. On Youth Policy in the Russian Federation: Federal Law: (as Amended by the Federal Law of April 22, 2024, no. 95-FZ), *Sobranie zakonodatel'stva Rossiiskoi Federatsii* [Collected Legislation of the Russian Federation], 2021, no. 1, art. 28, part 1 (in Russ.).
9. Amirkhanov A.M. The Triad of Postmodern Philosophy: "The Death of God" — "The Death of the Author" — "Death of the Subject", *KANT*, 2020, no. 2 (35), pp. 95–99. DOI: 10.24923/2222-243X.2020-35.19 (in Russ.).
10. Dombrovsky P.A., Khazanov O.V. The J.R.R. Tolkien's Myth in the Counterculture Outlooks in the West Society of 1960–1970s Years, *Istoriya i sovremennoe mirovozzrenie* [History and Modern Perspectives], 2020, vol. 2, no. 3, pp. 124–133. DOI: 10.33693/2658-4654/-2020-2-3-124-133 (in Russ.).
11. Usanova D.O. Virtual Culture as a Phenomenon of the Modern Times and Its Representation in the Sub-

- cultural Practices, *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Social Development], 2013, no. 11, pp. 395–397 (in Russ.).
12. Kuzema T.B. The Individual Author's Style of the American Writer Rick Riordan (Based on the Material of the Work "Percy Jackson and the Lightning Thief"), *E-Scio*, 2021, no. 8 (59), pp. 169–177 (in Russ.).
 13. Losev D.V. The Stunning and Terrifying Ascent of the American Superhuman in the Superhero Genre, *Industrii vpechatlenii. Tekhnologii sotsiokul'urnykh issledovaniy* [Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies], 2023, no. 1 (2), pp. 168–193. DOI: 10.34680/EISCRT-2023-1(2)-168-193 (in Russ.).
 14. Erokhina T.I., Badil K.K. Cinemacomics as Mythotext of Modern Popular Culture, *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2017, no. 3, pp. 359–363 (in Russ.).
 15. Aleksandrova E.A. New Mythology in Modern Mass Culture, *Vestnik Instituta kompleksnykh issledovaniy aridnykh territorii* [Bulletin of the Institute of Complex Studies of Arid Territories], 2013, no. 1 (26), pp. 129–131 (in Russ.).
 16. Galanina E.V., Baturin D.A. Mythological Structures in Video Games: Archetypes, *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ku'urologiya i iskusstvovedenie* [Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History], 2019, no. 36, pp. 31–48. DOI: 10.17223/22220836/36/4 (in Russ.).
 17. Lygina N.I., Parshikov N.A., Rudakova O.V. The Sphere of Culture and Leisure as a Major Component of the Economy of Impressions, *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management], 2020, no. 1, pp. 56–63. DOI: 10.17308/econ.2020.1/2754 (in Russ.).
 18. Tselykovskiy A.A. Modern Myth as Result of Interaction of Traditional Mythology and Ideology, *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2011, no. 30 (245), pp. 11–15 (in Russ.).
 19. Stavitsky A.V. The Development of Myth in Time: The Rationale for the Problem, *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Filosofiya. Politologiya. Kul'turologiya* [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University Philosophy. Political Science. Cultural Studies], 2019, vol. 5 (71), no. 4, pp. 72–84 (in Russ.).

НОВИНКА



Русская библиографическая традиция: к 100-летию со дня рождения Ирины Михайловны Полонской : сборник материалов научной конференции (16 декабря 2022 года) / Российская государственная библиотека, научно-исследовательский отдел редких книг (Музей книги) ; составители: И.Л. Карпова, Д.Н. Рамазанова ; ответственный редактор Д.Н. Рамазанова. Москва : Пашков дом, 2024. 152, [1] с. : ил.

Настоящий сборник посвящен памяти выдающегося библиографа, книговеда, исследовательницы старопечатной книги Ирины Михайловны Полонской (1922–1996) и приурочен к ее 100-летию юбилею. В издание вошли статьи участников научной конференции «Русская библиографическая традиция. Чтения памяти Ирины Михайловны Полонской. К 100-летию со дня рождения», состоявшейся в Российской государственной библиотеке 16 декабря 2022 года.

В воспоминаниях о И.М. Полонской и проблемных статьях рассматривается широкий круг вопросов, связанных с различными аспектами творческой и научной биографии Ирины Михайловны, отечественной и зарубежной библиографической традиции, задачами изучения изданий кириллического и гражданского шрифтов, хранящихся в собраниях России, Белоруссии и Сербии.

Подробная информация:

Российская государственная библиотека,
Издательство «Пашков дом»
119019, Москва, ул. Воздвиженка, д. 3/5
Тел.: +7 (495) 695-59-53, +7 (499) 557-04-70, доб. 26-46
E-mail: Pashkov_Dom@rsl.ru, sale.pashkov_dom@rsl.ru
Сайт: www.rsl.ru/pashkovdom