

ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ ГРЭЧАСКАЙ МІФАЛОГІІ Ў ТВОРАХ С. ФРАЯ “МІФ. ГРЭЧАСКІЯ МІФЫ Ў ПЕРАКАЗЕ” Л. РУБЛЕЎСКАЙ “СТАРАСВЕЦКІЯ МІФЫ ГОРАДА Б*”

М. С. Рак (Мінск, Беларусь)

Цікаваць да міфа як да аднаго з літаратурных жанраў ці модусаў або сістэмы першабытнай духоўнай культуры мае няспынны характар і актуалізуецца ў слоўных мастацтвах розных краін. Найбольш шырокае выкарыстанне ў літаратуры міфалогія атрымала ў эпоху Антычнасці (згадаем “Александрыю” і знакамiты лацінамоўны твор Я. Вісліцкага “Пруская вайна”), а таксама ў часы рамантызму (Я. і В. Грым). У XX і XXI стагоддзях стаўленне да міфа набыла крытычны пачатак, з’явілася новае вызначэнне “міфема, міфалагема – англ. – MITHEME – тэрмін міфалагіч. крытыкі, які абазначае запазычванне ў міфа матыва, тэмы ці яе часткі і ўзнаўленне ў пазнейшых фальклорных і літаратурных творах” [1, с. 236]. Творы ў гэты перыяд становяцца “не казаннямі, што з’яўляюцца неўсвядомлена-маст. аповедам пражавных, часта загадкавых для старажытнага чалавека прыродных, фізіялагіч. і сацыяльных з’явы пра стварэнне свету, пра загадку нараджэння чалавека і стварэнне чалавецтва, пра подзвігі багоў, цароў і герояў...” [1, с. 233–234], а інтэрпрэтацыяй міфалагічных сюжэтаў.

Паказальнай у дадзеным выпадку стала кніга англійскага пісьменніка Сцівена Фрая “Міф. Грэчаскія міфы ў пераказе”. Звяртае на сябе ўвагу назва выдання, у якой адзначаецца, што старажытнагрэчаскія міфы не аднаўляюцца, а пераказваюцца ў аўтарскай інтэрпрэтацыі. Аўтар свядома выбірае адрозных шлях ад знакамiтага спецыяліста па антычнай гісторыі і літаратуры Мікалая Куна (кніга “Легенды і міфы старажытнай Грэцыі”), які скрупулёзна і дэталёва апавядае пра багоў і герояў, узяўшы за аснову паэмы Гесіода “Тэагонія” і “Працы і дні”, Гамера “Іліяда” і “Адысея”, Авідзія “Метамарфозы”, а таксама трагедыі Эсхіла “Прыкуты Праметэй”, “Тыя, хто моліцца аб абароне” і інш. У адрозненне ад “дакладнасці” М. Куна, С. Фрай прапануе іншую аўтарскую стратэгію, якая адпавядае постмадэрнісцкай скіраванасці сучаснага грамадства: “... мне цікава толькі расказваць гісторыі, а не тлумачыць іх або даследаваць чалавечыя ісціны і псіхалагічныя глыбіні, што могуць пад гэтымі гісторыямі хавацца. Грэчаскія міфы і без гэтага ўражваюць уяўленне сваімі хваравітымі, ашаламляльнымі, рамантычнымі, камічнымі, трагічнымі, жорсткімі і чароўнымі падрабязнасцямі і таму самадастатковыя проста як гісторыі” [2, с. 12–13]. Кніга складаецца з прадмовы (аўтарскага тлумачэння выбару крыніцы для пераказу), візуальнага матэрыялу “Свет грэчаскага міфу” (карта свету грэкаў, генеалагічнае дрэва алімпійцаў), двух раздзелаў (“Пачатак”, ч. 1 і 2 і “Цацкі Зеўса”, ч. 1 і 2), дадаткаў і пасляслоўя. Асаблівую ўвагу аўтар скіроўвае на асучасніванне міфаў, у сваіх пераказах ён падае новыя незвычайныя звесткі пра багоў і міфічных істот, уводзіць унутраныя маналогі, разгорнутыя дыялогі, насычае тэкст падрабязнасцямі інтымнага характару, што адсутнічае ў першакрыніцах. Так, у “Руцэ Афрадыты” апавядаецца пра вызваленне Гефестам жонкі Зеўса Геры, прыкутай да залатога трона:

З ціхай усмешкай на крывым твары стаяў пасярод нябеснай залы Гефест.

– Прывітанне, мама, – сказаў ён. – Нешта не атрымліваецца?

– Гефест!

Ён закульгаў наперад.

– Наколькі я зразумеў, прызначана нейкая ўзнагарода?..

Афрадыта (менавіта яна была абяцаная Зеўсам у жонкі выратавальніку Геры. – М.Р.) зазмуцілася, пакусваючы губы. Арэс зарычаў і пасунуўся наперад, але Зеўс прытрымаў яго. Астатнія богі расступіліся, прапускаючы маленькага монстра, і той закульгаў туды, дзе сядзела на залатым троне Гера. Ад аднаго дотыку яго пальцаў падлакотнікі трона расціснуліся і вызвалілі Геру.

...Ён разумеў сваю пачварнасць і ведаў, што Афрадыта яго не кахае. Разумеў і тое, што, выказаўшы сваё права на гэты прыз, яна здрадзіць яму... [2, с. 108–109].

Чытач нібыта трапляе не ў халодна-рэалістычную, максімальна блізкую да першакрыніцы (грэчаскія міфы) рэчаіснасць, а ў звычайную сучасную сям'ю, дзе родзічы не могуць прымірыцца адзін з адным, знайсці шлях да паразумення, здраджваюць блізкім, забіваюць іх і пакутуюць і г. д. С. Фрай ажыўляе акамянелую гісторыю, набліжае яе да новай генерацыі рэцыпіентаў з дапамогай сатыры, гумару, “кліпавасці” і калажнасці тэкстаў, пацвярджаючы неаднаразова выказаную думку, што ён “ніколі не ставіў сабе мэту тлумачыць і паясняць міфы – толькі пераказваць іх... Калі нехта папракне мяне, што я пераказаў гэтыя гісторыі “няправільна”, мяне, лічу, выратуе тое, што яны, у рэшце рэшт, прыдуманія... У гэтым сэнсе, мне здаецца, я па магчымасці дапамагаю захаванне іх жывымі” [2, с. 519–520].

Зусім іншым шляхам, у адрозненне ад С. Фрая, ідзе Людміла Рублеўская, ствараючы арыгінальны і новы (як па змесце, так і па форме) для беларускай літаратуры цыкл апавяданняў “Старасвецкія міфы горада Б*”. У дадзеным выпадку мы маем справу менавіта з міфалагемамі, бо дзеянне ў творах пісьменніцы адбываецца ў XIX стагоддзі на Беларусі ў нейкім невялікім местачковым горадзе Б*, якіх у той час было дастаткова многа, ды і адрозненняў паміж імі фактычна не існавала. Тым самым Л. Рублеўская падкрэслівае, што гэта не нейкі канкрэтны горад, а, магчыма, уся Беларусь, сучаснасць якой пераплятаецца са старажытнасцю. Асновай апавяданняў з’яўляюцца грэчаскія і рымскія міфы: “Артэміда і Актэон”, “Апалон і Марсій”, “Арфей і Эўрыдыка”, “Скрыня Пандоры”, “Нарцыс і Рэха”, “Сідон і Траянцы”, “Семела і Юпітэр”, “Узнясенне Ганімеда”, “Адысей і Сірэны”, “Ахілесавы пятак”, “Пігмаліён і Галатэя”, “Теракл у Адмета”.

Цыкл беларускай пісьменніцы складаюць 12 твораў, змест якіх раскрываецца ў сціслых анатацыях, узятых з першаарыгінала: “Каханая жонка вялікага спевака Арфея, чароўная німфа Эўрыдыка загінула ад укусу змяі. Арфей спусціўся ў царства памерлых душ і моцай свайго мастацтва пераканаў Аіда, уладара гэтага царства, адпусціць Эўрыдыку на зямлю. Але на зваротным шляху, ля самага выйсця, Арфей азірнуўся, каб паглядзець, ці ідзе за ім Эўрыдыка, што рабіць яму было забаронена. І Эўрыдыка назаўсёды знікла” [3, с. 261].

Пісьменніца свядома зніжае высокі змест міфаў, надае ім местачковы каларыт і паўсядзённасць, таму персанажамі з’яўляюцца не багі і героі, а простыя мясцовыя жыхары: сын уладарніка піваварні Стась Гарбузак і юная выпускніца прыватнага пансіёна Ксеня Чычаловіч (“Арфей і Эўрыдыка”); летуценная незаможная ўладальніца радавой сядзібы Канстанцыя і карчомны заўседнік Чараціла (“Артэміда і Актэон”); таленавіты музыка-самародак Гірша і выдатны скрыпач Мікалай Паліванаў з Санкт-Пецярбурга (“Апалон і Марсій”); паштмайстар пан Сікорскі і жыхары горада Б* (“Скрыня Пандоры”); маладая паненка Аўгіння і яе малады муж бравы пажарнік Міхась Кудыка (“Семела і Юпітэр”) і інш.

Дзеянне ў творах пісьменніцы носіць будзённы характар, тут няма выключных падзвігаў, падкрэсліваецца камічнасць здарэнняў, выкрываюцца заганы “тубыльцаў”: недалёкасць, адарванасць ад жыцця, апантанасць пачуццямі, празмерная цікаўнасць, ганарлівасць, жаночае непастаянства, несумленнасць і інш. Значым, што з героямі апавяданняў здараюцца незвычайна-выключныя выпадкі, якія здзіўляюць местачкоўцаў і непасрэдных удзельнікаў падзей, але гэтая выключнасць хутка ператвараецца ў будзённасць, набывае звыклы, нетаропка-паўсядзённы жыццёвы лад.

Такім чынам, старажытнагрэчаская і рымская (два апавядання “Семела і Юпітэр” і “Узнясенне Ганімеда”) міфалогія ператвараецца ў тэкстах Л. Рублеўскай у міфалагемы: з’яўляюцца арыгінальныя аўтарскія сюжэтныя лініі з элементамі алузіі, заснаваныя на дыхатаміі высокага і нізкага, камічнага і трагічнага, прыгожага і агіднага.

Бібліяграфічны спіс

1. Современное зарубежное литературоведение : Страны Западной Европы и США: Концепции. Школы. Термины / Рос. акад. наук. Ин-т науч. информ. по обществ. Наукам ; науч. ред. и сост И. П., Ильин, Е. А. Цурганова. – М. : INTRADA, 1996. – 320 с.
2. Фрай, С. Миф. Греческие мифы в пересказе / С. Фрай : пер. с англ. – М. : Фантом и Пресс, 2023. – 544 с.
3. Рублеўская, Л. Ночы на Плябанскіх млынах : раман, апавесці, апавяданні. / Л. Рублеўская. – Мінск : Маст. літ., 2013. – 526 с.

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНО-ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМЫ ЧАЯ)

Т. В. Ратько (Минск, Беларусь)

Одной из особенностей современного ритма жизни является постоянный и обширный поток информации, который ежесекундно распространяется среди населения всего земного шара. Основным новостным и информационным проводником происходящих событий являются средства массовой информации, к которым относятся как печатные издания, так и телевидение, радио, а также интернет-ресурсы.

Для отечественных и зарубежных исследователей публицистический стиль, в котором реализуется функционирование всех вышеперечисленных средств коммуникации, является уникальным лингвистическим источником, который постоянно трансформируется и обновляется. Шарль Балли в своих записях отмечал: «Научный язык – это язык идей, а художественная речь – язык чувств» [1, с. 108]. Публицистика же в этом плане уникальна: она совмещает одновременно как элементы научного и официально-делового стилей, так и «язык чувств». Общеизвестны основные функции публицистического стиля: информационная и воздействующая. Грамотное владение тонкостями создания публицистических текстов, помимо успешной информационной просвещённости, позволяет всесторонне воздействовать на адресатов. Важную роль в этом процессе играют языковые особенности, которые учитываются специалистами-маркетологами при создании рекламных текстов – особого жанра публицистики. Реклама в современном обществе позволяет быстро, чётко и эффективно доносить информацию о предоставляемых товарах и услугах до потенциальных покупателей, способствовать первичному восприятию и привлекать внимание.

Если рассматривать рекламу как часть коммуникационного общественного процесса, то В. В. Учёнова предлагает следующую интерпретацию: «Реклама – ответвление массовой коммуникации, в русле которого создаются и распространяются информативно-образные, экспрессивно-суггестивные тексты, адресованные группам людей с целью побудить их к нужному рекламодателю выбору и поступку» [2, с. 17]. В дополнение к этому можно привести слова В. Г. Костомарова, который утверждал, что в рекламных текстах действует характерный для публицистики принцип «сопряжения экспрессии и стандарта, реализующийся в стилистических чертах и языковых средствах» [3, с. 67]. Практическое применение рекламы заключается в информировании потенциального покупателя, создании цепочки воспоминаний и наведении на мысль о возможной покупке. Реклама обращается к чувствам, эмоциям человека, воздействует на покупателя через сплетение идей и ассоциаций [4, с. 46]. Рекламный текст, как правило, создаётся с целью формирования преимущественно позитивных эмоций у потенциальных покупателей. Формированию такого эмоционально-экспрессивного контекста способствует употребление в рекламных конструкциях различных языковых единиц, которые