

## МЕЖДУ УТОПИЕЙ И АНТИУТОПИЕЙ: К ВОПРОСУ О ЖАНРОВЫХ ИСКАНИЯХ В. ПЕЛЕВИНА

А. Г. Коваленко, Ху Цзяжуй

Российский университет дружбы народов имени П. Лумумбы

Поступила в редакцию 1 ноября 2024 г.

**Аннотация:** цель исследования — на примере романа «Generation “П”» уточнить жанровую идентичность текстов В. Пелевина. Интерпретация творчества прозаика как «постмодернистского» не вносит окончательной ясности в понимание его мировоззрения, а нередко и противоречит реальной природе его произведений. В статье доказывается, что мировоззренческий пафос романа «Generation “П”» включает в себя две составляющие — утопизм и антиутопизм, два «полюса», наличие которых определяет специфику романов писателя.

**Ключевые слова:** В. Пелевин, дистопия, роман, миф, реклама.

**Abstract:** the purpose of the study, using the example of the novel «Generation “П”», is to determine the genre nature of V. Pelevin's texts. The interpretation of his work as “postmodernist” does not bring final clarity to the understanding of his worldview, and often contradicts the real nature of his texts. The study proves that the ideological pathos of the novel includes two components — utopianism and anti-utopianism, which are two “poles”, the presence of which determines the specifics of this and all subsequent novels by V. Pelevin.

**Keywords:** V. Pelevin, dystopia, satire, novel, myth, advertising.

В научно-критической литературе оценка творчества В. Пелевина за тридцать лет была весьма разноречивой: от признания оригинального его таланта как писателя до упреков в небрежности стиля и языка, тривиальности сюжетов. А. Генис, например, указывал на приоритет игры и сюжетосложения в противовес другим художественным достоинствам: «Собственно писательское мастерство тут все ушло в фабулу. Приоритет сюжета над языком заставляет предположить: Пелевин уже вступил на границу, за которой книга становится чем-то другим, например — сценарием видеоигры» [1, 210–214]. Обсуждалась также «ограниченность» творческого поля прозаика исключительно поп-артом и соцартом.

Полемика о В. Пелевине оставила нерешенным вопрос о жанровой идентичности его прозы: относить ли ее к утопии или антиутопии или не относить. Существуют, по крайней мере, два подхода: одни и те же тексты специалисты-филологи относят к утопии или к антиутопии [2, 6]. Говоря о философском аспекте прозы писателя, О. В. Жаринова делала акцент на «идеологическом обмане», которому подвергается человек в любом обществе, как в советском, так и в постсоветском: «Романы “Омон Ра” и “Generation П” представляют собой своеобразную диалогическую форму, в которой сначала показывается чудовищные формы тотального идеологического обмана общества, губительно воздействующие на личность (“Омон Ра”), а затем разоблачается мнимая свобода личности в постсоветском обществе, ориентиро-

ванном на чуждые национальным русским идеалам ценности американизированного общественного устройства» [3]. Согласно А. Бобылевой, продуктивным является выявление «способов и форм трансформации (курсив А. Бобылевой) антиутопического метажанра в его прозе» [4, 4].

Особое значение в контексте обсуждаемой проблемы антиутопизма имеет мифологическая составляющая романа «Generation “П”». Обращение Вавилена Татарского к «сакральному символизму культа Иштар в золотой маске, смотрящейся в зеркало» [8, 18] имеет в романе важную художественно-смысловую функцию. Иштар — знак культа «золота», то есть денег, спроецированный уже в современную ситуацию общества потребления. В этом же ряду находятся другие образы шумеро-аккадского происхождения — Вавилонское столпотворение и Вавилонская башня. «Зиккурат» со «спиральным подъемом», на который набредает Татарский и совершает «ритуальное» восхождение, — это не что иное, как профанированный символ. «Посвящение» героя в тайны жреческого искусства («мастерства рекламы») происходит при участии значимых деталей — пачки сигарет «Парламент», кубинской монеты с изображением Че Гевары, точилки для карандашей (пластмассового телевизора с нарисованным на экране глазом). Названные детали предваряют в сюжете дальнейшие «откровения» героя.

Образ Вавилонской башни ассоциативно связан с антиутопическим дискурсом романа. Он прочитывается как намек на идею разрушенной утопии — гармонического сосуществования людей, некогда

говоривших на одном языке. Строительство башни — метафора замысла «сделать себе имя», незавершенного из-за гордыни. Утопический проект не состоялся, так как Всевышний лишил людей общего языка, возможности коммуникации. Согласно еще одной трактовке, легенда содержит намек на «перспективы прогресса человеческой цивилизации» (Вавилонская башня), что органично вписывается в общую концепцию пелевинского романа. Мотив «смешения языка» в романе иллюстрируется с помощью пародийной буквализации метафоры. Под влиянием действия мухомора Вавилен Татарский, путаясь в словах, произносит исковерканные фразы. (Вместо «Мне хотелось бы попить воды!» говорит: «Мне бы хопить вотелось поды!» [8, 22]). Показательно, что в этом ряду упоминается и птица Семург. Ссылка на переосмысленный первоисточник — поэму «Беседа птиц» суфийского мистика Фарид-ад-Дина Атгара — дана в нарочито искаженном виде. Собеседник Татарского называет поэму «Парламентом птиц», что создает одновременно символический и пародийный контекст.

В романе звучит ироническая тональность, делегитимирующая «утопические» фантазии советской и ранней российской эпохи. Одновременно в нем содержатся антиутопические чувства и эмоции. О следовании названной проблематике и связанной с нею жанровой стратегии прозаика, в частности, пишет литературовед М. А. Камратова: «В. Пелевина и Б. Акунина постоянно интересуют социальные проблемы, которые традиционно связаны с литературными жанрами антиутопии и утопии, что проявляется в целом ряде произведений двух писателей. В. Пелевин тяготеет к изображению антиутопических миров, опираясь на классические антиутопические произведения и обогащая свое творчество жанровыми вариациями. Утопии в его текстах остаются на периферии. Создавая свои антиутопические миры, В. Пелевин чаще всего использует мотивы, сюжеты и образы антиутопий Дж. Оруэлла (“1984”), Е. Замятина (“Мы”), В. Набокова (“Приглашение на казнь”). В ранних произведениях В. Пелевина антиутопизм был связан преимущественно с критическим отношением к прошлому, в поздних — с критикой настоящего» [2, 6]. Можно согласиться с этим утверждением исследователя с той лишь поправкой, что оба вектора — антиутопический и утопический — могут «уживаться» в одном и том же произведении, утопия может сопровождаться акцентуацией неизбежности ее разрушения, воспоминание об утопическом прошлом — соседствовать с социальной сатирой.

Сверхзадачей В. Пелевина в романе «Generation “П”» является создание образа современной действительности. Социальная сатира, пародийные описания и эпизоды не отменяют объективного анализа механизмов общества потребления. Как известно,

французский философ Ж. Бодрийяр, проанализировав динамику экономического развития наиболее развитых стран Европы во второй половине XX века, наглядно показал иллюзорный характер западного процветания. Рост потребления вещей, общественных благ и услуг, которыми сопровождается развитие современного западного общества, имеет свою оборотную сторону — нищету. Богатство и комфорт, являющиеся признаками цивилизации, ведут к расточительству и накоплению излишков. Общество оказывается в замкнутом порочном кругу производства и потребления: чем больше производится, тем больше потребляется, и наоборот: чем больше потребляется вещей, тем больше вкладывается труда и ресурсов в возникающие новые запросы. Обновляются моральные установки. Если раньше героями и кумирами общества были люди-производители благ, первопроходцы, интеллектуалы, то в обществе потребления ценности меняются. Знаковыми фигурами становятся те, кто демонстрируют искусство расточительства — кинозвезды, актеры, люди шоу-бизнеса. Французский мыслитель увидел в потребительстве невидимую, но главную его черту — свидетельство умирания и гибели. Важное место в этом процессе занимают СМИ и реклама, они становятся своего рода субкультурой, орудием производства ради все возрастающего потребления, стимулятором «роскошного расточительства» [5]. В новых условиях претерпевает изменение искусство, оно незаметно «вживается» в рыночные процессы и даже переходит к нему в услужение, передавая какие-то свои эстетические возможности на потребу рекламирования вещей.

В романе «Generation “П”» изображен процесс формирования социального слоя, выступающего за «идеалы» общества потребления. «Демократизация», «открытость» и «шоковая терапия», пропагандируемые в этот период, стали стимулирующим «ферментом» для появления людей, проповедующих либеральные ценности. Но была и другая сторона процесса: возникла возможность выбора. Проблема выбора пути встала и перед российской интеллектуальной элитой. Вавилен Татарский является представителем круга новых деловых людей, которые были сформированы советской системой, но изменили свой образ мышления и свое поведение во время грандиозных социальных перемен, включившись в процесс приватизации и коммерциализации жизни в России. Главный герой романа предсказывает безрадостную картину дальнейшего пути Родины: *«В ближайшем будущем следует ожидать полной остановки большинства жизненно необходимых производств, финансового краха и серьезных социальных потрясений, что неизбежно закончится установлением военной диктатуры. Вне зависимости от своей политической и экономической программы будущая диктатура попытается обратиться к на-*

ционалистическим лозунгам; господствующей государственной эстетикой станет ложнославянский стиль...» [8, 12].

Принесенные чужим ветром «вестернизация» и приватизационные реформы не сделали Россию ни богатой, ни могущественной, лишь усугубили разрыв между богатыми и бедными, привели к беспорядкам. В 1990-е годы Россия переходила от одной крайности к другой, от старой утопии к новой.

Важнейший прогностический вектор произведения — пагубные последствия утопии. От описания современной российской социальной реальности до внимания к будущему развитию всего человечества, от иллюзорного сюжета к реальной сцене, писатель предвещает реконструкцию новой вавилонской башни, которая содержит весьма значимый антиутопический семантический комплекс.

Отметим также, что роман В. Пелевина не ограничивается критикой советской или буржуазной утопии. В нем связываются воедино различные жанрообразующие аспекты — пародия, ирония, мифология, политические и экономические темы. Утопизм и антиутопизм образуют в тексте связанное единство, позволяющее говорить о романе как дистопии, или метаутопии. Вполне можно согласиться с выводами исследователя о том, что специфика функционирования в творчестве Пелевина (анти)утопического метажанра определяется:

- своеобразием художественного метода писателя, представляющего собой сложное (часто неустойчивое) взаимодействие постмодернистских и реалистических принципов миромоделирования
- «своеобразием художественного метода писателя, представляющего собой сложное (часто неустойчивое) взаимодействие постмодернистских и реалистических принципов миромоделирования. В творчестве В. Пелевина происходит неуклонное «расширение границ и форм (анти)утопического метажанра» [3, 6]. О романе «Generation "П"» можно говорить как о превращении утопии в антиутопию, и такая трансформация является характерной особенностью постмодернизма. Как указывает Н. Якушева, «негативная утопия была сатирическим пародированием положительной утопии, ироническое её переворачивание превращалось в предсказание мрачных перспектив. Чаще всего они описывали возможные отрицательные последствия технического и научного прогресса, мировых войн, могущих повернуть историю вспять» [6, 16].

Модель современного общества потребления, изображенная В. Пелевиным, несет в себе особенности тоталитарного общества. В отличие от «этических» моделей, зафиксированных в «канонических» антиутопиях Е. Замятина, Д. Оруэлла, О. Хаксли, государства мы здесь не видим. Политическая акцентуация заменена социально-экономической.

Оранус, в котором тотальная нейтрализация личности с помощью медиа является одной из базовых основ существования человека, можно рассматривать как аналог «Идеального государства». В романе В. Пелевина мы не увидим Великого благодетеля, зато в нем есть диктат идеи о превращении индивида в счастливое существо через деперсонализацию и насаждение потребительских стереотипов. Место Великого благодетеля заняло всемогущее медиа, пропагандирующее те же идеи — человек счастлив, когда сыт и трудится во имя главной идеи, лишен индивидуальности. У Е. Замятина мы видим «механическую модель», где общество уподоблено машине подавления и принуждения к выполнению государственных функций. В. Пелевин снижает «уровень» потребностей и интересов — его тоталитарная модель низводится на биологический уровень. Его Оранус — это слепая «мамона», не осмысливающая себя интеллектуально или метафизически, не имеющая самосознания, уподобленная гигантскому моллюску. У Е. Замятина «нумера» еще обладают какой-то индивидуальностью, у В. Пелевина «люди-клетки» полностью лишены ее. Достигнув в процессе эволюции определенной биологической зрелости, «моллюск» довел до совершенства с помощью «медиа» функционирование главной жизненной функции — циркуляцию денег. Последняя играет роль «кровеносной системы». В романе «Ампир-V» этот мотив будет усовершенствован: «кровью» биологического социального организма станет жидкость под названием «баблос». Созданные В. Пелевиным образы вампиров, живущих за счет поглощения «баблоса», придают пелевинской модели еще более гротескный вид.

Как и во всех пелевинских романах, в «Generation "П"» присутствует широкий литературный интертекст, и везде ссылка на литературное имя функционально, оно играет на общий смысл произведения. Так, например, не случайно появляется В. Маяковский. Татарский оказывается возле памятника поэту на Садовом кольце и рассматривает его фигуру: *«Минут через пять задумчивой медленной ходьбы он оказался у статуи Маяковского. Остановившись, некоторое время внимательно изучал ее. Бронзовый пиджак, в который советская власть одела поэта, опять вошел в моду — Татарский вспомнил, что совсем недавно видел такой же фасон на рекламе Кензо»* [8, 44].

Здесь не только характеристика личности, «присвоенной» властью, но и аллюзия на мысль Б. Пастернака о том, как поэта насаждали «словно картошку при Екатерине». Здесь и намек на то, что поэт-футурист вписался в современную жизнь. Татарский в некотором смысле является дальним наследником пролетарского поэта. Поиски эффективных инструментов рекламы сродни технологии, раскрытой в декларации «Как делать стихи». Реклама в обществе



тотального потребления становится «искусством жизнестроения». Продукт, изготавливаемый Татарским, имеет все особенности лефовской эстетики. Криэйтор Татарский выполняет «социальный заказ», его реализация требует изощренности и остроумия, знания предмета, целевой аудитории и направлен на результативный эффект. Процесс требует продуманной концепции, учитывающей психологию потребителя. Татарский — «имэджмейкер», он создает образы, которые благодаря своей афористичности и метафоричности, неожиданности сочетаний сродни поэтическим произведениям. Вспомним, что герой начинал как поэт-лирик, которому был близок романтизм Б. Пастернака, но оказавшись в пространстве нового миропорядка, изменил своему кредо. Если быть еще точнее: сменил одно поэтическое призвание на другое. В сущности, он не отказался от поэзии, просто его «лирический ген» подвергся мутации, трансформировался в стратегию «жизнестроения». «Материал» слова, его смысловые ресурсы, игровые возможности значений, звучания и оттенков смысла пошли в дело, но стали служить иной задаче — рекламному делу.

Важной частью образования Татарского стали западные теоретики рекламной индустрии — Эл Райс, Дэвид Огилви и Россер Ривз. У них герой научился стратегии «внедрения» и «вовлечения». Татарский сформировал собственную технологию «жизнестроения».

В одном из рекламных проектов Татарский концептуализирует образ А. П. Чехова, используемый для рекламы сети магазинов GAP. Обыгрываются значения слов «пропасть» (по-английски — gap) и «разрыв». Контур просвета между ногами Чехова обретает форму песочных часов, символизируя разрыв культуры и цивилизации, а затем происходит ловкая подмена понятий, приводящая к рекламному продукту для компании GAP.

Потребительская модель Орануса «питается» в романе мифологическими источниками. В «расширенном сознании» Татарского возникает картина шумерской легенды об Энкиду, где демонстрируется версия природы человека, усиленная апокалиптическим смыслом. Детали этой картины, в сущности, дублируют версию Че Гевары: люди-бусинки ползут вверх по золотой нити благодаря усилиям рта и ануса. Высокая башня, из которой извергается огонь, символизирует гибель человеческой идентичности.

В романе В. Пелевина Татарский — «герой нашего времени». Отказавшись от романтического восприятия мира и творчества, пройдя этап рекламного «подмастерья», он движется по карьерной лестнице мастера-политтехнолога, а затем и главного технолога. «Институт пчеловодства» — ироническая аллегория индустрии, производящей политические симулякры, богатый материалом для которых служит сама реальность.

Замещение действительности ее симулятивным вариантом происходит с помощью денег и ради денег.

Медиа являются главным органом манипулирования общественным сознанием. Татарский, поначалу испытывающий моральный дискомфорт и внутренний конфликт, постепенно втягивается в «производственный процесс», заглушает в себе внутреннее сопротивление, становится его активным участником и организатором.

Механизмом манипулирования сознанием является телевидение. С его помощью создается симулятивная картина, которая замещает действительность, создает эффект «подлинности» происходящего, имитацию жизни. «Шизоманипулирование» осуществляется, как утверждает в романе, по методикам ЦРУ и МИ-5, с использованием технологии, закупленной в США, а целью является «нейтрализация остатков национально мыслящей интеллигенции».

«Герой времени» Татарский «эволюционирует» (деградирует) от совестливого юноши к циничному мастеру шизоманипуляции. Другой — от романтизма к цинизму и прагматизму — становится и его муза, его «Прекрасная Дама». В новую эпоху коммерции, потребления и стяжательства ею становится Богиня Иштар с ее «невыразимой и непривычной красотой». Гротесковая картина расширяется. Татарский видит на экране телевизора изображение Иштар, оно расплывается, но, когда Вавилон пытается настроить изображение, телевизор превращается в огромную черную дыру.

Символический брак с Иштар означает конец утопической мечты Татарского, прощание с остатками юношеского романтизма. Он символизирует победу прагматизма нового века. Этой подчеркнутой символической деталью Татарский отказывается от логотипа Пепси (знака позднего советского утопизма) и утверждает приоритет Колы.

Символична и другая деталь: образом облаков карьера Татарского начинается в начале романа, и им же завершается. В первом случае облака — мотив, навеянный Б. Пастернаком, во втором — он ассоциируется с остаточными иллюзиями утопической эпохи, запечатленной в любимом клипе: «Проходит несколько секунд, и герой, видимо успокаивается — повернувшись к камере спиной, он прячет платок в карман и медленно идет дальше к ярко-синему горизонту, над которым висят несколько легких высоких облаков». Роман закольцовывается, начало и финал зарифмованы облаками, утопизм и антиутопизм «прорастают» друг в друге.

Таким образом, в романе В. Пелевина, написанном в «ранний период» творчества, содержится одна из принципиальных компонент его мировоззрения — присутствие в тексте утопизма и антиутопизма. Обличительный пафос, обращенный к обществу потребления, усилен мифологической метафорой, сатирой, гротесково-ироническим анализом ORANUS.

Но есть и другая сторона, на которую мало обращают внимания аналитики. Это авторская ностальгия по настоящему, подлинному и чистому. Оно когда-то было у героя, это настоящее. «Мечта о прошлом» не может исчезнуть навсегда. Утопизм и антиутопизм существуют друг рядом с другом, друг в друге.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Генис А. Виктор Пелевин: границы и метаморфозы / А. Генис // Знамя. 1995. — № 12. — С. 210–214.
2. Камратова М. А. Антиутопическая и утопическая тенденции в современной русской литературе (на материале творчества Виктора Пелевина, Бориса Акунина): автореферат дис. ... канд. филол. наук / Новосибирский государственный педагогический университет / М. А. Камратова. — Новосибирск. — 2016. — 26 с.
3. Жаринова О. В. Поэтико-философский аспект произведений Виктора Пелевина «Омон Ра» и «Generation П»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Тамбовский государствен-

ный университет / О. В. Жаринова. — Тамбов, 2004. — 21 с.

4. Бобылева А. Л. Антиутопия как метажанр в прозе Виктора Пелевина: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Казанский (Приволжский) федеральный университет / А. Л. Бобылева. — Казань, 2018. — 22 с.

5. Бодрийяр Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. — Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/basis/3464/3466> (дата обращения: 30.09.2024).

6. Якушева Н. Б. Трансформация утопии в антиутопию в культуре XX века: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Санкт-Петербургский государственный университет / Н. Б. Якушева. — Санкт-Петербург, 2001. — 16 с.

#### ИСТОЧНИКИ

7. Вавилонская башня. Православная энциклопедия. — Режим доступа: <https://www.pravenc.ru/text/153805.html> (дата обращения: 30.09.2024).
8. Пелевин В. Generation П. — М.: Эксмо, 2017. — 352 с.

*Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы*

*Коваленко А. Г., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русской и зарубежной литературы.  
E-mail: ak-taurus@mail.ru*

*Дацзинский университет (КНР)*

*Ху Цзяжуй, кандидат филологических наук, преподаватель  
E-mail: 1041504265@qq.com*

*Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba*

*Kovalenko A. G., Doctor of Philology, professor, Head of the Department of Russian and foreign literature, philological faculty  
E-mail: ak-taurus@mail.ru*

*Daqing University (China)*

*Hu Jiarui, Candidate of Philological Sciences, Lecturer  
E-mail: 1041504265@qq.com*