

Таким образом, первую часть серии фильмов «Звездные войны» и первую серию «Игры престолов» разделяет более тридцати лет. За это время в культуре много чего изменилось, и здесь мы говорим не только об изменениях технологического плана, но и о сознании людей. С помощью вышерассмотренных примеров мы можем отметить тенденцию к коммерциализации мифологем. Это значит, что и сорок лет назад, и сейчас потребность в мифе для современного человека все еще высока. И мы можем заметить, что внедрение мифологем в массовую культуру (в кинематограф, в частности) практически гарантирует коммерческий успех.

Литература

1. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. – М.: Издательство имени Сабашниковых, 2004. – 286 с.
2. Топорков, А.Л. Мифы и мифология XX века: традиции и восприятие [Электронный ресурс] / А.Л. Топорков. – Режим доступа: www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm. – Дата доступа: 03.03.2019.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОКОЛЕНИЯ X В РОМАНЕ ВИКТОРА ПЕЛЕВИНА «ПОКОЛЕНИЕ “П”»

К. С. Ващилко

Белорусский государственный университет,
факультет социокультурных коммуникаций,
ул. Курчатова, 5, 220108, Минск, Республика Беларусь
e-mail: kseniya989472@gmail.com

В данной статье рассматривается отражение ценностных установок поколения X в романе В. Пелевина «Поколение “П”». Уделяется внимание лексике, которая проникала в то время в русский язык, что удачно запечатлено автором романа. Также осуществляется рассмотрение конкретных примеров сленга.

Ключевые слова: поколение, сленг, поколение X, В. Пелевин, «Поколение “П”», постмодернизм.

REPRESENTATION OF GENERATION X IN V. PELEVIN'S NOVEL «GENERATION “P”»

K. S. Vashchylka

Belarusian State University, Sociocultural Communications Department,
Kurchatov st. 5, 220108, Minsk, Republic of Belarus
e-mail: kseniya989472@gmail.com

This article deals with the reflection of the values of generation X in V. Pelevin's novel "Generation «P»". Attention is paid to the vocabulary which penetrated at that time into the Russian language, and that was successfully imprinted by the author of the novel. Furthermore, the concrete examples of slang are considered.

Key words: generation, slang, generation X, V. Pelevin, "Generation «P»", postmodernism.

Поколение в социологии – общность членов некоторого общества по времени рождения, это социально и классово определенные социально-демографические группы, находящиеся в неразрывной преемственности и связи друг с другом и различающиеся между собой возрастными границами, психофизиологическими особенностями, степенью освоения социального опыта, а вследствие этого и положением в социальной системе. Если одинаковый возраст членов данного сообщества является признаком их принадлежности к одному поколению, то из принадлежности людей к одному поколению еще нельзя делать вывод о равенстве их возраста. Общность возраста здесь скорее понимается как приблизительное равенство его у лиц, составляющих поколение. И эта общность здесь скорее говорит о возможном причастии их или непосредственной близости к тому или иному историческому событию [6, с. 13–14].

В социологии это скорее не рожденные в одном году, а те, кто родился в определенный временной промежуток. Люди естественным путем дифференцируются по возрастному признаку, именно он может быть основой разделения на поколения. Но различное социально-экономическое положение нарушает возрастные границы поколений, создавая неодинаковые условия для их формирования в разные исторические периоды. Одной из наиболее распространенных теорий, отражающих периодизацию поколений, является теория Н. Хоува и В. Штрауса, объединивших отдельные элементы социологического исследования и проблемы поколений. Экономист и специалист в области демографии Н. Хоув и историк, писатель и драматург В. Штраус создали свою теорию поколений в 1991 г. Их внимание привлек известный «конфликт поколений», не связанный с возрастными противоречиями. По их мнению, история развивается циклами, продолжительность которых приблизительно равна продолжительности человеческой жизни, т. е. 80–90 годам, состоящими при этом из четырех периодов, отличающихся друг от друга

превалирующими в обществе настроем и ценностями. Авторы дают подробное описание коллективного (собираемого) образа представителя поколений Америки со времен Великой депрессии вплоть до наших дней, куда вошли так называемые потерянное поколение, строители, молчаливое поколение, беби-бумеры, поколение икс, поколение миллениалов [7, с. 36–40].

В XX веке можно выделить 7 разных поколений, которые имеют свои определенные характеристики и названия. Практически у каждого из них есть определенный автор или исследователь, который первым обозначил данный феномен. Иногда поколение выделяет не какой-то определенный автор, а журнал, например, «молчаливое поколение» получило свое название в статье журнала Time. Эти 7 поколений XX века таковы: 1) 1880–1900 – Потерянное поколение; 2) 1901–1924 – Величайшее поколение; 3) 1925–1945 – Молчаливое поколение; 4) 1946–1964 – Поколение Бэби-бум; 5) 1965–1982 – Поколение X; 6) 1983 – конец 1990-х – Поколение Y; 7) 2000–2020-е – Поколение Z (см.: [8, с. 112–120]).

В любом случае, как бы не была точна эта классификация поколений, сказать, что рожденные в данный промежуток времени будут мыслить одинаково и вообще будут похожи, нельзя. Люди, имеющие в истории ничего не значащую разницу в 5 лет, будут иметь разное мировоззрение, воспитание и так далее. А 30-летний разрыв – это и вовсе люди с разными парадигмами сознания и набором социально-технологических навыков. Новые поколения и отвлечение от них не формируются сразу, а получают свои характеристики и название спустя какое-то время. Так что понять, что стало тупиком для этого поколения, а что переросло в новую генерацию, можно через несколько лет, а то и через несколько десятков лет.

Поколение X – это рожденные в 1965–1982 годах. Термин предложили британский исследователь Джейн Дэверсон и голливудский репортер Чарльз Хамблетт, а закрепил писатель Дуглас Коупленд. У каждого поколения определены события, которые повлияли на его развитие, на сформировавшееся мышление и его паттерны. Для поколения X такими событиями были Афганская война, операция «Буря в пустыне», начало эры персональных компьютеров, первая чеченская война. Декада 1970-х годов вошла в американскую историю как период студенческих волнений, негритянских бунтов, распространения наркотиков и сексуальной революции. Одновременно состоялась высадка астронавтов на Луну, разворачивалась

разрядка между СССР и США, состоялись визиты Никсона и Брежнева. Поколение 13 потеряло связь с бэби-бумерами. Но связано это не только с появлением телевидения и интернета. Здесь имеет смысл обратиться к парадигмам предыдущего поколения. Бумеры считали, что чем лучше ребенок научится справляться с трудностями, тем проще ему будет жить. Поэтому они не облегчали жизнь своим детям и могли даже усложнять. Это так называемое поколение с ключом на шее, дети, которые приучались к ранней самостоятельности, сами делали уроки, умели разогревать себе обеды, оставленные на плите. На иксов пришелся также бум разводов, который пошатнул семейные ценности растущего поколения. Многие женщины потянулись не к семье, что было привычно для предыдущего поколения, а к бизнесу, к самостоятельности и независимости.

Их отличительными особенностями являются умение рассчитывать только на себя, альтернативное мышление, информированность о том, что происходит в мире, готовность выбирать и меняться. По большому счету, люди этой возрастной категории являются одиночками, которые нацелены на упорный труд и достижение индивидуального успеха. Они двигаются по карьерной лестнице на протяжении долгих лет, придерживаясь одного направления. Если сравнивать их с поколением родителей, они предпочтут индивидуальный вид спорта, такой как большой теннис. На работе очень важно иметь альтернативу, их больше привлекает труд, где можно показать свой творческий потенциал и есть свобода выбора. Иксы будут полагаться на свой собственный опыт, на личное мнение. Им важно постоянно реализовывать себя. Для икса родина – это в первую очередь малая родина или очень малая: семья, близкий круг друзей, тот, который он сам считает своим. Представители этого поколения живут в эпоху постмодернизма, что также оказывает влияние на формирование их ценностей.

В. В Бычков пишет: «К началу XXI века феномен постмодернизма достаточно хорошо ощущается эстетическим сознанием и “продвинутой” философской мыслью» [1, с. 249]. Этот феномен до сих пор не имеет точного вербального выражения. Пока это обобщенное и расплывчатое понятие, фигурирующее в гуманитарных науках, начиная с конца XX века. Во всем мышлении и сознании, созданном постмодернизмом, формируется образ принципиально игровой, ироничной ностальгии по всей ушедшей культуре. Лейтмотивом деятельности модернистов была неудержимая устремленность куда-то вперед,

к чему-то принципиально новому, то есть деятельность, направленная на свержение чего-то устаревшего и утверждение инноваций. Для постмодернизма все эти устремления не имеют никакого смысла, постмодернисты хотят описывать, они не имеют никаких ценностей, никакой веры в разум, прогресс или истину, им интересно одно – наслаждение от игры во всех сферах жизни, или же в том, что еще недавно называлось культурой. Многие литературоведы связывают возникновение постмодернизма в культуре и литературе на рубеже XX–XXI вв. с политико-экономическим фактором последних десятилетий: переходом от индустриального общества к постиндустриальному в 1960-е годы, всеохватывающей информатизацией, разочаровании в возможности насильственного переустройства мира, согласно проектам Карла Маркса и Че Гевары. Некоторые, в том числе американские исследователи, трактуют сегодня русский постмодернизм как постмодернизм историчности, исследующий постмодернистское пространство в поисках потерянного времени.

В. Пелевин является одним из ярких представителей постмодернизма. Он стал автором культовых текстов 90-х годов. У Виктора Пелевина очень своеобразный творческий стиль, он использует мифологию в своих текстах, как будто так делают все и постоянно, будто это не что-то необычное, при этом соединяет ее с бандитизмом из 90-х, что вполне характерно для литературы постмодернизма. Одним из примеров его постмодернистских романов может быть «Поколение “П”». Это произведение о поколении россиян, которое взрослело и формировалось во времена политических и экономических реформ 1990-х годов. Действие его разворачивается в Москве 1990-х годов. Главный герой – Вавилен Татарский, интеллигентный юноша, выпускник Литературного института, свое необычное имя он получил от отца, поклонника Василия Аксенова и Владимира Ленина. Татарский – собирательный образ «поколения П», поколения Х.

Благодаря случайности он попадает в мир рекламы и открывает у себя талант сочинять рекламные слоганы. Таким образом он становится сначала копирайтером, затем «криэйтором». Задачей Вавилена является адаптация рекламы зарубежных товаров к сознанию отечественного потребителя. Затем Татарский становится творцом телевизионной реальности, замещающей реальность окружающую.

Главная проблема, поднятая в романе В. О. Пелевина «Поколение “П”», – это проблема идеологии потребления, установившейся в стране с падением тоталитарного режима и крушением Совет-

ского Союза. Если определять хронотоп романа – это Россия 90-х, когда на постсоветское пространство приходят ценности запада, в том числе и постмодернистские. Большинство исследователей рассматривают роман В. О. Пелевина «Поколение “П”» в русле постмодернизма, выделяя следующие черты: неоднозначность трактовки названия, смешение жанров в рамках одного произведения, многоплановость восприятия содержания, интертекстуальность, обилие цитат из других произведений, нарочитая перевернутость изображаемого мира [2, с. 16–17].

Хорошо показан психологический склад людей того времени (девяностых годов), который, в принципе, и сейчас остается почти неизменным в плане символики. Роман В. Пелевина «Поколение “П”», лейтмотивом которого является отрицание идеологии потребления, представляет в этом смысле большой интерес. Произведение Пелевина о поколении, жизненные ориентиры и идеалы которого сформировала телереклама. Накопления культуры, технические достижения, труд, интеллект и талант используются для утверждения главной ценности массовой цивилизации – потребления, обеспечивающего стабильный круговорот товаров и денег. Это история карьерного роста «невытрепанного эпохой» выпускника Литературного института по имени Вавилон Татарский, становящегося тружеником рекламы, а затем и творцом телевизионной реальности. Это история мутации от человека в мире литературы к производителю низкопробной, совсем не литературной рекламы, которую «пипл схавает». В романе Пелевина новую реальность, новый мир, строят новые русские, это новые герои своего поколения. Без особых навыков, умений и знаний у них получилось пробиться на самую верхушку, и они теперь хотят показать, что способны спустить целый мешок «зеленых» на какую-то никому не нужную рекламу. На поставленный когда-то в «Преступлении и наказании» вопрос о том, кто человек, «тварь дрожащая» или «право имеющий», очень точно ответил один из героев романа Морковин, он утверждает, что человек «тварь дрожащая, у которой есть неотъемлемые права», точно тем самым описав новую прослойку общества, которая появилась в 90-е, строила и меняла этот мир не для всех и каждого, а опираясь на свои желания и свое удобство, они променяли литературу на рекламный слоган, который приносил не эстетическое, а денежное удовлетворение. В финале романа Татарского спрашивают, зачем же он создал этот ужасный мир, но он и не понимает, о чем вопрос, неужели он

приложил руку к созданию ужасного мира, который способен прожевать и выплюнуть человека, не моргнув и глазом.

Девяностые – поистине необычайное время, когда ценности формировались максимально нестандартным образом, когда привычные категории для человека, который хочет, чтобы его называли «всеобщим авторитетом», стерлись и были написаны заново. Он больше не писал стихов, потому что они потеряли смысл и ценность. В. Пелевин пишет: «Сказать, что мир стал иным по своей сущности, тоже было нельзя, потому что никакой сущности у него теперь не было. Во всем царила страшноватая неопределенность» [5, с. 15]. Получается, что стихи Вавилена, как люди после развала СССР – у них отобрали основное, во что они верили, к чему стремились, что знали. И что же остается им делать после этого? Искать выход, создавать себя самим. Вот что так сильно отличает это поколение от всех остальных, их мир поменялся не за десять или за пятнадцать лет, вокруг выстроился абсолютно новый мир за пару лет. Причем не изменились здания, скамейки или дорожки, они лишь немного потускнели, потому что кому есть дело до скамеек, когда речь идет о целой стране. Изменился устой и поменялась реальность, а с реальностью был вынужден поменяться человек. Теперь главный не тот, кто знает томик Пастернака наизусть и может вам зарифмовать перевод с любого союзного языка, а тот, кто «шарит», как «наварить» бабла на пустом месте, и, несомненно, тот, кто обманывает людей, создавая их желание что-то купить без наличия оного. Татарского занимала не проблема морали и вопросы о том, что же будет дальше, его интересовал вопрос выживания, ведь он совершенно не знал, как вести себя в этом новом мире, который выстроился внезапно, за время учебы в институте.

Очень яркой отсылкой к поколению X в романе является использование лексики различных субкультур и заимствований из других языков, а также из лексикона маргинальных прослоек. То есть языковая оболочка играет не последнюю роль в создании полноценной картины мира поколения X. До сих пор длится горячий спор между исследователями жаргона, идет ли его развитие на пользу языку, развивает ли это его многогранность, или же наоборот, заставляет язык уходить в более простые формы, что не всегда хорошо. Для поколения X было несколько основных типов жаргона, например, такой как военный. Но основным временем формирования военного сленга была Великая Отечественная война, а в остальное время он пополнялся какими-то подсистемами за счет отражения того,

что происходит в обществе. Так же, как и во всех поколениях, одним из основных был молодежный жаргон. А в частности, студенческий, ведь студенты были всегда, вне зависимости от политических или экономических факторов, так что их жаргон никогда не прекращал развиваться. Но стоит помнить, что сленг молодежи в 90-е получил больше заимствований из наркосленга, чем из специального языка другой прослойки. Если сравнивать с 70-ми, то там заимствование шло больше внутри Советского Союза и гораздо реже из иностранных языков. А вот в 90-е это было двойное проникновение: из иностранных языков и из наркосленга. В романе очень много примеров заимствований из иностранных языков, например, названия денег. Мани, манюшки, зеленые, лэвэ – все это имеет одно значение, но по-разному пришло. У Пелевина читаем: «А ты не знаешь случайно, откуда это слово взялось – “лэвэ”? Мои чечены говорят, что его и на Аравийском полуострове понимают. Даже в английском что-то похожее есть...» «– Случайно знаю, – ответил Морковин. – Это от латинских букв L и V. Аббревиатура liberal values» [5, с. 52].

Подводя итоги, можно сказать, что своим романом Пелевин выразил общее состояние и духовные проблемы общества после развала Советского Союза, а также состояние целого поколения, которое формировало свои ценности и вставало на ноги именно в 90-е, что сыграло не последнюю роль в формировании самого поколения и его ценностей. Конечно, «Поколение “П”» у Пелевина немного жестче и отчасти гиперболизировано, но нельзя не отметить схожие черты двух поколений. Поколение X не отличается в ценностном плане от предыдущих поколений, у него яркая смена авторитетов и попытка поменять свою жизнь в лучшую сторону любыми способами. Это поколение людей, которые умеют рисковать и умеют ставить свою выгоду, а не выгоду страны на первое место. Роман описывает все пороки и преимущества того поколения, которому пришлось собраться с силами и выстоять в такой период, а также какие изменения пришлось претерпеть для этого. Актуальность произведения не ослабевает, видимо, проницательность Виктора Пелевина сильнее, чем сиюминутное происходящее в мире.

Литература

1. Бычков, В.В. Эстетика / В.В. Бычков. – М.: Гардарики, 2004. – 280 с.

2. Ильин, И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия / И.П. Ильин. – М.: Интрада, 1998. – 255 с.
3. Корнев, С. Столкновение пустот: может ли постмодернизм быть русским и классическим? Об одной авантюре Виктора Пелевина / С. Корнев // Новое лит. обозрение. – 1997. – № 28. – С. 22.
4. Курицын, В.В. Русский литературный постмодернизм / В.В. Курицын. – М.: ОГИ, 2000. – 282 с.
5. Пелевин, В.О. Поколение «П» / В.О. Пелевин. – СПб.: Азбука, Азбука – Аттискус, 2019. – 320 с.
6. Семенова, В.В. Социальная динамика поколений. Проблема и реальность / В.В. Семенова. – М.: РОССПЭН, 2009. – 218 с.
7. Coupland, D. Generation X / D. Coupland; пер. В. Ярцева, С. Силаковой. – М.: Иностранная литература, 1998. – 208 с.
8. Strauss, W. The Fourth Turning: An American Prophecy – What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendez-vous with Destiny / W. Strauss, N. Howe, 1997. – NY.: Broadway Books. – 452 p.