

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2024.49.13>

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И СТИЛЯ РОМАНА В.ПЕЛЕВИНА «GENERATION «П» КАК САМОУЧИТЕЛЯ ПО РЕКЛАМНОМУ ДЕЛУ

Научная статья

Шириева Е.Н.¹, Шириев Р.Р.^{2,*}

² ORCID : 0000-0002-1909-8656;

¹ Гимназия №139 - Центр образования, Казань, Российская Федерация

² Казанский государственный энергетический университет, Казань, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (shrr[at]list.ru)

Аннотация

В статье выдвигается проблема специфики языка литературного произведения в его соотносительности с литературным языком эпохи в целом. Предметом исследования выступают аспекты лингвистического анализа художественного текста и интеграции текста. Целью статьи является описание индивидуальных черт языка и стиля художественного произведения В.О.Пелевина «Generation «П» в парадигме рекламной индустрии. При исследовании текста были рассмотрены языковая картина и художественные особенности романа, проанализированы художественные средства языка, с помощью которых воплощаются идеи и образы. Язык рассматриваемого произведения является богатейшим материалом для исследования истории литературного языка. В романе язык рекламы бессознательно привлекает и вызывает ассоциации. Анекдот, граничащий с бредом воспаленного сознания, трансформируется в отпечаток нравов ушедшей эпохи.

Ключевые слова: язык и стиль литературного произведения, лингвистический анализ, язык рекламы.

SPECIFICS OF LANGUAGE AND STYLE OF V. PELEVIN'S NOVEL "GENERATION "P"" AS A SELF-TUTORIAL ON ADVERTISING BUSINESS

Research article

Shirieva Y.N.¹, Shiriev R.R.^{2,*}

² ORCID : 0000-0002-1909-8656;

¹ Gymnasium No. 139 - Education Center, Kazan, Russian Federation

² Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russian Federation

* Corresponding author (shrr[at]list.ru)

Abstract

The article brings forward the problem of the specificity of the language of a literary work in its correlation with the literary language of the epoch as a whole. The subject of the study is the aspects of linguistic analysis of the artistic text and text integration. The aim of the article is to describe the individual traits of language and style of V.O. Pelevin's fiction work "Generation "P"" in the paradigm of the advertising industry. In the study of the text the linguistic picture and artistic specifics of the novel were considered, the artistic means of language with the help of which ideas and images are embodied were analysed. The language of the considered work is the richest material for the study of the history of literary language. In the novel, the language of advertising unconsciously attracts and evokes associations. An anecdote, bordering on the delirium of an inflamed consciousness, is transformed into an imprint of the mores of a bygone era.

Keywords: language and style of a literary work, linguistic analysis, language of advertising.

Введение

Художественный текст представляет собой ту или иную информацию, которая всегда преследует определенные практические цели [1], [3], [6]. Сообщая что-либо, писатель одновременно, так или иначе, воздействует на читателя. Сила этого воздействия, прежде всего и по преимуществу, зависит от степени художественности произведения, его образности – выразительной фактуры [2], [3], [5]. Психологическое восприятие текста художественного произведения зависит от глубины его постижения. А на степень понимания художественного текста оказывает влияние наличие факта понимания языка, которым написан текст, когда известны те «языковые дроби», из которых слагаются целые образные единицы художественного языка [1], [2], [3], [5].

На рубеже веков в разобщенном обществе проходят бурные процессы мировоззренческого тотального обновления, сопровождающегося неизбежной переоценкой моральных и этических ценностей. Появляются произведения различной стилистической окраски [3], [5], [11]. В творчестве В.О.Пелевина наиболее ярко нашли отражение постмодернистские тенденции. Постмодернизм жадно заимствует из различных источников мировой литературы характерные стили и приемы. Он, можно сказать, практически полностью «обнажает» их чисто литературную и даже условную природу. Такое обнажение условности, а также сугубо языковая обусловленность текста в современной науке называется деконструкцией, то есть – обнажением приема, поиск интеллектуальных и исходных допущений, на основе которых автор выстраивает свое высказывание о мире. Для постмодернизма любое выражение словом – прежде всего факт языка [2], [11]. Вместо мировоззрения, которое давно устоялось и является прочным колосом, фундаментом, читателю нашей современности предлагаются иные интеллектуальные качества: «независимость»

критических суждений, так называемая «толерантность» или непредубежденность и терпимость к «ненормальному» с точки зрения здравомыслящего человека, безграничная открытость, нездоровая любовь к эстетическому многообразию, игровая раскованность, граничащая с развязностью и пошлостью, способность к иронии и самоиронии. Постмодернизм борьбе предпочитает игривое несерьезное бесконтактное взаимодействие либо вежливый отстраненный нейтралитет, а спору предпочитает непринужденный, неторопливый и ни к чему не обязывающий ни одну из сторон диалог. Такое отношение к культуре в целом для постмодернизма означает отсутствие и даже абсолютную невозможность возникновения и проявления агрессивности. Поэтому в культуре литературного постмодернизма мы наблюдаем процесс естественного стирания всяческих границ между стилями и жанрами. Происходит смешение между критикой и беллетристикой, между искусством и не искусством [4], [7], [8].

Постмодернизм, постструктурализм несут идею о том, что структура и центра всего сущего не существует, и это приводит к отрицанию существования «того, кто управляет этим миром». Подобная мысль прослеживается и в произведениях В.О.Пелевина. Писатель, в свойственной ему манере, реанимирует некоторые мифологические сюжеты, используя свой жизненный опыт через призму современности.

Изучение отдельных периодов развития литературных языков в различных аспектах приобретает особое актуальное значение в настоящее время, в том числе и объективное исследование языка и стиля художественных произведений, без которого невозможно установление преемственности и связи этапов развития языка с современным его состоянием [2], [6], [7], [8]. Язык любого писателя, в том числе В.О.Пелевина, может изучаться как свидетельство состояния языка в развитии и обогащении литературного языка.

В рамках данной статьи решалась задача выявления характерных черт языка и стиля художественного произведения В.Пелевина в парадигме рекламной индустрии. Были использованы описательный, дистрибутивный, количественный, имманентный, семантико-стилистический методы [1], [2], [3], [8], [11]. В нашей работе проведен системный лингвистический анализ романа В. Пелевина «Generation «П». Текст исследуемого художественного произведения написан на особом художественном языке, который не равняется нашему обиходному языку. Последний выполняет только функции общения.

Основные результаты и обсуждение

В романе «Generation «П» автор рассказывает о метаниях, бесконечном духовном поиске молодого человека, представителя «поколения пепси». К таким людям автор относит тех, молодость которых пришлось на начало восьмидесятых. Главный герой романа, имевший в «багаже» два высших образования и свойственные молодежи идеалистические представления о жизни, вынужден зарабатывать на хлеб насущный, становится продавцом. Однако вскоре его судьба бросает в «рекламный бизнес». Герой вынужден стать криэйтором. Он попадает в засекреченное заведение, где творится (в буквальном смысле слова: «творится», «сотворяется») самое сокровенное, самое интимное в государственной жизни – телеобраз государственных деятелей и политической жизни страны. Герои романа В.Пелевина занимаются тем, что сочиняют политическую жизнь страны, а потом с помощью компьютерных технологий воплощают («отцифровывают») свои сочинения в политическую анимацию для новостных телепрограмм. И соответственно, эта сочиненная и компьютерно-воплощенная виртуальная реальность управляет страной. Изготовителей телеперсонажей В.Пелевин называет в романе «копирайтеры».

Роман В.Пелевина «Generation «П» – комментарий текущей жизни. Если гротескность предыдущих текстов автора претендовала на гротеск философский, то в новом романе гротеск сатирический. В книге нет положительных героев. Справедливее будет сказать, что смех является единственным и главным условно положительным героем в его романе. В.Пелевин использует тонкую иронию и обличительную бескомпромиссную сатиру. Через страницы романа буквально проносятся бесконечные вереницы типичных персонажей, которые были взяты непосредственно из современности постперестроечной России. Здесь присутствуют и наркоманы, и «новые русские», и почти неотличимые от них «бандиты», нищие духом властители, люмпены–пролетарии, находящие утешение не в борьбе с несправедливым порядком вещей, а в квазбуддистской медитации, и циничные рекламщики, которые управляют всем происходящим.

Роман В.Пелевина насыщен атмосферой и живыми деталями, которые называют приметами времени, что позволяет увидеть в нем отражение реального мира, находящегося между прошлым и будущим.

В основе построения романа, с технической точки зрения, лежит коллаж текстов, так называемая переключка текстов, что позволяет автору наполнить «старый» текст новым смыслом. В этом и заключается «художественный метод» постмодернизма.

Особенно привлекает мифологическая насыщенность его произведения, обращение к древнеавилонской мифологии. В.Пелевина интересует древнеавилонская мифология. Она сопряжена в библейско-христианской памяти с резко отрицательными моментами. Так, например, Астарта – Иштар, преобразованный В.Пелевиным в божество «Рекламу», с «тофет» в долине Енном, место человеческих жертвоприношений, впоследствии – «геенна» для сжигания мусора. «Телец золотой не задействован: в мире виртуальных денег золото уже не играет прежней роли. Писатель актуализирует старославянскую синонимию слов «потребление» – «истребление» и извлекает из нее нужные ему смыслы» [4], [9], [11].

Роман «Generation «П»» насыщен различными литературными формами, присутствуют в нем анекдот, поговорка, присказка. Их в художественном произведении называют, как и сейчас, «рекламными слоганами». Одним из мифологических, анекдотических персонажей В.Пелевина является собирательный образ Нового Русского, в романе – Вовчик Малой. Другим анекдотическим, смехотворным художественным образом являются «чечены». Это символ Мусульманской Азии, неизвестной и потому пугающей для мифологизированного мышления среднего русского ситизена.

Отдельно можно выделить тематику «употребления наркотиков», которая занимает особое место в творчестве В.Пелевина. Один из персонажей – Вавилон Татарский курит наркотические вещества, нюхает кокаин, употребляет ЛСД, и даже глюкостенные грибы – сырые мухоморы.

Телевизионная реклама и «масс-медиа» выступают в роли главного персонажа романа и представляются как система и способ оболванивания наивного и часто пассивного населения, являясь по сути своей главной «мифологемой века». Вавилену Татарскому отведена роль практически ее пророка.

С одной стороны, складывается впечатление, что Вавилен обладает свободой воли. Однако его так называемая свободная воля руководствуется жадностью денег, которая, словно компас, ведет туда, куда нужно «Системе».

Роман «Generation «П» во многом посвящен рекламным технологиям. Рекламный текст (динамичный – статичный, аудиальный – визуальный) – текст яркий и действенный, притягивающий, задача которого – требовательная обращенность к потенциальному зрителю, читателю или слушателю (реципиенту). Он испещрен сценариями рекламных заставок.

Отрицая надоевшую рекламу, автор создает антирекламу, причем последняя оказывается действеннее рекламы. Через страницы книги вереницей проходят десятки самых расхожих товарных марок, смешиваясь в единую пеструю картину.

К наиболее ярким и характерным особенностям метаязыка рекламы-антирекламы В.Пелевина следует отнести броскость, приводящую в действие механизмы подсознательного утверждения и закрепления материала. На уровне текста это афористичность: «Деньги не пахнут! «Бенджамин» – Новый одеколон от Хуго Босс» [9].

Лаконичность, синтаксическая расчлененность таких фраз, а зачастую – наличие противительных отношений между компонентами (А, но В; А – не В; А, зато В) – приводят к их быстрой усвояемости, выполнению ими вторичной коммуникативной установки: в дружеском общении, на встрече «без галстуков» рекламные слоганы, употребленные в соответствии с уровнем их фразеологизации, инерционно выполняют ту же роль, что и впервые увиденные, – роль подсознательных стимулов, манипулирующих сознанием реципиентов и ведущих к заключению сделки.

Нарушение коммуникативных ожиданий через создание каламбуров и таких контекстуальных отношений, которые обнаруживали бы непривычные грани привычного словоупотребления.

Если учитывать, что «запланированная неожиданность» предполагает наименее критическое (и критичное) восприятие текста, – такие речевые ситуации, в которых взамен психологически естественному ожиданию предлагается нечто неожиданное, можно считать наиболее продуктивными с точки зрения рекламной сверхзадачи. Нарушение коммуникативных ожиданий происходит, если разрушен некий стереотип восприятия текста.

У Пелевина в романе необычно организованная подача текста предлагает, что воздействие осуществляется быстрее и полнее. Например, реклама сигарет «Парламент» предполагает выделение названия в слогане: «ПАР костей не ЛАМЕНТ» [9].

Заключение

Уникальность речевой структуры произведения В.Пелевина «Generation «П» проявляется в его абсолютной невоспроизводимости и в подвижности, разноместности различных образно-языковых оппозиций, которые своим движением в линейном направлении от начала к концу художественного текста и осуществляют эстетически преображенную коммуникативную функцию художественной речи. Писатель подбирает, а во многих случаях и трансформировал языковой материал в целях создания образов и общего образного строя произведения.

В произведении В.Пелевина все – идея, и все – слово, идея как содержание, и слово как форма нерасторжимы. Кроме слова в плоти, в ткани произведения нет ничего, а слово – это воплощенная идея. И образ героя, и композиция, и пейзаж, и сюжет, и тема, и весь сложный комплекс отражения действительности в романе даны только в формах слова, языка, и их соотношениях, взаимосвязях.

В романе В.Пелевина грамотно составленная реклама привлекает символические и семиотические факты, в том числе построенные на феноменах «коллективного бессознательного» и почти рефлекторно ассоциирующиеся с определенными представлениями и внутренними императивами. Язык рекламы выступает как сосредоточие риторических приемов и технологий, в равной мере учитывающих продуцирование текста, его функционирование и восприятие потенциальным реципиентом.

С другой стороны, анекдот, смешная выдумка В.Пелевина трансформируется в притчу, которая содержит в себе мифологию современности, обитающую в общественном коллективном сознании. Это художественное произведение можно рассматривать как этнографический документ, черно-белую фотографию или точнейший оттиск нравов ушедшей эпохи.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Адмони В.Г. Система форм речевого высказывания / В.Г. Адмони — Санкт-Петербург: Наука, 1994. — 151 с.
2. Бабенко Л.Г. Лингвистический анализ художественного текста / Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин — Москва: Наука, 2005. — 496 с.
3. Гиршман М.М. Литературное произведение: теория и практика анализа / М.М. Гиршман — Москва: Высшая школа, 1991. — 160 с.

4. Дашевская Е. И. «В поисках героя нашего времени...». По роману В. Пелевина «Generation П»: учебное пособие / Е. И. Дашевская, Т. П. Ковина — Москва: Флинта, 2022. — 53 с.
5. Домашнев А.И. Интерпретация художественного текста / А.И. Домашнев, И. П. Шишкина, Е. А. Гончарова — Москва: Просвещение, 1989. — 208 с.
6. Лотман Ю.М. Структура художественного текста / Ю.М. Лотман — Москва: Искусство, 1970. — 384 с.
7. Мухаметова А.И. Японоязычный слой текста в репрезентации ценностного концепта «geisha» в англоязычном романе М. Ивасаки «Geisha of Gion» / А.И. Мухаметова // Russian Linguistic Bulletin. — 2023. — 10 (46).
8. Николина Н.А. Филологический анализ текста: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Н.А. Николина — Москва: Академия, 2003. — 256 с.
9. Пелевин В.О. Generation «П» / В.О. Пелевин — Москва: АСТ, 2015. — 352 с.
10. Сейдашова А.Б. Пространственно-временной континуум романа В. Пелевина «GENERATION «П» как виртуальная реальность / А.Б. Сейдашова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. — 2018. — 4(100).
11. Шевченко Н.М. Основы лингвистики текста: Учебное пособие / Н.М. Шевченко — Москва: Приор-издат, 2003. — 156 с.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Admoni V.G. Sistema form rechevogo vyskazyvaniya [System of Forms of Speech Utterance] / V.G. Admoni — Sankt-Peterburg: Nauka, 1994. — 151 p. [in Russian]
2. Babenko L.G. Lingvisticheskij analiz hudozhestvennogo teksta [Linguistic Analysis of Literary Text] / L.G. Babenko, Ju.V. Kazarin — Moskva: Nauka, 2005. — 496 p. [in Russian]
3. Girshman M.M. Literaturnoe proizvedenie: teorija i praktika analiza [Literary Work: Theory and Practice of Analysis] / M.M. Girshman — Moskva: Vysshaja shkola, 1991. — 160 p. [in Russian]
4. Dashevskaja E. I. «V poiskah geroja nashego vremeni...». Po romanu V. Pelevina «Generation P»: uchebnoe posobie [“In Search of a Hero of Our Time...” Based on the novel by V. Pelevin “Generation P”: textbook] / E. I. Dashevskaja, T. P. Kovina — Moskva: Flinta, 2022. — 53 p. [in Russian]
5. Domashnev A.I. Interpretatsija hudozhestvennogo teksta [Interpretation of Literary Text] / A.I. Domashnev, I. P. Shishkina, E. A. Goncharova — Moskva: Prosveschenie, 1989. — 208 p. [in Russian]
6. Lotman Ju.M. Struktura hudozhestvennogo teksta [The Structure of a Literary Text] / Ju.M. Lotman — Moskva: Iskustvo, 1970. — 384 p. [in Russian]
7. Muhametova A.I. Japonojazychnyj sloj teksta v reprezentatsii tsennostnogo kontsepta «geisha» v anglojazychnom romane M. Iwasaki «Geisha of Gion» [Japanese-language Text Layer in the Representation of the Value Concept “Geisha” in the English-language Novel “Geisha of Gion” by M. Iwasaki] / A.I. Muhametova // Russian Linguistic Bulletin. — 2023. — 10 (46). [in Russian]
8. Nikolina N.A. Filologicheskij analiz teksta: Ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ped. ucheb. zavedenij [Philological Analysis of Text: study guide for students of higher educational institutions] / N.A. Nikolina — Moscow: Academia, 2003. — 256 p. [in Russian]
9. Pelevin V.O. Generation «P» [Generation "P"] / V.O. Pelevin — Moskva: AST, 2015. — 352 p. [in Russian]
10. Sejdashova A.B. Prostranstvenno-vremennoj kontinuum romana V. Pelevina «GENERATION «P» kak virtual'naja real'nost' [The Space-time Continuum of V. Pelevin's Novel “GENERATION “P” as Virtual Reality] / A.B. Sejdashova // Bulletin of the Chuvash State Pedagogical University named after I.Ya. Yakovlev. — 2018. — 4(100). [in Russian]
11. Shevchenko N.M. Osnovy lingvistiki teksta: Uchebnoe posobie [Fundamentals of Text Linguistics: Textbook] / N.M. Shevchenko — Moskva: Prior-izdat, 2003. — 156 p. [in Russian]