

Кандыбо Мария Александровна
магистрант историко-филологического факультета
учреждения образования «Могилевский государственный университет
имени А.А. Кулешова»
(г. Могилев, Беларусь)

ФЕНОМЕН ПОКОЛЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ РОМАНА В. ПЕЛЕВИНА «GENERATION “Н”»

Статья посвящена анализу феномена поколения в романе Виктора Пелевина «Поколение “ТГ”». Через образ главного героя, Вавилена Татарского, автор исследует влияние социальных и культурных изменений постсоветской России на формирование ценностей поколения 1990-х годов. Особое внимание уделяется роли рекламы и телевидения как инструментов моделирования реальности и создания иллюзорных идентичностей. Пелевин критически осмысливает кризис духовности и утрату традиционных ценностей, используя постмодернистские и сатирические приёмы. Роман предлагает читателю задуматься о влиянии массовой культуры на современное общество и его будущее.

Проблема поколенческой идентичности является важной темой в мировой художественной литературе и продолжает оставаться актуальной благодаря своему непреходящему значению. Авторы различных эпох и жанров исследовали эту проблему, акцентируя внимание на разнице взглядов между представителями разных поколений по важнейшим вопросам жизни. Среди таких вопросов можно выделить решения социальных проблем, значение искусства и науки, отношение к природе и окружающему миру, а также вопросы любви и человеческой сущности в целом. Художественная литература предлагает разнообразные подходы к осмыслению проблем поколения, предоставляя широкое и многогранное освещение этих вопросов.

Интерес к творчеству В. Пелевина не раз возникал в литературоведении. В рамках исследования поколенческой проблематики привлекают внимание такие работы, как Д. В. Нечепуренко («В. О. Пелевин. Традиции и новаторство») [4], О. Сергеевой («Пелевин – Верников – Сорокин и Великая Русская литература») [2], К. В. Кузнецова («Рефлексия как “уход” и “уход” как возможность “другого” в постмодернистской прозе») [3].

В данной статье ставится задача рассмотреть феномен поколения в произведении В. Пелевина «Generation “П”».

Роман Виктора Пелевина «Generation “П”», опубликованный в 1999 году, представляет собой постмодернистское произведение, которое глубоко затрагивает проблему поколенческой идентичности в контексте социальных и культурных трансформаций России 1990-х годов. Действие романа разворачивается в Москве, где главный герой, Вавилен Татарский, становится символом своего поколения, которое формировалось в эпоху радикальных политических и экономических реформ.

1990-е годы в России были временем значительных изменений, когда страна переживала переход от коммунистической системы к рыночной экономике и демократическим ценностям. Это привело к кризису идентичности, поскольку старые идеалы и ценности были разрушены, а новые еще не были сформированы.

Вавилен Татарский – собирательный образ «поколения “П”», включающее в себя людей, родившихся в 1970-х годах и взрослых в 1990-х. Его необычное имя, данное отцом-поклонником Василия Аксенова и Владимира Ленина, уже говорит о смешении культурных и идеологических влияний, которые формировали его идентичность:

«Оно было составлено из слов «Василий Аксенов» и «Владимир Ильич Ленин». Отец Татарского, видимо, легко мог представить себе верного ленинца, благодарно постигающего над вольной аксеновской страницей, что марксизм изначально стоял за свободную любовь, или помещанного на джазе эстета, которого особо протяжная рулада саффоно заставит вдруг понять, что коммунизм победит» [1, с. 16].

Текст произведения представляет собой своеобразный микс из названий известных брендов, рекламных слоганов, отрывков статей, городского фольклора и пространных размышлений. Буква «П» в названии романа включает в себя множество значений и в начале книги расшифровывается как «Пепси».

Пелевин описывает поколение, которое *улыбнулось лету, морю и солнцу и сделало выбор в пользу «Пепси»* [1, с. 8]. Это дети семидесятых,

среди которых был и Вавилен Татарский. В конце девяностых он уже взрослый, но совершенно не осознает, что происходит вокруг него.

Старая система ценностей ушла в прошлое, а новая формируется на глазах читателя, в атмосфере культурного и идеологического хаоса. Это поколение, по сути, оказывается потерянным в новом мире и нередко называется нецензурным словом на букву «П».

Реклама в романе играет ключевую роль в формировании идентичности персонажей. Она становится инструментом манипуляции общественным сознанием, создавая иллюзорные ценности и желания.

Искусственно раздутые образы успеха и счастья, транслируемые медиа и рекламой, создают иллюзорную реальность, в которой молодое поколение вынуждено искать свое место. Лозунг *«Все продается: любовь, искусство, планета Земля, вы, я»* становится не просто циничной констатацией факта, а определяющим принципом взаимодействия с миром [1, с. 120].

У автора бренды обретают священную мистическую силу. Рекламисты, включая Вавилена, стараются донести до широкой аудитории «божественность» продуктов, которые они предлагают. В этом им помогают специальные заклинания – рекламные слоганы. Реклама превращается в магический акт, способствующий трансформации России и адаптации продукта под отечественного потребителя:

*«И ДЫМ ОТЕЧЕСТВА НАМ СЛАДОК И ПРИЯТЕН.
ПАРЛАМЕНТ»*

Пелевин критикует постсоветскую реальность, показывая, как западный образ жизни и потребительское общество привели к утрате социальных, моральных и духовных ценностей. Рекламные ролики в романе – это не только коммерческие инструменты, но и отражение кризиса духовности и поиска смысла в пустоте.

Пелевин использует постмодернистские и сатирические приемы, чтобы отразить поколенческую идентичность. Роман характеризуется смешением реального и виртуального миров, что позволяет автору критиковать современное общество и его ценности. Вавилен Татарский, как персонаж, существует в состоянии «двойного присутствия», когда его личность раздваивается между различными ролями. Это отражает кризис идентичности, когда человек не может найти единую, стабильную идентичность в быстро меняющемся мире.

Вавилен создает телевизионную реальность, которая заменяет истинное существование. Эта виртуальная реальность представляет собой симулякр – термин, который использовал Бодрийяр для обозначения ко-

пии того, чего больше нет или что никогда не существовало. Например, товары, рекламируемые Вавиленом, формируют искусственный образ счастливого человека, не имеющего ничего общего с реальностью.

Homo Sapiens трансформируется в Homo Zapiens – от английского слова «to zap», что означает «стирать». Это поколение пустоты, существующее в несуществующем мире иллюзий.

В произведениях Пелевина Россия представляется многогранной и противоречивой. Не случайно имя главного героя напоминает название древнего города Вавилон. Россия является таким мультиязычным Вавилоном, расположенным на стыке Европы и Азии.

Мир, созданный Вавиленом через его слоганы, по его собственным словам, является «ложнославянским». Именно поэтому в названии романа используется английское слово «generation» вместо русского «поколение», хотя буква «П» все же написана кириллицей – как и в Вавилоне.

Суть национальной идеи, озвученной Пелевиным, раскрывается в эпиграфе, где он цитирует Леонарда Козна: «Я люблю страну, но не переносу того, что в ней происходит» [1, с. 7]. Однако наиболее четко Вавилен выражает эту идею в рекламном слогане для марки Gap: *«В России всегда был разрыв между культурой и цивилизацией, и в нынешние времена не стало культуры и нет цивилизации. Единственное, что осталось, – это Gap»* [1, с. 54]. Здесь обитает «стертое» поколение Homo Zapiens.

В романе «Поколение “П”» Виктор Пелевин глубоко исследует проблему поколенческой идентичности в контексте постсоветской России. Через образ Вавилена Татарского он показывает, как социальные и культурные изменения влияют на формирование ценностей и идентичности молодого поколения. Реклама и потребление становятся символами кризиса духовности и поиска смысла в пустоте. Роман предлагает читателю задуматься о том, как современное общество формирует идентичность и какие последствия это может иметь для будущего.

Эта тема остается актуальной и сегодня, поскольку вопросы идентичности и поиска смысла продолжают волновать молодое поколение. Роман Пелевина – это не только художественное произведение, но и социологический анализ, который помогает понять сложности формирования идентичности в условиях радикальных социальных изменений.

Список использованной литературы

1. Пелевин, В. О. Generation «П» / В. О. Пелевин. – М. : Магистраль, 2024. – 384 с.
2. Сергеева, О. Пелевин – Верников – Сорокин и Великая Русская Литература / О. Сергеева // Урал. – 1998. – № 10. – С. 148-156

3. CyberLeninka [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/refleksiya-kak-uhod-i-uhod-kak-vozmozhnost-drugogo-v-postmodernistskoy-proze-na-materiale-romana-viktora-pelevina-generation-p>. – Дата доступа: 12.04.2025.
4. CyberLeninka [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/v-o-pelevin-traditsii-i-novatorstvo>. – Дата доступа: 12.04.2025.