**Исследование характерных черт реализма в произведении «Generation ‘П’» В.О. Пелевина**

***Ян Цзин***

*Аспирант*

*Пекинский университет иностранных языков, Факультет русского языка, Пекин, КНР*

E–mail: *jan.jing@yandex.ru*

Роман «Generation ‘П’» — произведение современного российского писателя Виктора Пелевина, которое рассказывает историю Татарского, обычного студента литературного факультета, случайно оказавшегося в рекламной индустрии и постепенно превращающегося в элитного рекламщика. Произведение ярко иллюстрирует процесс изменений в мировоззрении и привычках главного героя, происходящих на фоне жизни коммерческого общества.

Несмотря на то, что это постмодернистское произведение, ядро реализма в нем нельзя игнорировать. «Феномен творчества В. Пелевина состоит в том, что, будучи писателем-постмодернистом, активно использующим художественные приемы данного литературного направления, он ставит классическую проблему, затрагивает тему «вечных вопросов» бытия.» [Евграфова 2011: 28]

Цель данной работы - выявить реалистические черты в произведении «Generation ‘П’» на основе Марксистской теории Запада.

Согласно теории овеществления Георга Лукача, теории культурной индустрии Франкфуртской школы и теории общества потребления Жана Бодрийяра, произведение «Generation ‘П’»можно охарактеризовать с точки зрения реализма в дальнейших ключевых аспектах.

Прежде всего, образ героя – это типичный человек, объективированный в капиталистическом обществе. В романе наглядно иллюстрирует процесс отчуждения российской интеллигенции в постсоветский период. Главный герой, Татарский, — студент литературного факультета, для которого творческая деятельность является свободным и осознанным процессом, который он инстинктивно осуществляет. Этот труд придает ему индивидуальную ценность, а обществу — социальную. Однако в той социальной среде, в которой он существует, он не может заниматься таким трудом, и его деятельность, обладающая естественными и необходимыми качествами, теряет свою значимость. Чтобы выжить, он вынужден изменить свою «мудрость», искать иной путь, стать рекламщиком, следовать по стопам «успешных» людей. И шаг за шагом он деградирует, продавая свое самосознание в лживом мире бизнеса. И значит, что он утрачивает свою субъективность как человеческие существа и превращаются в мёртвый вещь, как говорит Марк Липовецкий: «Вавилен Татарский такая же вещь, такой же продукт, как и то, что он рекламирует». [Липовецкий 2003: 508]

Во-вторых, в произведении детально раскрывает процесс и реальность использования телевидения капиталом в качестве мощного средства массовой информации, способного контролировать и формировать человеческое сознание. Мария Черняк выразила аналогичное мнение, «тема власти над современным человеком массмедиа в данном романе являлась лейтмотивной составляющей текста». [Черняк 2013: 432] Теоретики, такие как Адорно и Макс Хоркхаймер, утверждали, что культура и массовые медиа в современном капиталистическом обществе служат для поддержания социальной стабильности и воспроизводства господствующих идеологий. В «Generation ‘П’» Пелевин демонстрирует, как телевидение и реклама превращаются в неотъемлемую часть этой культурной индустрии. Рекламные агентства, с которыми взаимодействует главный герой, Вавилен Татарский, создают образы и символы, которые служат не только для продвижения товаров, но и для формирования ложных потребностей. Как в культурной индустрии, реальность здесь становится «производимой» и «потребляемой» массовыми средствами информации, а индивидуум превращается в часть потребительского потока, который невозможно остановить.

Кроме того, необходимо отметить, что в «Generation ‘П’» реклама и медиакультура становятся не просто коммерческими инструментами, а средой, в которой создаются новые мифы. Это связано с концепцией Бодрийяра о «символической экономики», в которой мифы потребления воздействуют на сознание и поведение людей. В «Generation ‘П’» рекламные образы и бренды становятся современными мифами, которые проникают в культуру и определяют не только потребительские предпочтения, но и более глубокие аспекты жизни человека, такие как ценности, идеалы и отношения.

В результате проведенного анализа мы пришли к выводу, что, в произведении Виктора Пелевина «Generation ‘П’» можно наблюдать яркие проявления реализма, в том числе рисованный образ героя и затронутые важные проблемы о личности и общества. Автор мастерски сочетает элементы фантастики и реальности, создавая многослойную картину общества, поглощённого рекламой и коммерциализацией. Главный герой, Татарский, через свою карьеру в рекламном бизнесе переживает не только внутренние метаморфозы, но и осознаёт изменения, происходящие в мире вокруг. Пелевин глубоко показывает реальную политическую и социальную ситуацию, рисуя образы людей, чьи идеалы и убеждения подвергаются трансформации в условиях стремительного перехода от социализма к капитализму. Через язык, наполненный ироничными и порой циничными элементами, писатель открывает перед нами как личные и общественные процессы сливаются в единую картину, полную абсурда и фрагментарности.

В итоге, Пелевин в своей работе достигает не только художественной выразительности, но и философской глубины, раскрывая важные социальные и культурные проблемы.

**Cписок литературы:**

1. Евграфова Л. В. Философствующий герой ранней прозы Виктора Пелевина//Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2011. № 9. С.28-35.
2. Лейдерман Н. Л., Липовецкий М. Н. Современная русская литература: 1950–1990-е годы: в 2 т. Т. 2:1968–1990. М.: Академия, 2003.
3. Черняк М. Массовая литература XX века. М.: Флинта, 2013.
4. Пелевин, В.О. «Generation “П”» М.: Вагриус, 2001.