

УДК 821.161.1

DOI: 10.34670/AR.2023.67.79.004

Мифологическая коммуникация в раннем творчестве Виктора Пелевина

Рудакова Светлана Викторовна

Доктор филологических наук, профессор,
кафедра языкознания и литературоведения,
Магнитогорский государственный технический университет,
455000, Российская Федерация, Магнитогорск, пр. Ленина, 38;
e-mail: rudakovamasu@mail.ru

Жавнерович Мария Сергеевна

Студент,
Магнитогорский государственный технический университет,
455000, Российская Федерация, Магнитогорск, пр. Ленина, 38;
e-mail: zhavnerovich2000@mail.ru

Аннотация

Проблема мифологической коммуникации (тип коммуникации, где средством воздействия коммуникатора на реципиента являются мифы) по-прежнему актуальна. Мифологическая коммуникация в современном обществе, как в сфере медиа, политики, бизнеса, так и в мире художественном, приобретает все возрастающее значение. В настоящее время неомифы активно создаются в сферах индустрии развлечений, их можно встретить и в рекламе, которая использует мифологические сюжеты, оказывающие воздействие на зрителей. Целью данной статьи является выявление особенностей и значения мифологической коммуникации в романах В. Пелевина на раннем этапе творчества автора. В ходе исследования использовались следующие методы: историко-литературный, архетипический и метод мифопоэтического анализа. Мифы играют важную роль в творчестве Виктора Пелевина как для постмодерниста и как для писателя-идеолога; мифы позволяют автору охарактеризовать героев художественных текстов, вывести читателей на понимание социальных и философских вопросов. Мифологическая коммуникация в ранних романах В. Пелевина связана с миром сна. При этом стоит отметить, что возникновение этого мира в произведениях «Омон Ра», «Чапаев и Пустота» обусловлено тем, что герои принимают снотворные препараты или испытывают на себе воздействие, которое вызывает галлюцинации у них. Во всех рассмотренных романах мифологическая коммуникация связана с социальной или политической проблематикой. Этот тип коммуникации помогает писателю ярче и убедительнее донести идеи своих произведений до читателя (реципиента).

Для цитирования в научных исследованиях

Рудакова С.В., Жавнерович М.С. Мифологическая коммуникация в раннем творчестве Виктора Пелевина // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 7А. С. 26-33. DOI: 10.34670/AR.2023.67.79.004

Ключевые слова

Виктор Пелевин, мифологическая коммуникация, ранние романы, архетип, мифологическое сознание, постмодернизм, мифы.

Введение

Современный мир, несмотря на предпочтение научной парадигмы познания действительности, по-прежнему зависим от мифа. Воспринимается он по-иному, иначе определяет поведение человека, но зависимость от него общества по-прежнему остается. Множество работ посвящено изучению как классического [Лосев, 1990; Малиновский, 2015; Мелетинский, 2006], так и современного мифа [Жавнерович, 2022; Современная российская мифология, 2005; Шемякина, 2005]. Отдельные составляющие мифа ушли в прошлое, рассматриваясь как проявление наивности древнего человека, но ряд особенностей мифа в силу своей универсальности оказались востребованы и в современной коммуникации. Как отмечают исследователи, одной из причин живучести мифа является то, что он воспринимается как «живая реальность» [Малиновский, 2015, 98], он «не повествует о чуждых человеку событиях» [Почепцов, 2006, 95], а рассказывает именно о том, в чем человек сам принимает активное участие. Но события внешнего мира в мифе представлены в иной, порой алогичной связи. Эту странность мифа отмечал еще А. Ф. Лосев, определяя данное качество мифа как «отрешенность» [Лосев, 1990, 448]: «Действительность остаётся в мифе той же самой, что и в обычной жизни, только меняется её смысл и идея» [Лосев, 1990, 448]. Можно выделить и особый мифологический код – «доверие/недоверие», на основе которого может тематизироваться любая социальная и культурная система (о чем в своей работе размышляет Н. Луман [Луман, 1994]), в которую легко вращается мифологическая коммуникация. Но в мифе есть своя логика; образы и события внешнего мира, описываемые в мифе, предстают в некоей причинно-следственной связи, подчиняясь именно мифологической логике. Специфику структурного анализа мифа отразил в своих работах К. Леви-Стросс [Леви-Стросс, 1983]. В основе такой коммуникации лежит ориентация на мифы, которые превращаются в «инструмент сознательного и целенаправленного воздействия одного субъекта коммуникации на другого, коммуникационное пространство становится пространством мифологическим, в нем миф обретает свою силу и власть» [Шемякина, 2015, 250].

Интересна мифологическая коммуникация и для современных писателей. Для В. Пелевина мифологическая коммуникация имеет большое значение [Жавнерович, 2022; Рудакова, Жавнерович, 2021]. Чтобы понять, как этот тип коммуникации реализуется в раннем творчестве писателя, следует учитывать то, что его в творчестве обнаруживается проявление постмодернистских принципов и приемов [Мэйпин, 2018], например, характерна для манеры писателя интертекстуальность, реализуемая в том числе за счет использования аллюзий, сюжетов, образов из других текстов, в том числе из мифов [Безруков, 2019]. В. Пелевин нередко обращается к характерному для постмодернизма приему параллельного построения текста [Мэйпин, 2018], вводя в свои произведения два параллельных сюжета, один из которых относится к миру обычной жизни, а другой – к миру сна, связанному с мифологическими сюжетами. В своем творчестве В. Пелевин создает собственный неомиф.

Значение мифологической коммуникации в романе В. Пелевина «Жизнь насекомых»

Мифологическая коммуникация важна в романе «Жизнь насекомых», написанного в 1993 г.; данное произведение – своего рода аллегория на жизнь человека, которая сопоставляется с существованием насекомых [Пелевин, 2017].

Стоит отметить, что в мифологиях разных народов часто встречается мотив превращения людей в насекомых, образы которых всегда имеют определенное символическое значение. Так, в произведении В. Пелевина упоминаются муравьи, которые в римской мифологии сопоставляются с Церерой, хтонической богиней производительных сил земли, произрастания и созревания злаков, подземного мира, а также брака и материнства [Мифы народов мира, II, 1982, 616-617]. В романе Марина является летучей муравьихой. Это неслучайно, так как она бессознательно жертвует своей молодостью, красотой ради продолжения рода, материнства, дочери Наташи, которая, в свою очередь, повзрослев, превращается в муху. Примечательно, что в мифологиях разных народов мухи – символ нечистоты и назойливости. Неслучайно Наташа желает богатства, но не стремится работать, из-за чего вступает в отношения с иностранцем, комаром Сэмом.

Интересно и то, что Марину и Наташу можно сопоставить с героинями из древнегреческой мифологии, Деметрой и Персефоной. Так, Деметра в мифе изображается как скорбящая мать, которая потеряла дочь Персефону, похищенную Аидом [Мифы народов мира, I, 1980, 364-366]. Марина тоже теряет свою дочь, однако в романе данная героиня находится под землей, Наташа же уходит от нее на свет и погибает, не воскресая, как Персефона.

Обращает на себя внимание сюжетная линия, связанная с мотыльками Димой и Митей. Во многих мифологиях именно в мотыльков превращаются души умерших людей. В связи с этим стоит вспомнить эпизод, где Митя борется с собственным трупом, а также то, что герои обсуждают, что такое свет и тьма [Пелевин, 2017]. Первые воспоминания Мити начинаются с падения с дерева. Интересно и то, что данному персонажу снится сон, то есть в этом романе есть разделение мира реальной жизни и мира сна. Во сне все насекомые поклоняются гнилому пню. Его можно назвать сниженным образом мирового дерева. В славянской мифологии это дерево, у корней которого приносят жертвы и на котором обитает божество – оно соединяет небо и землю, богов и людей, является центром мира, мировой осью, воплощением мироздания. Его крона доходит до неба, а корни достигают преисподней [Грищенко, 2009]. Пелевин, низводя мифологический образ мирового дерева до образа гнилого пня, намекает на нравственный упадок российского общества начала 1990-х годов. По этой же причине героями романа автор делает насекомых.

Значение мифологической коммуникации в романе В. Пелевина «Чапаев и Пустота»

Значима мифологическая коммуникация и в романе В. Пелевина «Чапаев и Пустота», созданном в 1996-м году. Действие в нем происходит в 1919-м году в дивизии Чапаева, где главный герой, поэт-декадент Петр Пустота, служит комиссаром. В революционном Петрограде он знакомится с Василием Чапаевым и уезжает с ним на фронт Гражданской войны. Также действие разворачивается и в 90-е годы XX века в психиатрической больнице, в которой центральный персонаж проходит экспериментальный курс реабилитации, методика которой заключается в галлюцинаторном опыте.

Стоит отметить, что Пустота убежден, будто мир революционной России является

действительным, а мир больницы – это его сон. Мотив сна характерен и для эпизода произведения, когда упоминается притча Чжуан-Цзы о бабочке, которой снится, что она китайский мыслитель, видящий сон, что он бабочка. С помощью данной притчи писатель переводит читателей из одного психического измерения Петра Пустоты в другое. Примечательно, что именно такое параллельное построение сюжета романа позволяет В. Пелевину оправдать парадоксальное совмещение в одном пространстве двух героев, один из которых является реальной исторической личностью, а другой – вымышленным героем. Поэтому можно сказать, что разделение пространства на мир реальности и мир сна помогает раскрыть отношения между двумя центральными персонажами произведения. Так, Чапаев стремится к пробуждению, просветлению Пустоты, становясь его своеобразным духовным учителем, пытаясь объяснить главному герою, что нереальны оба мира, в которых он находится.

Подобные отношения между героями намекают на то, что Чапаева в данном романе можно рассматривать как носителя буддистской философии. Кроме того, этот персонаж связан и с самим Буддой, так как в финале указано, что у него отсутствует левый мизинец, он был использован Анкой в качестве пулемета. Это своего рода аллюзия: данный палец – это мизинец Будды Анагамы, который, указывая на что-либо, уничтожает это. То, что у Чапаева нет мизинца, подчеркивает, что он своеобразный Будда и совершает трансформацию в одно из его воплощений. Можно сказать, что В. Пелевин в данном случае создает собственный неомиф о Чапаеве. Интересно, что писатель в начале произведения пишет о том, что этот человек приобрел мифологические черты в народной памяти, в культуре [Пелевин, 2019а, 8]. Создавая образ Чапаева, Пелевин учитывает и информацию о нем, накопленную народным сознанием, и то, что рассказал об этом герое в своем романе «Чапаев» Д. А. Фурманов, о котором упоминается в тексте Пелевина.

Следует отметить, что оба писателя создают миф о Чапаеве, однако делают это по-разному. Например, можно рассмотреть эпизод, связанный с рекой, который является ключевым в этих произведениях. Чапаев тонет в Урале. У Фурманова это реальная река, которая обозначена на географической карте. У В. Пелевина же это «условная река абсолютной любви» [там же, 386]. Поэтому в ней нельзя утонуть. Урал – это некая переправа, ведущая к Нирване. Ведь в буддизме достижение Нирваны связывается с тем, что человек преодолевает реку. Именно поэтому можно сказать, что В. Пелевин в своем романе демифологизирует образ Чапаева, создает не только неомиф, но и «антимиф» о нем вне времени, инкорпорируя в свой художественный текст фрагменты социалистического произведения [Демин, 2010].

Можно сделать вывод, что в произведении «Чапаев и Пустота» мифологическая коммуникация помогает В. Пелевину построить сюжет произведения и создать «антимиф» о Чапаеве.

Значение мифологической коммуникации в романе В. Пелевина «Generation “П”»

Стоит сказать и о романе В. Пелевина «Generation “П”». В этом произведении писатель, разграничивая мир реальности и мир сна (принимая здесь форму галлюцинаторного бреда), смешивает несколько дискурсов: социальный, рекламный и непосредственно мифологический [Силантьев, 2007]. Примечательно, что мифологическая коммуникация, которая является также одной из тем романа, имеет большое значение для каждого из дискурсов. В данном произведении повествуется о поколении россиян, что сформировалось во времена реформ 90-х годов XX века (речь идет о так называемом «поколении “Пепси”»). Главный герой – Вавилен Татарский, он случайно оказывается в мире рекламы и создает рекламные слоганы [Пелевин,

2019б]. Пелевин часто использует рекламные слоганы. М. Павлов считает, что произведение даже перегружено ими [Павлов, 1999]. Но именно слоганы позволяют писателю лучше раскрыть тему мифологической коммуникации, автор показывает, что в рекламе они помогают её создателям воздействовать на людей. Например, слоган «Just be», упоминаемый в романе [Пелевин, Generation «П», 93], отсылает нас к мифологическим архетипам героя, искателя и ребенка [Юнг, 1991], потребностью которых является радость жизни. Именно из-за мифологической коммуникации, влияющей на эмоции, человек легко верит рекламе, мечтая за деньги обрести возможность стать счастливым и потому покупает товары [Рудакова, Жавнерович, 2021, 49].

Мифологическая коммуникация в данном случае связана с тремя видами «вау-импульсов», о которых рассказывает Че Гевара. Так, один из них побуждает человека поглощать деньги, другой заставляет тратить их, а третий нужен, чтобы подавлять все психические процессы, не связанные с материальными средствами [Пелевин, 2019б, 122-123]. Стоит отметить, что эти «вау-импульсы» помогают человеку избавиться от конфликта между своим реальным и идеальным образами, а также насладиться при их совпадении, то есть испытать счастье. Именно мифологическая коммуникация, использованная в рекламе, способствует тому, чтобы люди получали удовольствие от траты денег. Ведь создатели рекламных роликов с помощью монтажа и архетипических образов переключают внимание человека с одной детали на другую, манипулируя его сознанием [там же, 120]. Именно поэтому рекламу можно назвать одним из главных способов социального манипулирования [Свекла, 2015]. Ведь люди, приобретя дорогие товары, уверены, что стали счастливы [Рудакова, Жавнерович, 2021].

В. Пелевин в своем романе создает неомиф о сфере рекламы, а через него и неомиф о своем поколении. Так, Татарский сравнивает данное поколение со спящей собакой, могущей, как говорит легенда, проснуться, и тогда в мире наступит хаос [Пелевин, 2019б, 346]. Примечательно, что это соответствует буддистской идее «Жизнь есть страдание. Но есть Путь». Так, существует учение о четырех благородных истинах. Во-первых, вся жизнь – страдание. Во-вторых, причиной этого страдания являются желания. В-третьих, страдания пресекаются путем устранения желаний. В-четвертых, есть восьмеричный путь, который помогает избавиться от страданий и обрести счастье [Урбанаева, 2015]. Можно сказать, что хаос, связанный с поколением, о котором пишет автор, – это и есть страдание, страданием является и то, что данное поколение легко поддается манипуляциям. Поэтому стоит сказать, что писатель создает антиутопический неомиф о своем поколении. Ведь он показывает отталкивающий и даже пугающий мир, в котором живет данное поколение, что характерно и для жанра антиутопии [Гришенкова, 2012]. Также эпизод с псом отсылает читателя к германо-скандинавской мифологии, где есть описание пса Гарма, хтонического существа, охраняющего мир мертвых. Когда этот пес завоюет, начнется Рагнарек – гибель богов и мироздания в целом [Зелинская, 2020]. Значит Пелевин обращается и к эсхатологическим мотивам, которые связаны именно с поколением.

Пелевин в романе «Generation “П”» использует мифологическую коммуникацию, чтобы объяснить сложную для целого поколения россиян политическую и общественную ситуацию, когда на смену старому миру приходит новый.

Заключение

Мифологическая коммуникация в ранних романах В. Пелевина связана с миром сна. При этом стоит отметить, что возникновение этого мира в произведениях «Омон Ра», «Чапаев и Пустота» обусловлено тем, что герои принимают снотворные препараты или испытывают на

себе воздействие, которое вызывает галлюцинации у них. Во всех рассмотренных романах мифологическая коммуникация связана с социальной или политической проблематикой. Этот тип коммуникации помогает писателю ярче и убедительнее доносить идеи своих произведений до читателя (реципиента).

Библиография

1. Безруков А.Н. Жанровые эксперименты Виктора Пелевина: традиция и вариант // *Libri Magistri*. 2019. № 3 (9). С. 91-101.
2. Грищенко Т.Ф., Черняева А.Н. Предписанное счастье антиутопий XX века // *Культура. Духовность. Общество*. 2012. № 12. С. 41-45.
3. Грищенко В.В. Славянское язычество и мифология // *Аналитика культурологии*. 2009. № 1 (13). С. 242-246.
4. Демин В.И. Миф о Чапаеве в романе Виктора Пелевина «Чапаев и Пустота» // *Проблемы истории, филологии, культуры*. 2010. № 4 (30). С. 136-143.
5. Жавнерович М.С. Мифологическая коммуникация в романах Виктора Пелевина 1990-х и 2000-х годов // *Libri Magistri*. 2022. № 3 (21). С. 46-54.
6. Зелинская Е.И. Эсхатологические мотивы в романах В. Пелевина // *Сибирский филологический форум*. 2020. № 1 (9). С. 64-69.
7. Леви-Стросс К. Структурная антропология. М.: Наука, 1983. 536 с.
8. Лосев А.Ф. Диалектика мифа // Из ранних произведений. М., 1990. С. 393-599.
9. Луман Н. Понятие общества // *Проблемы теоретической социологии*. СПб., 1994. С. 25-42.
10. Малиновский Б. Магия, наука и религия. М.: Академический проект, 2015. 298 с.
11. Мелетинский Е.М. Поэтика мифа. М.: Восточная литература, 2006. 407 с.
12. Мифы народов мира: энциклопедия: в 2 т. М.: Советская энциклопедия, 1980-1982. Т. 1-2.
13. Мэйпин Я. Специфика постмодернистской прозы В. Пелевина 1990-х гг.: некоторые наблюдения // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2018. № 2-2 (80). С. 261-264.
14. Павлов М. Generation П или П forever? // *Знамя*. 1999. № 12. С. 204-207.
15. Пелевин В.О. Generation «П». М.: Эксмо, 2019. 352 с.
16. Пелевин В.О. Жизнь насекомых. М.: АСТ, 2017. 180 с.
17. Пелевин В.О. Чапаев и Пустота. М.: Эксмо, 2019. 416 с.
18. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2006. 651 с.
19. Рудакова С.В., Жавнерович М.С. «Рекламное счастье» в романе В. Пелевина «Generation «П»» // *Палимпсест*. 2021. № 1 (9). С. 92-106.
20. Свекла Т.П. Слоган как основной компонент рекламного сообщения и его влияние на массовое сознание // *Коммуникативные исследования*. 2015. № 3 (5). С. 87-95.
21. Силантьев И.В. Дискурс откровения в романе В. Пелевина «Generation «П»» // *Новый филологический вестник*. 2007. № 2 (5). С. 267-273.
22. Урбанаева И.С. Три уровня презентации Буддой учения о Четырех Благородных Истинах // *Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение*. 2015. Т. 13. С. 218-226.
23. Шемякина Е.М. Мифологические модели в современной культуре деловых коммуникаций // *Массовые коммуникации на современном этапе развития мировой цивилизации*. М.: Гуманитарно-социальный институт, 2015. С. 250-254.
24. Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1991. 290 с.

Mythological communication in Victor Pelevin's early work

Svetlana V. Rudakova

Doctor of Philology,
Professor of Linguistics and Literature Department, Docent
Nosov Magnitogorsk State Technical University,
455000, 38, Lenina ave., Magnitogorsk, Russian Federation;
e-mail: rudakovamasu@mail.ru

Mariya S. Zhavnerovich

Graduate Student,
Nosov Magnitogorsk State Technical University,
455000, 38, Lenina ave., Magnitogorsk, Russian Federation;
e-mail: zhavnerovich2000@mail.ru

Abstract

This article talks about the relevance of the topic of mythological communication at the present time due to the need to find out how myths affect modern man. The problem of the work is the impact of mythological communication on readers and the significance of this type of communication in Victor Pelevin's early prose. The purpose of this article is to analyze and understand the meaning of mythological communication in Pelevin's novels at an early stage of the author's work. The following methods were used in the course of the study: historical and literary, archetypal methods and the method of mythopoetic analysis. The paper draws the following conclusions: mythological communication is of great importance for the primitive world and for modern society; myths play an important role in the work of Pelevin as a postmodernist and as an ideologue writer; myths allow the author to characterize the heroes of literary texts. The result of the study is the conclusion that mythological communication at an early stage of Pelevin's work helps the writer to convey the ideas of novels to recipients. Mythological communication in the early novels of Pelevin is connected with the world of sleep. In all the considered novels, mythological communication is connected with social or political issues. This type of communication helps the writer to convey the ideas of his works to the reader more vividly and more convincingly.

For citation

Rudakova S.V., Zhavnerovich M.S. (2022) Mifologicheskaya kommunikatsiya v rannem tvorchestve Viktora Pelevina [Mythological communication in Victor Pelevin's early work]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (7A), pp. 26-33. DOI: 10.34670/AR.2023.67.79.004

Keywords

Victor Pelevin, mythological communication, early novels, archetype, mythological consciousness, postmodernism, myths.

References

1. Bezrukov A.N. (2019) Zhanrovye eksperimenty Viktora Pelevina: traditsiya i variant [Genre experiments by Viktor Pelevin: tradition and variant]. *Libri Magistri*, 3 (9), pp. 91-101.
2. Demin V.I. (2010) Mif o Chapaevе v romane Viktora Pelevina «Chapaev i Pustota» [The myth of Chapaev in Victor Pelevin's novel "Chapaev and Pustota"]. *Problemy istorii, filologii, kul'tury* [Problems of history, philology, culture], 4 (30), pp. 136-143.
3. Grishchenko V.V. (2009) Slavyanskoe yazychestvo i mifologiya [Slavic paganism and mythology]. *Analitika kul'turologii* [Analytics of cultural studies], 1 (13), pp. 242-246.
4. Grishenkova T.F., Chernyaeva A.N. (2012) Predpisannoe schast'e antiutopii XX veka [Prescribed happiness of dystopias of the 20th century]. *Kul'tura. Dukhovnost'. Obshchestvo* [Culture. Spirituality. Society], 12, pp. 41-45.
5. Jung K.G. (1991) *Arkhetip i simvol* [Archetype and symbol]. Moscow.
6. Levi-Strauss K. (1983) *Strukturnaya antropologiya* [Structural Anthropology]. Moscow: Nauka Publ.
7. Losev A.F. (1990) Dialektika mifa [Dialectics of myth]. In: *Iz rannikh proizvedenii* [From early works]. Moscow.
8. Luman N. (1994) Ponyatie obshchestva [The concept of society]. In: *Problemy teoreticheskoi sotsiologii* [Problems of

- theoretical sociology]. St. Petersburg.
9. Malinovskii B. (2015) *Magiya, nauka i religiya* [Magic, science and religion]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ.
 10. Meiping Y. (2018) Spetsifika postmodernistskoi prozy V. Pelevina 1990-kh gg.: nekotorye nablyudeniya [Pelevin's Postmodern Prose in the 1990s: Some Observations]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Questions of theory and practice], 2-2 (80), pp. 261-264.
 11. Meletinskii E.M. (2006) *Poetika mifa* [Poetics of myth]. Moscow: Vostochnaya literature Publ.
 12. (1980-1982) *Mify narodov mira: entsiklopediya: v 2 t.* [Myths of the peoples of the world: encyclopedia: in 2 vols.]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya Publ. Vol. 1-2.
 13. Pavlov M. (1999) Generation P ili P forever? [Generation P or P forever?]. *Znamya* [Banner], 12, pp. 204-207.
 14. Pelevin V.O. (2019) *Chapaev i Pustota* [Chapaev & Pustota]. Moscow: Eksmo Publ.
 15. Pelevin V.O. (2019) *Generation «P»* [Generation «P»]. Moscow: Eksmo Publ.
 16. Pelevin V.O. (2017) *Zhizn' nasekomykh* [Insect life]. Moscow: AST Publ.
 17. Pocheptsov G.G. (2006) *Teoriya kommunikatsii* [Theory of communication]. Moscow: Refl-buk Publ.
 18. Rudakova S.V., Zhavnerovich M.S. (2021) «Reklamnoe schast'e» v romane V. Pelevina «Generation "P"» [Advertising Happiness" in V. Pelevin's novel "Generation P"]. *Palimpsest*, 1 (9), pp. 92-106.
 19. Shemyakina E.M. (2015) Mifologicheskie modeli v sovremennoi kul'ture delovykh kommunikatsii [Mythological models in the modern culture of business communications]. In: *Massovye kommunikatsii na sovremennom etape razvitiya mirovoi tsivilizatsii* [Mass communications at the present stage of development of world civilization]. Moscow: Humanitarian and Social Institute.
 20. Silant'ev I.V. (2007) Diskurs otkroveniia v romane V. Pelevina «Generation «P»» [Discourse of revelation in V. Pelevin's novel "Generation P"]. *Novyi filologicheskii vestnik* [New Philological Bulletin], 2 (5), pp. 267-273.
 21. Svekla T.P. (2015) Slogan kak osnovnoi komponent reklamnogo soobshcheniya i ego vliianie na massovoe soznanie [Slogan as the main component of an advertising message and its influence on mass consciousness]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Research], 3 (5), pp. 87-95.
 22. Urbanaeva I.S. (2015) Tri urovnya prezentatsii Buddoi ucheniya o Chetyrekh Blagorodnykh Istinakh [Three levels of Buddha's presentation of the doctrine of the Four Noble Truths]. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politologiya. Religiovedenie* [Proceedings of the Irkutsk State University. Series: Political Science. Religious studies], 13, pp. 218-226.
 23. Zelinskaya E.I. (2020) Eschatologicheskie motivy v romanakh V. Pelevina [Eschatological motives in V. Pelevin's novels]. *Sibirskii filologicheskii forum* [Siberian Philological Forum], 1 (9), pp. 64-69.
 24. Zhavnerovich M.S. (2022) Mifologicheskaya kommunikatsiya v romanakh Viktora Pelevina 1990-kh i 2000-kh godov [Mythological communication in the novels of Viktor Pelevin in the 1990s and 2000s]. *Libri Magistri*, 3 (21), pp. 46-54.