

УДК 821.161.1.09-14+929

ББК 83.3(2Рос-Рус)-8

DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-203-209

И. Ю. Иванюшина
Саратов, Россия

Irina Yu. Ivanyushina
Saratov, Russia

ЖАНР САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ЛИРИКЕ РУССКОГО ФУТУРИЗМА

THE GENRE OF SELF-PRESENTATION IN THE POETRY OF THE RUSSIAN FUTURISM

В статье рассматривается особое место жанра самопрезентации в лирике русского футуризма, обусловленное общим стилем эпохи и парадоксальной коммуникативной стратегией нового поэтического течения; прослеживается связь жанров самопрезентации и рекламы. Анализ основных признаков жанра самопрезентации – образов автора, адресата, времени и их речевого воплощения – доказывает их подчиненность главной коммуникативной цели футуристической поэзии – поразить читателя необычностью авторской индивидуальности и картины мира, рожденной ею.

На материале поэзии В. Маяковского, В. Хлебникова, Е. Гуро, А. Крученых, Д. Бурлюка, И. Северянина, В. Каменского, К. Олимпова выявляются и сопоставляются групповые и индивидуально-авторские приемы самопрезентации: использование имени собственного, сведений о месте рождения, проживания, физических данных самопрезентанта, декларация его мировоззренческих установок, желаний и пристрастий. Обнаруживаются устойчивые модели взаимоотношения автора с миром, которые вполне укладываются в неоромантический канон: я – чужой, я – сумасшедший, я – гонимый, я – одинокий. Столь же традиционным является и прием косвенной самопрезентации – сопоставление себя с великими. Специфически футуристическими можно признать антиэстетическую и абсурдную самопрезентации, которые целиком относятся к области художественной коммуникации. В статье рассматривается обусловленная коммуникативной стратегией футуристов концепция адресата, анализируется характер взаимодействия с аудиторией. Футурист постоянно балансирует на грани успех / провал, последний не считается коммуникативной неудачей, напротив, он приближает окончательную победу. Утверждению торжества нового искусства подчинена и концепция времени футуристической самопрезентации. Фактор языкового воплощения (оказиональное словотворчество, расширение границ поэтического языка, языковая игра, фонетика) подтверждает взаимную обусловленность футуристической поэтики и прагматики. Проведенный анализ позволяет отнести жанр самопрезентации к ядру художественной системы футуризма.

Ключевые слова: жанры речи, самопрезентация, коммуникативная стратегия, реклама, футуризм,

The article considers a special place of the self-presentation genre in the poetry of the Russian futurism; this place was predetermined by the overall style of the epoch and the counterintuitive communicative strategy of the new poetic school, the connection between the self-presentation and advertisement genres is traced. Analyzing the main features of the self-presentation speech genre – the images of the author, addressee, time, speech externalization – proves that they serve the main communicative goal of the futurist poetry – to impress the reader by how exceptional the author's individuality is as well as the world picture it produces.

On the material of the poetry by V. Mayakovsky, V. Khlebnikov, E. Guro, A. Kruchenykh, D. Burlyuk, I. Severyanin, V. Kamensky, K. Olimpov both collective and individual authors' techniques of self-presentation are singled out and juxtaposed: using one's name, using the data of the self-presenter's place of birth, place of living, physical appearance, the declaration of one's world views, wishes and partialities. The article brings to light the sustained models of the author's relationships with the world; they fully conform to the neo-romantic canon: I am a stranger, I am crazy, I am a castaway, I am lonely. Equally traditional is the technique of indirect self-presentation – comparing oneself with the great. Anti-aesthetic and absurd self-presentation can be acknowledged as specifically futuristic; they are entirely related to the sphere of artistic communication. The article considers the concept of the addressee, predetermined by the futurists' communicative strategy; the character of the interaction with the audience is analyzed. A futurist always walks on the brink of success / failure, the latter is not considered a communicative failure, if anything, it facilitates the ultimate victory. The concept of time of the futuristic self-presentation also serves the assertion of the new art triumph. The factor of the language externalization (occasional word-formation, broadening the bounds of the poetic language, language play, phonetics) confirms the mutual determination of the futuristic poetics and pragmatics. The undertaken analysis allows to refer the self-presentation genre to the core of the futurist artistic system.

Key words: speech genres, self-presentation, communicative strategy, advertisement, futurism, author's

образ автора, концепция адресата, Маяковский, Хлебников, Северянин, Крученых.

image, addressee concept, Mayakovsky, Khlebnikov, Severyanin, Kruchenykh.

Сведения об авторе: *Иванюшина Ирина Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русской и зарубежной литературы.*

Место работы: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского.

E-mail: *iiyu@mail.ru*

ORCID *0000-0002-7980-4030*

About the author: *Ivanyushina Irina Yuryevna, Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian and Foreign Literature.*

Place of employment: *Saratov State University.*

E-mail: *iiyu@mail.ru*

ORCID *0000-0002-7980-4030*

Самопрезентация – побудительное начало и преобладающая коммуникативная стратегия лирического высказывания как такового. Это очевидно, не только когда речь идет о лирическом герое или ролевой лирике, но и в том случае, когда автор говорит с читателем посредством «резко своеобразного поэтического мира» [1 : 80], он в конечном итоге все равно презентует себя, а не как субъекта уникальной речи, а как субъекта уникального видения.

Активность стратегии самопрезентации и разнообразие ее тактик зависит от эпохи, литературного направления, авторской индивидуальности. Однако далеко не всегда эта стратегия облекается в форму речевого жанра самопрезентации. Но даже если лирический текст содержит формальные признаки какого-либо первичного речевого жанра, он трансформирует их, подчиняет собственной художественной задаче. Так, например, происходит с жанром приказов в послереволюционной лирике В. Маяковского. Его «приказы по армии искусств» никому ничего приказать не могут, поэт не обладает необходимыми для этого полномочиями; отношения адресант – адресат не соответствуют жанровой конвенции. Это, по определению М. Бахтина, лишь «условное разыгрывание первичного речевого жанра» [2 : 251]. В форму приказа у Маяковского облекается манифест нового социалистического искусства. Обращение именно к этому речевому жанру предопределено императивным стилем эпохи.

Несколько иначе обстоит дело с жанром поэтической самопрезентации. Здесь функции первичного речевого жанра в значительной степени совпадают с художественными задачами лирического произведения в целом – самопрезентации авторской индивидуальности, неповторимого душевного строя и уникальной картины мира, им порожденной. Кроме того, самопрезентация – речевой жанр, включающий индивидуальный стиль в замысел высказывания. Стиль речи является мощнейшим средством самопрезентации. А в лирическом произведении стиль не только «прямо входит

в само задание высказывания» но и «является одной из ведущих целей» [2 : 241].

И все же одной родовой спецификой лирики невозможно объяснить количественный рост и беззастенчивую эпатажность поэтических самопрезентаций начала XX в. Это явление обусловлено содержанием и стилем эпохи: новая картина мира требовала «оживления», осмысления своего места в ней; индивидуализм, субъективизм, имморализм санкционировали самые экстравагантные модели поэтического поведения; бурно развивающаяся реклама подсказала агрессивные приемы продвижения нового экспериментального искусства.

Амплуа «шарлатанов-рекламистов» закрепилось за футуристами с первых их выступлений. Так, например, в 1913 г. А. В. Луначарский в статье «Футуристы» писал о «рекламном трезвоне геростратов», противопоставляя «мощных новаторов, серьезных искателей – рекламной шумихе и кувырканию» [3]. И действительно, все четыре универсальные функции рекламы – экономическая, социальная, маркетинговая, коммуникационная – обнаруживаются во многих футуристических текстах. Их самопрезентации содержали информацию о появлении нового течения в искусстве, способствовали конкурентной борьбе традиционного и новаторского, продвижению «торговой марки» футуризма, о чем прямо заявлял В. Маяковский в статье «И нам мяса!»: «Что такое футурист – марка, как «Треугольник»» [4, I : 314]. Более того, вся совокупность вербальных и невербальных способов самопрезентации футуристов складывалась в развернутую рекламную кампанию, какой являлось, например, турне футуристов 1913–1914 годов.

Обычно футуристам ставилась в упрек именно экономическая подоплека всех их эпатажных выходов. Об устойчивости этих обвинений свидетельствует опубликованная в 1923 г. на страницах «ЛЕФа» статья С. Третьякова, в которой он пытается их опровергнуть. Главный аргумент защиты таков: реклама не была успешной, она «сразу же поставила футуристов вне закона», «футуристы отрезали себе возможности издательства», им «было “отка-

зано от дома” дореволюционной обывательщины», «приставка “футурист” была зачастую тяжелым препятствием к несению футуристом и не литературной работы»; «Где же выгода быть футуристом? Хлебников умер нищим. Много ли футуристов ухитряются жить на заработок своей литературной работы?» [5 : 154–157].

Экономическая неуспешность кампании на самом деле проистекала не из бескорыстия молодых поэтов, а из парадоксальности их коммуникативной стратегии. Провозгласив «наслаждение быть освистанными» [6], они и были освистаны, т. е. добились поставленной коммуникативной цели, что и констатирует С. Третьяков: «Чтобы заставить себя слушать, надо, чтоб уши повернулись в твою сторону, а чтоб повернулись уши, надо окликнуть. Оклик был услышан» [5 : 155]. Критерием успешности рекламной коммуникации считается запланированная коммуникатором реакция аудитории. В этом смысле рекламная кампания футуристов может быть признана эффективной. Имея весьма скромные экономические результаты, она выполняла поставленные социальные функции – формирование определенных потребительских моделей, ценностей и норм, стандартов мышления и социального поведения, распространения знаний о новом искусстве, навыков его потребления.

Нетривиальность рекламной стратегии футуристов в равной степени относится и ко всей совокупности их самопрезентационных моделей.

В значительной части работ по социальной психологии самопрезентация рассматривается как «акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать у окружающих и у самого себя благоприятное впечатление» [7 : 129].

Но стратегии самопрезентации в искусстве, особенно эпохи модернизма, более многообразны. В самом общем виде их можно определить как способы «управления впечатлением о себе» [8 : 136], не сводящимся к социально одобряемой идентичности. Исходя из этого, и речевой жанр самопрезентации мы будем рассматривать как тип текста, порожденный не столько желанием представить себя в наилучшем свете, сколько потребностью самораскрытия с определенными коммуникативными намерениями.

Коммуникативная цель, согласно модели речевого жанра, предложенной Т. В. Шмелевой, является главным жанрообразующим признаком. С точки зрения коммуникативных целей самопрезентация – синтетический речевой жанр, преследующий информативные, императивные, оценочные цели. Самопрезентант сообщает информацию о себе, своих

чувствах и намерениях, оценивает себя как положительно, так и отрицательно, с общепринятой точки зрения.

Коммуникативная цель самопрезентации футуристов далеко не очевидна. Заявляя: *Суровый идиот я грохнулся на стол / Желая лоб разбить иль древо* (А. Крученых) [9 : 211], самопрезентант не преследует ни информативных, ни оценочных целей. Императивные цели футуристических самопрезентаций также весьма сомнительны, поскольку их завещания: *Вам завещаю я сад фруктовый / моей великой души* [4, I : 106], обещания: *Я вам только головы пальцами трону, / и у вас / вырастут губы / для огромных поцелуев / и язык, / родной всем народам* [4, I : 154], повеления: *Я избран королем поэтов – / Да будет подданным светло!* [10 : 294] – это только декларации, не имеющие последствий.

Главная коммуникативная цель футуристической самопрезентации – поразить адресата своей необычностью, парадоксальностью, неконвенциональностью, привлечь внимание любой ценой. Как признавался С. Третьяков, «вопрос шел только о целесообразности приёма, а отнюдь не о его этичности» [5 : 155].

Важнейшим фактором речевого жанра самопрезентации безусловно является **образ автора**. Весь широчайший репертуар средств создания этого образа подчиняется главной коммуникативной цели.

Текст самопрезентации имеет два уровня – уровень социальной категоризации и уровень индивидуальной характеристики. В самопрезентациях футуристов первый уровень ослаблен, но избежать его полностью не удается, прежде всего потому, что некоторые самопрезентации футуристов носят не индивидуальный, а групповой характер. Автор презентует себя как представителя некоего единства, что выражается местоимением *мы*, в разных ситуациях наполняемым разным смыслом.

Наиболее частотное **мы – футуристы**: *Дралось / некогда / греков триста / сразу с войском персидским всем. / Так и мы. / Но нас, / футуристов, / нас всего – быть может – семь* [4, II : 28]; *Я верю – когда будем покойниками / Вы удивитесь / Святой нашей скромности – / А теперь обзываете футуроразбойниками / Гениальных Детей Современности* (В. Каменский) [9 : 254]; *Для нас Державиным стал Пушкин, – / Нам надо новых голосов* [10 : 182]; *Насчитаютъ дураками / амыдуракилучшеумныхъ* (В. Гнедов) [9 : 395].

Второе близкое по смыслу значение **мы – молодые**: *Ах! Об эту пору все мы верим, / Все мы молоды. / И начинает казаться, что нет ничего невозможного* [11 : 45]. Когда Д. Бурлюк провозглашает: *Каждый молод, мо-*

лод, молод [9 : 115], он безусловно имеет в виду «каждый из нас»: *Все что встретим на пути / Может в пищу нам идти* [9 : 115].

С началом Первой мировой войны индивидуальное я футуристов вливается в национальное *мы*: *мы – воины, мы – русские*: *Я, вскормленный лучшими зорями России / <...> Я тоже возьму ружье* [11 : 456]; *И в воинский поезд с другими сажают меня и плачут за мной <...> И умирают русские, как волки <...> И с ними я связан родиной и общим воинским строем* (В. Шкловский) [9 : 325].

После революции футуристы пытаются встроиться в новое *мы – народ*: *Свобода приходит нагая, / Бросая на сердце цветы, / И мы, с нею в ногу шагая, / Беседуем с небом на «ты». Мы, воины, строго ударим / Рукой по суровым щитам* [11 : 461]; *Мы разливом второго потопа / перемоем миров города* [4, II : 7]; *Мы, трудящие народы, / В нас кипящие сердца, / Дышим праздником свободы, / Как сиянием венца* (К. Олимпов) [9 : 358].

И лишь изредка футуристы поднимаются до уровня обобщения *мы – человечество*: *Мы ведь в свободной земле свободные люди, / Сами законы творим, законов бояться не надо, / И лепим глину поступков* [11 : 151].

Групповые самопрезентации футуристов более агрессивны и наступательны, чем индивидуальные, зато последние поражают многообразием. Даже когда самопрезентанту приходится идентифицировать себя путем причисления к классу явлений, например, называть себя поэтом, он старается выделить не общепозитивские черты, а свои, особенные, характеризующие именно его: вселенский масштаб у Хлебникова: *Я, написавший столько песен, / Что их хватит на мост до серебряного месяца* [11 : 456]; принципиальная безыдейность у Северянина: *Я – соловей: я без тенденций / И без особой глубины <...> Я так бессмысленно чудесен, / Что Смысл склонился предо мной!* [10 : 288]; ориентация на язык у Маяковского: *Граненых строчек босой алмазник* [4, I : 156]; *Я – бесценных слов мот и транжир* [4, I : 56], органичное песенное начало у Каменского: *Я отчаянный рыжий поэт <...> Мастер я – / Песнебоец – / Из СЛОВ ЗВОН Кую: / Солнце лью соловью / В зазвучальный ответ, / Нити струнные вью. / Для поэта – поэт. [9 : 248], Певучий пастух. / Соловей-Солнцелей. / Песневестный поэт* [9 : 250].

При всем разнообразии футуристических самопрезентаций в них выделяются некоторые устойчивые черты и приемы. Никогда до футуристов в поэтических сампрезентациях так не подчеркивалось индивидуальное биографическое начало, выраженное, прежде всего, *именем собственным*: *Я, гений Игорь-Се-*

верянин [10 : 190], *А иногда / мне больше всего нравится / моя собственная фамилия, / Владимир Маяковский* [4, I : 172]; *Это Я – это Я – / Футурист-песнебоец / И пилота-авиатор / Василий Каменский* [9 : 252]; *Я, ОЛИМПОВ, ГОРДЫНЯ ИСКУССТВА, / СЕБЯ ПРОСЛАВЛЯЮ, СВОЕ СОВЕРШЕНСТВО?!* [9 : 359].

Впускают футуристы в текст своих поэтических самопрезентаций и другие «персональные данные», реальные или вымышленные, например, сведения о месте рождения: *рожден я / В горах уральских среди озер* (В. Каменский) [9 : 253], месте проживания: *Я живу на Большой Пресне, / 36, 24 / Место спокойненькое. / Тихонькое* [4, I : 72]; *У меня дворец пятнадцатизэтажный, / У меня принцесса в каждом этаже* [10 : 159].

Внешние, физические характеристики редко включаются футуристами в самопрезентацию и, как правило, являются метафорой внутреннего самоощущения поэта. Когда Маяковский пишет: *Мир огромен мощью голоса, / иду – красивый, / двадцатидвухлетний* [4, I : 175], – это не столько автопортрет, сколько декларация своих взаимоотношений с миром. Совсем по-иному в диалог с миром вступает Д. Бурлюк: *Была душа больна / ПРОКАЗОЙ / О, пресмыкающийся раб, / Сатир несчастный, одноглазый, / ДОИТЕЛЬ ИЗНУРЕННЫХ ЖАБ!* [9 : 116], *Я хром / Серые дни. / Увядание крас. / Мы одни / Вытекает глаз* [9 : 118]. Северянин, явивший миру «красоту в образе “галантерейности”» [12 : 248] портрету предпочитает костюм: *Отныне плащ мой фиолетов, / Берэта бархат в серебре* [10 : 294]; *Весь я в чем-то норвежском! весь я чем-то испанском!* [10 : 259]. Три образа автора – три картины мира.

Самопрезентация на мировоззренческом уровне демонстрирует либо абсолютный релятивизм: *Я славлю восторженно Христа и Антихриста! <...> Голубку и ястреба! <...> Кокотку и схимника!* [10 : 100], либо богоборчество: *Это я / попал пальцем в небо, / доказал: / он вор* [4, I : 172].

Еще одним средством самопрезентации является беззастенчивая демонстрация своих желаний: *Моих желаний разнузданной орде / не хватит золота всех калифорний* [4, I : 126]; *Хочу смертей в Бесчестном кресле! / Хочу! Хочу! Хочу! Я рад!..* (И. Игнатев) [9 : 368] и нетривиальных симпатий: *Мне нравится беременный мужчина <...> Мне нравится беременная башня* (Д. Бурлюк) [9 : 121]. Все это призвано продемонстрировать масштаб и оригинальность личности.

Средством *косвенной самопрезентации* служит сравнение себя с другим: *Сегодня я – Наполеон! / Я полководец и больше. /*

Сравните: / я и он! [4, I : 73]; Был Карлом Смелым, был я Дантом, / Наполеоном – и собой! (И. Северянин) [9 : 347]. И конфронтация, и солидаризация с великими преследует одну цель: помещение субъекта самопрезентации в высокий, с точки зрения автора, регистр. Рядом с футуристами редко появляются обыкновенные люди, родные и близкие. А когда появляются, как в цикле Маяковского «Я», то ничего не проясняют, а лишь создают абсурдно-глобальный контекст: У меня есть мама на васильковых обоях [4, I : 47]; Морей неведомых далеком пляжем / идет луна – / жена моя [4, I : 46]; Солнце! / Отец мой! [4, I : 48].

При всем многообразии футуристических самопрезентаций в них выделяется несколько устойчивых моделей:

- **Я – чужой:** Пусть исчезну, / чужой и заморский, / под неистовства всех декабрей [4, I : 130];
- **Я – сумасшедший:** «Сумасшедший! / Рыжий!» – / запрыгали слова [4, I : 57]; Для толпы навсегда, навсегда, / Я хочу быть душевно-большим! (К. Олимпов) [9 : 353];
- **Я – гонимый:** Гонимый – кем, почему я знаю? [11 : 77]; Много мне зла причиняли / За то, что не этот, / Всегда нелюдим, / Везде нелюбим [11 : 151]; Ржут этажия. / Улицы пьются. / Обдают водой холода. / Весь истыканный в дымы и в пальцы, / переваливаю года [4, I : 131]; Меня поносят и клеймят / Последней руганью собаке, / Со Мной помойно говорят (К. Олимпов) [9 : 355–356].
- **Я – одинокий:** одинокий лицедей [11 : 166]; Я понял, что я никем не видим, / Что нужно сеять очи, / Что должен сеятель очей идти! [11 : 167]; Я одинок, как последний глаз у идущего к слепым человека! [4, I : 49]; Я одинок в своей задаче [10 : 186]; Торжествует Над Богом Мое Одиночество. / Я – Дома в Звездное Лото / Играю С Наготой. / Не Приходи Ко Мне Никто / На Разговор Пустой» (К. Олимпов) [9 : 356].

Если перечисленные модели являются общеромантическими, да, пожалуй, и общепозитическими, то более специфичными для футуристов можно считать **антиэстетическую** и **абсурдную самопрезентации**. Обе они, игнорируя требования первичного речевого жанра, не неся ни информации, ни оценки, выполняют исключительно художественные задачи. Мало кто из современников, подобно К. Чуковскому, смог признать за «тошнотворной эстетикой» «свинофила» А. Крученых извращенную, но все же эстетическую функцию. «Рафаэлями навыворот, эстетамы наизнанку» [13 : 50] назвал критик футуристов, заявлявший: Я грязь за когтем / Я пахну дегтем (В. Каменский) [9 : 245]; Заатлантический

транспорт моей насморочной глубины / Не знает пределов (А. Крученых) [9 : 231]; И я лютел / Как выроненный слизняк! (А. Крученых) [9 : 233]; лежу и греюсь близ свиньи / на теплой глине / испарь свинины / и запах псины / лежу добрую на аршины (А. Крученых) [9 : 207]; как гусак / объелся каши / дрыхну / гуска рядом / мasha / с рожей красной / шепчет про любовь (А. Крученых) [9 : 230].

Еще одним шагом по пути разрушения первичного речевого жанра становятся абсурдные самопрезентации: Иногда мне кажется – / я петух голландский / или я / король псковский [4, I : 172]; ЗАБЫЛ ПОВЕСИТЬСЯ / ЛЕЧУ К АМЕРИКАМ (А. Крученых) [9 : 209]; Моя душа – эссенция кислот (А. Крученых) [9 : 237]. Коммуникативная цель данных высказываний полностью перемещается в сферу художественной коммуникации.

Одной из функций сампрезентаций футуристов является создание и поддержание **индивидуального мифа поэта**: Северянин – это гений и король поэтов, Хлебников – Председатель Земного Шара, первооткрыватель законов времени; Маяковский – тринадцатый апостол, позднее – агитатор, горлан, главарь; Каменский – поэт-авиатор.

Нельзя не отметить влияние самопрезентационных моделей ведущих поэтов направления на последователей. Комический эффект такого «присвоения» образа автора особенно ощутим в творчестве К. Олимпова: Я От Рождения Гениальный – / Бог Электричеством Больной <...> Я с Самодержец Вдохновенья, / Непогрешимец Божества [9 : 355]; Я быть могу вождем народа, / Предсовнаркомом всей земли! [9 : 359]. Реакцию читателей на такого рода признания запечатлел К. Чуковский: «Даже какой-то Олимпов, и тот говорил: “я гений”». Даже Павел Широков твердил: «Я себя выше всех превознес. Превозносить себя выше всех было первой заповедью эго-поэтов» [13 : 40].

Важным жанрообразующим признаком самопрезентации является **концепция адресата**. Двойственный образ автора – торжествующий повелитель и гонимый всеми безумец – программирует двойственный образ аудитории – поклоняющиеся холопы и негодующие обыватели: Я изнемог от лъстивой свиты [10 : 191]; Станем мы небовать, крыловать / А на нелюдей звонко плевать (В. Каменский). [9 : 245]. Кооперационным стратегиям, более характерным для речевого жанра самопрезентации, предпочитают конфронтационные.

Самопрезентации футуристов адресованы большим аудиториям, но их объем и качество у эго- и кубофутуристов различны. Северянин делает ставку на успех у недифференцированной публики: Я повсеградно озкеранен! / Я повесердно утвержден! [10 : 190]; Я прогресс-

мел на всю Россию [10 : 186]; *И я всемирно знаменит!* [9 : 347]. Маяковский более избирателен: со свойственной ему тягой к крайностям он ориентируется на абсолютный «низ» и абсолютный «верх»: *Меня одного сквозь горящие здания / проститутки, как святыню, на руках понесут / и окажут богу в свое оправдание. / И бог заплачет над моею книжкой!* [4, 1 : 62]. Толпа же нужна Маяковскому для решения чисто поэтических задач: агрессивной интонации, сниженной лексики, вытеснения интимности фамильярностью, в которой М. Бахтин видел способ «разрушения традиционных официальных стилей и мировоззрений, омертвевших и ставших условными» [2 : 277].

Самопрезентации футуристов включают в себя широкий репертуар речевых жанров, обслуживающих взаимодействие поэтов с публикой. Это мольба: *О, полюбите, пощадите вы меня! / Я и так истекаю собою и вами* [11 : 83]; призыв: *Так встречайте каждого поэта глумлением! / Ударьте его бичом!* (Е. Гуро) [9 : 259]; угроза: *Горе и Вам, взявшим / Неверный угол сердца ко мне: / Вы разобьетесь о камни* [11 : 182]; требование: *Пора возносить песнебойцев / При жизни на пьедестал* (В. Каменский) [9 : 254]; упрек: *Какая вы публика – злая да каменная / Не согрета огнем футуризма* (В. Каменский) [9 : 254]; обещание: *Все прощу я и так, не просите! / Приготовьте мне крест – я пойду* (Е. Гуро) [9 : 261]; инвектива: *Каждая строчка – пощечина. / Голос мой – сплошь издевательство. / Рифмы слагаются в кукиши. / Кажет язык ассонанс. / Я презираю вас пламенно, тусклые ваши сиятельства, / И, презирая, рассчитываю на мировой резонанс* [10 : 241]; самореклама: *Покупайте поэзы Широкова! / Широков – величайший поэт!* [9 : 374].

Двойственность образа адресата приводит футуристов к постоянному балансированию на грани успех / неуспех: *Литературного Мессию / Во мне приветствуют порой. / Порой бранят меня площадно* [10 : 186]; *Одни просили удалиться, / А те молили: «Озари»* [11 : 77]; *Короной кончу? / Святой Еленой? <...> я – равный кандидат / и на царя вселенной, / и на / кандалы* [4, 1 : 204]. Непонимание для футуристов не является коммуникативной неудачей. Оно входит в художественное задание их самопрезентаций: непонимание – это понимание того, что перед тобой *другой*.

Фактор времени в самопрезентациях футуристов также подчинен коммуникативной задаче самоутверждения. Время существует для того, чтобы двигать футуристов от безвестности и гонимости к признанию и победе. Поэтому прошлое вспоминается редко и подается негативно: *Когда я был робкий, безвестный поэт, / О славе мечтавший, – без*

славы дурмана [10 : 239]; настоящее доминирует, являясь главным модусом существования автора: *Я, – год назад, – сказал: «Я буду!» / Год отсверкал, и вот – я есть!* [10 : 190]; будущее мыслится как неопределенно далекое время торжества справедливости по отношению к самопрезентантам и наказания их обидчиков: *Как пророку, цветами устелят мне след* [4, 1 : 62]; *В ненастный день взойдет, как солнце, моя вселенская душа!* [10 : 191]; *Когда ж Земли падет основа / О ужас – буду я крылат* (И. Северянин) [9 : 348]; *И камни будут надсмехаться / над Вами, / как вы надсмехались / надо мной* [11 : 182].

Фактор языкового воплощения, определяющий в любом поэтическом тексте, вдвойне важен в жанре поэтической самопрезентации. Необходимость агрессивного продвижения себя и своего искусства во многом сформировала футуристическую поэтику. В самопрезентациях футуристов задействованы все уровни текста. Отметим лишь специфически футуристические:

- **оказиональное словотворчество**: *Я – сероптичка* [10 : 288]; *Я грезэр* [10 : 96]; *Я – вроде утроверта <...> небожаворонка <...> яркоплатка* (В. Каменский) [9 : 256];
- **расширение границ поэтического языка** за счет сниженной лексики: *транжир и мот* [4, 1 : 56], *грубый гунн* [4, 1 : 56], *площадной сутенер и карточный шулер* [4, 1 : 187];
- **языковая игра**: логогриф В. Каменского – *Излучистая / Лучистая / Чистая / Истая / Стая / Тая / Ая / Я* [14 : 93]; палиндром В. Хлебникова – *Я Разин и заря* [15 : 89];
- **фонетика**: как заметил И. Терентьев, у Крученых «впервые русская поэзия заговорила гортанью мужчины <...> Мужественность выразилась не в сюжете, <...> но в самой сердцевине слова – в его фонетике» [16 : 329]. Таким образом, фонетический облик текста стал одной из форм самопрезентации поэта.

Как видим, жанр самопрезентации имеет отношение к ядру футуристической поэтики и прагматики. «Где стиль, там жанр» [2 : 244], – утверждал М. Бахтин. В самопрезентациях футуристов стиль и жанр настолько взаимообусловлены, что невозможно однозначно решить, прагматика движет поэтику или поэтика ищет и находит себе прагматическое оправдание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Корман Б. О.* Изучение текста художественного произведения // *Корман О. Б.* Методика вузовского преподавания литературы. Ижевск: Удмурт. ун-т, 2009. С. 12–134.

2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 237–280.
3. Луначарский А. В. Футуристы // Киевская мысль. 1913. № 135. 17 мая.
4. Маяковский В. В. Полное собрание сочинений: в 13 т. М.: Худож. лит., 1955–1961.
5. Третьяков С. М. Трибуна ЛЕФа // ЛЕФ. 1923. № 3. С. 154–164.
6. Маринетти Ф. Т. Наслаждение быть освистанным // Маринетти Ф. Т. Футуризм. М.: Прометей, 1914. С. 87–91.
7. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2006. 754 с.
8. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. СПб.: Прайм-Еврознак, 2002. 336 с.
9. Поэзия русского футуризма. СПб.: Академ. проект, 1999. 752 с.
10. Северянин И. Стихотворения. М.: Сов. Россия, 1988. 464 с.
11. Хлебников В. Творения. М.: Сов. писатель, 1986. 736 с.
12. Мандельштам О. Слово и культура. М.: Сов. писатель, 1987. 320 с.
13. Чуковский К. Собрание сочинений: в 15 т. М.: ТЕРРА–Книжный клуб, 2004. Т. 8. 664 с.
14. Русский футуризм. Теория. Практика. Критика. Воспоминания. М.: Наследие, 1999. 480 с.
15. Хлебников В. Собрание сочинений: в 6 т. М.: ИМЛИ РАН, 2006. Т. 6, кн. 2. 384 с.
16. Терентьев И. А. Грандиозарь // Алексей Крученых. К истории русского футуризма. Воспоминания и документы. М.: Гилея, 2006. С. 321–332.

REFERENCES

1. Korman B. O. Izucheniye teksta khudozhestvennogo proizvedeniya [Studying the text of a work of fiction]. In: *Korman B. O. Metodika vuzovskogo prepodavaniya literatury* [Methodology of university teaching of literature]. Izhevsk: Udmurt. Uni-t, 2009, pp. 12–134 (in Russian).
2. Bakhtin M. M. Problema rechevykh zhanrov [The problem of speech genres]. In: *Bakhtin M. M. Estetika*

slovesnogo tvorchestva [The aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1979, pp. 237–280 (in Russian).

3. Lunacharsky A. V. Futuristy [Futurists]. *Kievskaya mysl.*, 1913, no. 135, May 17 (in Russian).

4. *Mayakovsky V. V. Polnoye sobraniye sochineniy: v 13 t.* [Complete works: in 13 vols.]. Moscow, Khudozh. lit. Publ., 1955–1961 (in Russian).

5. Tretyakov S. M. Tribuna LEFa [Left Front of the Art Platform]. *LEF*, 1923, no. 3, pp. 154–164 (in Russian).

6. Marinetti F. T. Naslazhdeniye byt osvistannym [The pleasure of being booed]. *Marinetti F. T. Futurism*. Moscow, Prometei Publ., 1914, pp. 87–91 (in Russian).

7. Myers D. *Sotsialnaya psikhologiya* [Social psychology]. St. Petersburg, Peter Publ., 2006. 754 p. (in Russian).

8. Cialdini R., Kenrick D., Neuberg S. *Sotsialnaya psikhologiya. Poimi sebya, chtoby ponyat drugih* [Social psychology. Goals in interaction]. St. Petersburg, Prime-Euroznak Publ., 2002. 336 p. (in Russian).

9. *Poeziya russkogo futurizma* [The poetry of the Russian futurism]. St. Petersburg, Akadem. proyekt Publ., 1999. 752 p. (in Russian).

10. Severyanin I. *Stikhotvoreniya* [Poems]. Moscow, Sov. Rossiya Publ., 1988. 464 p. (in Russian).

11. *Khlebnikov V. Tvoreniya* [Creations]. Moscow, Sov. pisatel Publ., 1986. 736 p. (in Russian).

12. Mandelstam O. *Slovo i kultura* [Word and culture]. Moscow, Sov. pisatel' Publ., 1987. 320 p. (in Russian)

13. *Chukovsky K. Sobraniye sochineniy: v 15 t.* [Collected works: in 15 vols.]. Moscow, Terra – Knizhnyi klub Publ., 2004, vol. 8. 664 p. (in Russian).

14. *Russkiy futurizm. Teoriya. Praktika. Kritika. Vospominaniya* [The Russian futurism. Theory. Practice. Critique. Memories]. Moscow, Naslediye Publ., 1999. 480 p. (in Russian).

15. *Khlebnikov V. Sobraniye sochineniy: v 6 t.* [Collected works: in 6 vols.]. Moscow, IMLI RAN, 2006, vol. 6, b. 2. 384 p. (in Russian).

16. Terentyev I. A. Grandiozar. In: *Aleksey Kruchenikh. K istorii russkogo futurizma. Vospominaniya i dokumenti* [To the history of the Russian futurism. Memories and documents]. Moscow, Gileya Publ., 2006, pp. 321–332 (in Russian).

Статья поступила в редакцию 15.01.2018

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Иванюшина И. Ю. Жанр самопрезентации в лирике русского футуризма // Жанры речи. 2018. № 3 (19). С. 203–209. DOI: 10.18500 / 2311-0740-2018-3-19-203-209

For citation

Ivanyushina I. Yu. The Genre of Self-Presentation in the Poetry of the Russian Futurism. *Speech Genres*, 2018, no. 3 (19), pp. 203–209. DOI: 10.18500 / 2311-0740-2018-3-19-203-209