

Wizerunek nowego Rosjanina na podstawie powieści pt. *Duchless. Opowieść o nieprawdziwym człowieku* Siergieja Minajewa

Izabela Kuc

(Uniwersytet Gdański, Wydział Filologiczny, Instytut Rusycystyki i Studiów Wschodnich
E-mail: kuc.izabela7@gmail.com)

Tutor: dr Liliana Kalita

Uniwersytet Gdański, Wydział Filologiczny,
Instytut Rusycystyki i Studiów Wschodnich

Słowa kluczowe – *Siergiej Minajew, rosyjska literatura współczesna, nowy Rosjanin, glamour*

Wstęp

Powieść zatytułowana *Duchless. Opowieść o nieprawdziwym człowieku*, literacki debiut Siergieja Minajewa, okazała się bestsellerem: dwukrotny nakład sięgnął dwóch milionów sztuk, biorąc pod uwagę wydania zagraniczne oraz internetowe. Sukces powieści krytycy upatrują w szerokiej kampanii reklamowej i niewyszukanym stylu utworu, odpowiednim dla typowego czytelnika literatury masowej. Trafny, niekiedy brutalny opis pokolenia **nowych Rosjan**, ku zaskoczeniu autora, stał się przedmiotem szerokiej dyskusji, a sam Minajew zyskał nie tylko rozpoznawalność, ale i grono oddanych fanów i zagorzałych przeciwników. Słowo *duchless*, oznaczające w tłumaczeniu na język polski *bez duszy*, szybko utrzymało się w rosyjskim leksykonie jako określenie moralnego upadku oraz niepostrzeżonej konsumpcji.

Literatura masowa w Rosji i pojęcie *glamour*

Literatura masowa, obok postmodernizmu i nowego realizmu, to główne nurty współczesnej rosyjskiej literatury. Gdy upadła cenzura, pisarze odzyskali wyczekiwaną niezależność, a rosyjska literatura zaczęła rozwijać się na ogromną skalę. Pojawił się też nowy typ czytelnika: Rosjanie zaczytywali się zagranicznymi powieściami, a rynek zapełniły dzieła dotychczas surowo zabronione. W świadomości rosyjskiego czytelnika pojawiła się również tzw. literatura łagrowa. Wolność słowa i dynamiczne zmiany zaowocowały rozkwitem nowych gatunków literackich oraz bogactwem tematyki. Jednym z nich jest wspomniana już przeze mnie literatura masowa.

Literatura określana mianem masowej bądź rozrywkowej skierowana jest do tzw. typowego czytelnika, często niewykształconego, który nie poszukuje w książce przeżyć estetycznych, nie zwraca również uwagi na jakość języka, którym posługuje się autor. Jej korzenie sięgają folkloru, dlatego też literatura masowa zawsze znajduje się blisko człowieka i jest dla niego zrozumiała. Doskonale

sprawdzają się tu schematyczne fabuły, powtarzające się motywy, szablony. Komercjalizacja literatury (proces podporządkowywania regułom handlowym) i chęć przyciągnięcia jak największej liczby odbiorców sprawiła, że masową literaturę reprezentuje kilka gatunków: fantasy, thriller, kryminał, romans, powieść przygodowa. Kluczem do sukcesu i zaistnienia na rynku jest spełnienie oczekiwań odbiorców, dlatego gatunki te odzwierciedlają tematy, które interesują największą liczbę czytelników. Nie należy pomijać ważnej funkcji, jaką wypełniają krytycy i przyznawane przez nich nagrody (w samej Rosji około 20) – doceniając i gwarantując popularność jednemu pisarzom, marginalizując próby zaistnienia innych. Skutecznie kształtują oni proces rozwoju współczesnej rosyjskiej literatury.

Charakterystycznym dla rynku rosyjskiego jest pojawienie się wśród masowych gatunków literackich gatunku *glamour*. W Polsce jest to zjawisko mało znane. W Rosji zaś książki, opowiadające o życiu bogaczy, cieszą się ogromną popularnością. Potrzeba nazwania nowych realiów, wzorowanych na zachodnich tendencjach zaowocowała terminem, zaczerpniętym z francuskiego *grammaire* i angielskiego *glamour*, który oznacza szyk, czar, coś urzekającego. To jeden z najnowszych rzeczowników w języku rosyjskim, używany dla określenia stylu życia elit i wszystkiego, co z nimi związane: *glamour* zawiera w sobie nie tylko konsumpcję, hedonizm i modę, ale także światopogląd, nową filozofię życia.

Na fali popularności literatury *glamour* wyrosła krytyka pozornej idylli życia burżuazji. Wyśmiać i pokazać okrutną prawdę o idealnym życiu – oto cel pisarzy *anti-glamour*. Siergiej Minajew jest jednym z nich, przy czym odarciu idylli z pozorów towarzyszy wnikliwy opis i refleksja.

Konsumpcjonizm w Rosji i narodziny nowego Rosjanina

Druga połowa XX wieku przyniosła Rosji istotne zmiany, zarówno na gruncie kulturowym, jak i gospodarczym. Upadek Związku Radzieckiego zagwarantował wejście w życie planu przebudowy państwa, tzw. pieriestrojki (przełomowe lata 1985–1991). Jej twórca i realizator, Michaił Gorbaczow, zbudował nową gospodarkę w oparciu o gwałtowną i niekontrolowaną prywatyzację, uważaną za remedium na wszelkie ekonomiczne bolączki kulejącego, postkomunistycznego państwa. W efekcie dostęp do mienia państwowego zyskali oligarchowie, a konkretnie szefowie banków komercyjnych, którzy, popierając ówczesnego prezydenta Jelcyna, w zamian przejęli wiele przedsiębiorstw. Likwidowano i sprzedawano za bezcen również wiele zakładów przemysłowych i rozkradano mienie państwowe. Pieriestrojka, choć niewłaściwie zrealizowana, umożliwiła przejście od gospodarki centralnie planowanej do rynkowej i powrót do własności prywatnej. Wyznaczyła tory rozwoju Rosji na następne lata: jedyną alternatywą było podporządkowanie się prawom globalizacji. Mocarstwowe ambicje skłoniły do tej pory przeciwne jakimkolwiek zachodnim wpływom państwo do przyjęcia współczesnych technologii, odkrycia rynku i zmierzenia się z nowymi wartościami, związanymi z konsumpcją.

Gdy opadła żelazna kurtyna, niezwykle szczelna bariera gospodarcza i kulturowa, otwarty rynek szybko przyciągnął zagranicznych inwestorów i zagwarantował szeroki napływ towarów, w latach 90. przyjmowanych przez spragnionych Zachodu Rosjan z ogromnym entuzjazmem. Jednakże, już kilka lat później socjolodzy zaobserwowali, że część społeczeństwa (mieszkańcy niewielkich miast i wsi) stopniowo zaczęła się odwracać od obcych towarów. Importowane zza granicy wyroby zaczęły funkcjonować w ich świadomości jako nieprzystosowane do rosyjskiego stylu życia, zbyt skomplikowane i delikatne. Badacze zwracają uwagę na rosnącą dumę narodową, ograniczenie zaufania do USA oraz potrzebę przeciwstawienia się hegemonii tego mocarstwa i obrony interesów własnego państwa.

Doskonale odnaleźli się natomiast w nowych realiach mieszkańcy dużych miast: klasa średnia oraz tzw. **nowi Rosjanie**, warstwa społeczna, która zyskała majątek w latach 90. XX wieku. Rozwój komunikacji, dostęp do Internetu (ważnego nosiciela wartości konsumpcjonistycznych), wykształcenie oraz poziom życia, a także świadomość zachodnich standardów znacząco różnią ich od obywateli pozostałych rosyjskich miast, co znajduje odzwierciedlenie w problemie braku jedności tożsamości i kulturowego odseparowania biednych i bogatych Rosjan.

Nowa klasa średnia znajduje swych reprezentantów w ludziach „świadomych, że ich życie bazuje na przedmiotach i wytwarzanych przez nie obrazach”(Humphrey, 2010, s.78). Wśród mieszkańców rosyjskich dużych miast swoistą grupę społeczną tworzą tzw. **nowi Rosjanie**, przedsiębiorcy, których od pozostałych przedstawicieli klasy średniej odróżniają m.in. znajomość języka angielskiego, posiadanie konta w zagranicznych bankach, przywiązanie do towarów luksusowych oraz zagraniczne wyjazdy. Są to bankierzy, biznesmeni, specjaliści IT, właściciele hoteli i inwestorzy, ci, którym nieobce są prawa dochodowej działalności i łapówkarstwa. Warto uściślić, że najczęściej pod tym pojęciem rozumie się mężczyznę, od którego zależne są żony i kochanki: „Ponieważ konsumpcja uważana jest za jedną z najważniejszych cech charakteryzujących styl życia Nowych Rosjan, a zakupy są zwykle domeną kobiet, cała ta kategoria jawi się jako skomplikowany świat – zdecydowanie męski, jeśli chodzi o przywództwo, a jednocześnie sfeminizowany, pełen przedmiotów zaprojektowanych tak, aby przyciągały uwagę kobiet” (Humphrey, 2010, s.245).

Nowy Rosjanin ceni swoją indywidualność, również pod wpływem wszechobecnej reklamy, która przeciwstawia go tłumowi i utwierdza w przekonaniu o własnej wyjątkowości. Interesują go zewnętrzne oznaki zachodniego stylu życia: zagraniczne wycieczki, odpoczynek, koniecznie w którymś z modnych europejskich kurortów, a także zaznaczenie swojej obecności wśród tzw. śmietanki towarzyskiej. Reklama, pop-kultura i wykształcenie wedle zagranicznego wzorca spowodowały, że w rosyjskiej duszy wyraźnie zarysowały się i wykształciły nowe, charakterystyczne dla mieszkańców zachodniej Europy i USA cechy: zachwyt luksusem, pretendowanie do wejścia w wąski krąg elit, epatowanie bogactwem, rozrywkowy styl życia, samozachwyt, egoizm i snobizm. W krąg tych cech należy wpisać nowy sposób kształtowania kariery i tworzenia biznesu: dynamiczny, bezwzględny, ukierunkowany na maksymalizację zysku. Wszystkie te właściwości charakteru są niezwykle pożądane w rosyjskich metropoliach: Moskwie i Sankt Petersburgu. Nie interesuje ich nacjonalizm czy patriotyzm, wręcz przeciwnie, to oni są nosicielami elementów zachodniej kultury. Jednakże, wraz z powodzeniem, **nowego Rosjanina** otacza również nienawiść, oparta na poczuciu niesprawiedliwości i krzywdy pozostałych mieszkańców Rosji. Ich winą jest nie tylko porażający sukces ekonomiczny, ale i odrzucenie sowieckich wartości. Mechanizm zawiści jest nieskomplikowany: w świadomości przeciętnego Rosjanina fortuna zawsze związana jest z oszustwem i kradzieżą - uczciwa praca nigdy jej nie zagwarantuje. O skali nieprzyjaznych stosunków społecznych świadczy fakt, że pojęcie **nowy Rosjanin** przestało być jednoznacznie negatywne dopiero pod koniec lat 90. XX wieku.

Nowy Rosjanin w *Duchless*. Opowieść o nieprawdziwym człowieku

Nakreślony przeze mnie rys historyczny i socjologiczny stanowi teoretyczną podstawę do rozważań praktycznych. Posłużę się w nich fragmentami powieści Siergieja Minajewa, biznesmena, mieszkańca Moskwy, prowadzącego programy telewizyjne i radiowe. Przekornie nazwę go również pisarzem (spod jego pióra wyszło aż dziewięć powieści, wszystkie utrzymane w nurcie literatury masowej, najnowsza w 2015 roku), choć on sam nie traktuje siebie jako pisarza, opisując swe dzieła

jako wytwory osoby cierpiącej na grafomaństwo, na dodatek mającej zwyczaj pisać pod wpływem alkoholu. Minajew, traktujący literaturę jako hobby, woli nazywać się publicystą, który wypełnia ważne zadanie utrwalenia danego fragmentu rzeczywistości na kartach powieści. Warto wspomnieć, że autora można uznać za **nowego Rosjanina**, osobę, która pierwsze kroki w biznesie stawiała w czasach prywatyzacji lat 90. Z tego powodu powieść jest częściowo autobiograficzna, a wydarzenia i opisywane relacje międzyludzkie bardziej wiarygodne.

Bohater powieści to 30-letni człowiek sukcesu, mieszkaniec Moskwy. Jego środowisko zawodowe tworzy filia zagranicznej firmy, korporacja. Jest to nowy typ prowadzenia biznesu w Rosji, właściwy dla początkowej fazy wdrażania kapitalizmu w latach 90. XX wieku. Bohater to przedstawiciel pokolenia tych, którzy jako pierwsi odnajdywali się w kapitalistycznej dżungli po pieriestrojce (urodzeni w latach 1970–1976). Stolica ma wiele do zaoferowania młodemu dyrektorowi handlowemu filii, z nikim niezwiązanemu na dłużej i odznaczającemu się zasobnym portfelem. Oferuje świat doskonale znany **nowym Rosjanom**: kluby, dyskoteki, modne restauracje i wszelkie miejsca, w których wypada się pojawić. Siergiej Minajew w swojej powieści charakteryzuje tę grupę społeczną w dwóch perspektywach: zawodowej, czyli korporacyjnej, i społecznej, w której bohater funkcjonuje w wolnym czasie.

Postawą funkcjonowania korporacji jest nastawienie pracowników wobec firmy, sposób współpracy, określone normy zachowania i hierarchia. Siergiej Minajew nie pozostawia suchej nitki na kulturze korporacji, która opiera się na plecach pracowników niższej rangi: „Niższy personel był zamęczany jak pracownicy przepełnionych fabryk adidasów w Indonezji, zaś top management (...) stworzył dyktaturę korporacyjnego niewolnictwa (...) i w miarę możliwości rozkradał budżety projektów” (Minajew, 2012, s. 23). Aby akceptować żelazne zasady korporacji bohater musiał stać się egoistą i zaakceptować fakt oszukiwania pracowników najniższych szczebli: „takiej piechoty nikt nawet nie liczy. Podejrzewam, że spisują ich po prostu na straty jak wybrakowany towar” (Minajew, 2012, s. 101). „Nowy Rosjanin” w pracy ceni sobie swoje indywidualne sukcesy i ma wysokie oczekiwania finansowe; jednocześnie jest skłonny do budowania swojej kariery kosztem innych i wysługiwanie się współpracownikami; tworzy z nimi wrogie relacje, uważając ich za konkurencję. Warto wspomnieć, że bohater niskie zarobki pozostałych tłumaczy ich głupotą; awansują jedynie ci, którzy są dostatecznie inteligentni i przedsiębiorczy. Prowadzi to do wzajemnego braku szacunku i izolacji. niesprawiedliwie traktowani pracownicy niższych szczebli i oddziałów regionalnych nie pozostają mu dłużni: „Można powiedzieć, że nienawiść to główny motor naszego biznesu”. (Minajew, 2012, s.103) Korporacja stara się wytworzyć wśród pracowników rodzinną atmosferę porozumienia, lecz ogromne różnice w zarobkach i malwersacje finansowe skutecznie uniemożliwiają uczciwą współpracę. Na przykładzie spotkania, poświęconego podsumowaniu roku sprzedażowego Minajew wspomina, że część zarobków i premie szefostwa pozostają niejawne, gdyż „Inaczej roczne zebrania (...) przypominałyby awanturę wron na śmietniku. Wyobrażam sobie, z jaką rozkoszą by się wzajemnie zabijali” (Minajew, 2012, s.102).

Do nielicznych obowiązków dyrektora handlowego należy przerzucanie zadań i odpowiedzialności na współpracowników, wygłaszanie motywacyjnych przemówień, mających na celu zwiększenie sprzedaży produktów firmy i umawianie spotkań, które nigdy się nie odbędą. Lawirując między swoimi podwładnymi a szefostwem, bohater przyrównuje się do prostytutki, która powinna zarówno wcielić w życie zawyżone plany sprzedażowe, jak i mieć na uwadze możliwości i interesy pracowników. Stres, wciąż nowe twarze pracowników, z którymi siłą rzeczy nie nawiązuje bliższych kontaktów, operowanie wytartymi frazami i powtarzalność dni, tygodni i lat prowadzą naszego bohatera do stanu otępienia. Monotonia i nuda w połączeniu ze zmęczeniem sprawiają, że bohatera coraz bardziej interesuje i pociąga nocne życie Moskwy, barwne, dynamiczne, rozrywkowe.

Siergiej Minajew odsłania również fałsz, kryjący się za rozrywkowym życiem i zadowoleniem **nowych Rosjan**. Wysoka pensja, premie i przywileje sprawiają, że bohater powieści Minajewa czuje się wyjątkowo: „Moje spojrzenie zawiera jasny message: Gińcie, świnie, i tak nie będziecie tacy jak ja. Młody człowiek sukcesu” (Minajew, 2012, s.103). Uwolniwszy się od męczących i monotonnych obowiązków bohater z chęcią oddaje się relaksowi po pracy. Wspomniana już przeze mnie filozofia życia *glamour* ukierunkowuje go na poszukiwanie rozrywki i unikanie jakichkolwiek osób i wydarzeń, mogących wpędzić go w smutek czy zły humor. W zamkniętym środowisku bogatych imprezowiczów najważniejsze jest tworzenie swojego publicznego wizerunku i wywieranie odpowiedniego wrażenia, tworzenie nowej, lepszej rzeczywistości. Jest to niezbędne, aby utrzymać określoną pozycję w towarzystwie. W tym celu należy zasłonić wszelkie problemy osobiste makijażem, drogimi ubraniami, ekskluzywnymi dodatkami i dobrym nastrojem; pomocne w zagłuszaniu przepracowania i pustki okazują się używki: „Nikt nie chce mówić o nieprzyjemnych rzeczach, to niesmaczne i przytłaczające. Wszyscy chcemy być jeszcze bardziej rozluźnieni” (Minajew, 2012, s.53). Warto również posługiwać się zachodnim, modnym imieniem i snuć plany zdobycia fortuny, przy czym cała ta atmosfera przepychu powinna być dla nas całkowicie naturalna, jak coś, do czego jesteśmy przyzwyczajeni. Otoczka znanych marek służy również błyskawicznej ocenie: wystarczy odczytać swoisty *dress code*, aby odróżnić człowieka filozofii *glamour* od przeciętnego mieszkańca Moskwy. Maski i sztuczność wywołują u bohatera wrażenie nierealności: „I ludzie poruszają się dookoła jak na wybiegu, przyjmując wyzywające pozy, jak w błyszczących czasopismach. I zaczynam mieć wrażenie, że wszyscy jesteśmy bohaterami niekończącego się klipu z Fashion TV” (Minajew, 2012, s.55). Wzorce te, czerpane z czasopism i telewizji, zyskały publiczną akceptację i aprobatę.

W modnych klubach i restauracjach bohater nawiązuje wiele znajomości w kręgu tzw. śmietanki towarzyskiej. Są to jednak powierzchowne relacje, krótkotrwałe bądź tworzone na potrzebę wspólnych planów biznesowych i wypadów do któregoś z moskiewskich klubów: „Siedzę z moim znajomym (...), jednym z tych, których z przyzwyczajenia wszyscy nazywają przyjaciółmi, chociaż oczywiście żaden z nich przyjaciele, ale po prostu ludzie, do których dzwonisz, kiedy nie masz czym zająć wieczoru” (Minajew, 2012, s.13). Powszechny jest brak zaufania, przyjaźnie należą tu do rzadkości i często rozwiązują się przez trudności w prowadzeniu biznesu. Rozmowy przypominają jałową wymianę pustych fraz, gdyż żaden z rozmówców nie jest zainteresowany tym, co ma do powiedzenia druga strona dialogu: „Do naszego stołu podchodzą różni ludzie, witają się i zadają dwa pytania: „Jak było na urlopie?” albo „Dokąd wybierasz się na urlop?” Odpowiedzi nikt nie słucha, tylko od razu przechodzi do opowieści o własnych wakacjach” (Minajew, 2012, s.52). Zubożeniu w środowisku **nowego Rosjanina** uległy również relacje damsko-męskie, gdzie nie ma miejsca na wierność i lojalność. Atrakcyjność potencjalnego partnera mierzy się grubością portfela i pozycją w towarzystwie w przypadku kobiet, oraz młodym wiekiem i fizycznym pociąganiem w przypadku mężczyzn. Jeśli bohater nie widzi w drugim człowieku sposobu na rozwianie nudy i kompana w rozrywce, staje się na niego całkowicie obojętny.

Podsumowanie

Bohater powieści Siergieja Minajewa doskonale wpisuje się w obraz **nowego Rosjanina**: jako ten, który dorastał w tworzącym się w Rosji kapitalizmie, na pierwszy rzut oka świetnie odnalazł się w nowych warunkach. Podążając za filozofią życia *glamour* zamienia on zarobione bądź ukradzione w korporacji pieniądze na zmysłowe przyjemności i rozrywkę. Jednakże, to chwilowe, złudne poczucie szczęścia, poszukiwanie coraz to silniejszych wrażeń i życie w rytmie nocnej Moskwy mają

swoją, bardzo wysoką, cenę. „Zaprawdę, wszyscy tu jesteśmy UBODZY DUCHEM” (Minajew, 2012, s.134) – stwierdza bohater. Mimo, iż jego bronią jest cynizm i otwarte wytykanie głupoty i powierzchowności swoich znajomych, w pełni przynależy on do tego środowiska i poddaje się jego wpływom. Nie umie funkcjonować poza nim, a w zderzeniu z przeciętnym moskwianinem zazdrości mu otwartości w relacjach i okazywania swoich uczuć. Funkcjonowanie w świecie zaburzonych wartości i zbudowanie swojego wizerunku i relacji z drugim człowiekiem na wszechobecnym fałszu skutkuje pustką, depresją i samotnością w tłumie obojętnych, podobnych do siebie, figur woskowych.

Literatura

Черняк, М., 2007, *Массовая литература XX века*, Москва, Флинта: Наука.

Humphrey, C., 2010, *Koniec radzieckiego życia: Ekonomie życia codziennego po socjalizmie*, Kęty, Wydawnictwo Marek Derewiecki.

Minajew, S., 2012, *Duchless: Opowieść o nieprawdziwym człowieku*, Warszawa, Claroscuro sp. z o. o.

Zaniewicz, M., 2014, *Kryształowy pałac i trzy Rosje: Problem współczesnego podziału rosyjskiego społeczeństwa i jego okcydentalizacji oraz wpływ tych czynników na rosyjską politykę wewnętrzną*, [w:] J. Biniewska (red.), *Rosja. Reminiscencje – diagnozy – perspektywy*, Kraków, Wydawnictwo Libron - Filip Lohner, s. 95–100.

Źródła internetowe

Борзова, О., 2007. Роман «Духless» – языковая бездуховность [online], <http://www.literarus.org/arkiv/rus2007/rus3e.php> [dostęp: 19.01.2017]

Хохрина, Н., *Современная литература: зачем и для кого? - Современный литературный процесс* [online], <http://www.kungurlitera.ru/forum/241-2011-08-11-14-29-13.html?start=7> [dostęp: 19.01.2017].

Конференция онлайн, „Духless”. Повесть о ненастоящем человеке, 2006. [online], <http://ria.ru/online/20060713/51315152.html> [dostęp: 19.01.2017]

Точилов, К., 2011. Гламур как эстетический феномен: генезис и исторические модификации, автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук [online], http://files.msuc.org/avtoreferats/210.010.04_avtoreferat-ks_tochilova.pdf [dostęp: 19.01.2017]

Krótką notką o autorze: *Studentka I roku studiów magisterskich na kierunku filologia rosyjska. Pracę magisterską zamierza poświęcić tematyce przedstawienia rosyjskich metropolii w literaturze. W wolnym czasie lubi czytać artykuły o tematyce psychologicznej i gotować dla bliskich.*