



Татьяна Бенедиктова

ПОЭЗИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ:
РИФМЫ КУЛЬТУРНОЙ РЕВОЛЮЦИИ

Красивый наряд всегда был для Керри чем-то весьма убедительным — он говорил в свою пользу мягко и вкрадчиво, как иезуит. И желание обладать им заставляло Керри охотно прислушиваться, когда какой-нибудь наряд взывал к ней. Голос так называемого неодушевленного! Кто сумеет перевести на наш язык красноречие драгоценных камней?

«Дорогая моя, — говорил кружевной воротничок, приобретенный ею у Партриджа, — полюбуйся только, до чего я тебе к лицу! Ни в коем случае

не отказывайся от меня!»
Теодор Драйзер «Сестра Керри».

Точка видения и точка желания — одно.
Уоллес Стивенс «Обычный вечер в Нью Хевене»

В статье рассматривается одно из проявлений внутренней связи между становлением (на рубеже XIX—XX вв.) социальных структур общества потребления и художественных структур модернизма. В частности, <имажизм> как одно из самых влиятельных авангардистских направлений в американской поэзии (с ним связаны имена Э. Паунда, У.К. Уильямса, У. Стивенса и др.) культивирует интерес к <вещности> образа и в то же время — его внутреннюю дробность, подвижность, энергетический потенциал, способность предстать для читателя как событие (мини-драма) восприятия. Эстетика остро зримых поверхностей и крепящихся к ним, бесконечно пластичных желаний <революционизирует> язык поэзии. Блестящий успех этого эксперимента свидетельствует косвенно о более широких сдвигах — в структурах воображаемого и строе культурных коммуникаций.

Мысль о том, что становление на рубеже XIX—XX веков социальных структур общества потребления и формирование в искусстве этой же поры эстетического комплекса «модернизма» — процессы, связанные неслучайной «рифмой», высказывалась американскими исследователями. «То, что историки литературы и изобразительного искусства называют модернизмом, есть, на мой взгляд, культура, внутренне присущая рыночному обществу» — пишет, в частности, Дж.К. Купер в книге «Модернизм и культура рыночного общества» [2004: 5]. В статье, вошедшей в настоящий сборник, и в более ранней монографии «Модернизм и время: логика изобилия в литературе, науке, культуре 1880-1930» сходную логику развивает Р. Шлейфер

[Schleifer 2000]. Речь идет о культуре, в которой фактом повседневной жизни нарастающей массы людей становится соприкосновение с миром вещей, как никогда ранее изобильным, разнообразным, плотно контактирующим с человеком и как бы присваивающим часть его одушевленности. Вещи обращаются к нам с витрин и прилавков, афишируют (посредством рекламы) свою желанность, незаметно, но властно ангажируют наш интерес и принимают на себя символическую функцию, не сводимую к простому удовлетворению потребностей.

Оставаясь весомо и зримо материальной, вещь-товар в то же время становится семиотически «легкой» — с готовностью сопрягается с дополнительными смыслами, индивидуальными иллюзиями и фантазмами. Отсюда эффект небывало интимного общения с нею, притом возникающего как бы спонтанно, «на пустом месте», не оправданного ни длительной предысторией, ни особым статусом вещи как драгоценности, реликвии и т.д. Предмет совершенно заурядный, без прошлого и особых «заслуг», может быть сделан неотразимо притягательным усилием воображения предстать для нас чем-то вроде зеркала, интригующего и льстивого: кружевные воротнички от Партриджа (см. эпиграф) взывают к Керри Мибер ее собственным голосом, который поэтом и звучит так проникновенно. Человека-потребителя определяет внутренняя расщепленность — ощущение неполноты, недостаточности при одновременной завороченности собой-как-другим. Оба эти переживания порождают и питают нарциссистическое желание, которое в актах потребления не удовлетворяется, а лишь воспроизводит себя, цепляясь к новым и новым вещам. Силовые линии желания невидимо пронизывают и организуют мир вокруг индивида, «электризуют» жизнь, сообщая ей напряженность, красочность, остроту, динамику, но также (в качестве изнанки) томительную предсказуемость, униформность.

В Америке рубежа XIX - XX столетий этот комплекс (романтический по раннему своему происхождению, но определяющий для «модерна» в целом) распространяется вширь и становится массовидным. Одним из косвенных проявлений, а возможно и проводников этого по-своему революционного процесса является, с нашей точки зрения, бурное обновление поэтического языка, что в лишний раз доказывает мысль Гете о том, что лирический род искусства

«сильнее всего воздействует в эпоху закипаний, когда культура еще не оформилась или только еще образовалась, а также при новых сдвигах в культуре» [Гете 1975: 588].

Можно сказать то же иначе: любой социальный или культурный сдвиг подготавливается и закрепляется соответствующим сдвигом в устройстве человеческого воображения и структурах воображаемого.

На 1910—20-е годы в истории литературы США приходится коллективный творческий прорыв, который Эзра Паунд, один из его застельщиков, идеологов и «солистов», поспешил окрестить «Поэтическим Возрождением» (в сравнении с «нашим Американским Рисорд-

жименто», — пророчил он с азартом и лихостью завязтого рекламщика, — итальянские покажутся «бурей в стакане воды»). Поэзия стремится освободиться от отработанных форм и жадно осваивает темы и реалии современности, включая разительно «непоэтические» — броские образы уличной рекламы, просторечие улиц и газетный жаргон ритмы новейшей архитектуры (небоскребы!), джазовые ритмы, индустриальные шумы. Идеальный адресат нового искусства — человек массы, отзывчивый к напору и динамике городской жизни, к энергетике пронизывающих ее «неосвязаемо-материальных» желаний (См. категорию «неосвязаемой материальности» (intangible materiality), вводимую Р. Шлейфером в его статье). Демократическая толпа как стихийная носительница новой чувствительности вызывает у поэтов разом и скепсис, и острую заинтересованность: ее язык они осваивают, в ее интуициях черпают вдохновение, но полноценное общение с нею полагают маловероятным. Гарриэт Монро, издательница журнала «Поэтри» (один из двигателей «Поэтического Возрождения»!), настаивает, тем не менее, на контакте с новой аудиторией как условии решающе важным, если не спасительном для поэзии:

«В наши дни непосредственной аудиторией поэта не может быть лишь небольшая группа людей, как это было в оседлые и малоподвижные аристократические века; для современного искусства огромной опасностью было бы — презрение к "широкой публике", чьей реакцией только и гарантированы властность и мощь его звучания, и превеличение важности узкого круга ценителей» [Monroe: 161-162].

Эзра Паунд, другой «антрепренер» поэтической революции, в отношении массы настроен скорее негативистски:

«Искусство начинается только тогда, когда мы перестаем реагировать на глупости толпы» [Gage 1985: 28].

Но и в его рассуждениях, как и у Монро, звучит тоска по «властности и мощи... звучания», которыми поэзия располагала в мифическом прошлом и которые желала бы вернуть. Но возможно ли это в условиях, когда проводники «властности и мощи», демократическая масса и рынок, поэтическим родом искусства откровенно пренебрегают? Поза горделивого отчуждения от «толпы» причудливо сочетается у Паунда с желанием ее «направлять», задавать ей цель, определять ее судьбу:

«Художник не может зависеть от множества тех, кто его слушает... Разумеется, рано или поздно всякий великий артист находит свою/аудиторию, ибо в каждом поколении Бог посылает в мир несколько одухотворенных душ, и именно они, в конечном счете, определяют судьбу всех. Но эти ВСЕ — чернь, масса — никак НЕ СОЗДАЮТ великого артиста. В его отсутствие они не ведают цели, не имеют направления» [Poetry, October 1914, p.32].

Артист здесь явно претендует на роль медиума или (в знаменитой формулировке П.Б. Шелли) «непризнанного законодателя мира» (unacknowledged legislator of the world). Чем оправдываются его пре-

тензии? Наличием доступа к тем уровням человеческого опыта, что недостижимы для признанных властных инстанций. Свои неформальные законодательные функции поэзия отправляет в поле воображения. Это общее место романтико-модернистской традиции и повод задуматься о наличии у формального поэтического эксперимента возможной — притом что неочевидной и слабо сознаваемой самими экспериментаторами — «политико-экономической» подоплеки.

Элитаристская поза, между прочим, не мешала Паунду выступать эффективным «промоутером» нового искусства: именно им был придуман и окрещен (в 1912 г.) «имажизм», а потом его же усилиями из экзотической новинки превращен в модный «бренд», знамя поэтической революции. Образ (image) — предмет особой озабоченности ранних модернистов. Паундом он определяется как «интеллектуальный и эмоциональный комплекс в конкретный момент времени» (intellectual and emotional complex in an instant of time). Уже из этого определения ясно, что в «комплексе» ценима не так референциальная способность (отсылать к предмету, явлению, переживанию), как внутренний драматизм, действенность, перформативность. «Момент времени» в своем наполнении есть событие: «внешняя и объективная вещь преобразуется или как бы рывком превращается во внутреннюю и субъективную»*. Одновременно и читателю передается ощущение «внезапного освобождения», «внезапного роста» — энергетический творческий импульс «в его неповрежденной целостности»**.

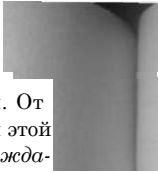
Искомый и прославляемый имажистами «образ», во-первых, остро зрим и в идеале должен производить впечатление сфотографированной вещи. Во-вторых, его отличают «абстрактность» (У.Стивене), «некоторая странная отвлеченность» (У.К. Уильяме)***, т.е. свобода из контекста. Именно по этой линии происходит размежевание имажизма с поэтической традицией, где характер сопряжения изобразительной детали с эмоцией или иным ценностным переживанием определялся либо жанровым канонам (до романтизма), либо субъективной лирической интенцией (у романтиков). Наличие заданной, заведомо привилегированной общей смысловой «рамки» в обоих случаях было законным, но именно она ранними модернистами начинает ощущаться как лишняя, сковывающая. Задача обживания современного мира, полагают они, не решается в режиме иерархического упорядочения ни даже более вольного лирического монолога: вместо поэта-ритора, поэта-идеолога, поэта-певца на авансцену должны выйти сами вещи — выйти и взять слово. *"No ideas but in things"* — так формулирует приоритет новой поэзии молодой У.К. Уильяме.

В самоценном образе-вещи создатели новой эстетики видят звено, соединяющее человеческое воображение и действительность с небыва-

* "Vorticism" цит. по кн.: E. Pound Gaudier-Brzeska: A Memoir. N.Y.: New Directions, 1940, p.89.

** Паунд, 1913.

*** W.C.Williams Spring and All, pp.UU-III.



лой ранее непосредственностью, непредумышленностью, свободой. Отсюда — необходимость рефлексии, внимательнейшего обследования этой повышено чувствительной зоны. *«Поэтическая истина, — рассуждает Уоллес Стивенс, — своего рода соглашение между реальностью и воображением человека, который открылся воздействию воображения и проникся на время верой в его истинность, — выраженное на языке его эмоций или, быть может, в более вольной формулировке, на языке его собственной личности»**. Неуклюжесть этой фразы, спотыкающейся то и дело об оговорки и уточнения, напоминает о первой профессии поэта Стивенса — он был юристом. «Соглашение» воображения с реальностью предстает здесь чем-то вроде контракта, жизненно важного для любого человека, хотя редко кто задумывается над его условиями (вот разве что поэт, в силу профессии).

Помимо зримости и «абстрактности», имажистский образ культивирует внутреннюю просторность и динамизм. Желанное подкрепление собственных интуиции Паунд и другие имажисты находят в идеях американского синолога Э. Феноллозы — анализе китайского иероглифа как средства поэтического выражения, альтернативного формализму и рационализму западной традиции. Кажущаяся произвольность со-положения элементов (как правило, чувственно-конкретных) внутри идиограммы, по мысли Феноллозы", подчеркивает спонтанный, процессуальный характер целого, чьим содержанием оказывается итоговый эффект, неопределенный, но сильный, производимый в сознании/воображении читателя. Имажистский образ как раз и стремится стать чем-то вроде иероглифа или «визуального аккорда», сгустка, вихря: *«Это светящийся узел или пучок, — нечто, что я могу и должен, пожалуй, назвать ВОРТЕКСОМ»* — уточняет Паунд. Аналогии с техникой кубизма в живописи или монтажа в кино также вполне умест-

* "Poetic truth is an agreement with reality, brought about by the imagination of a man disposed to be strongly influenced by his imagination, which he believes, for a time, to be true, expressed in terms of his emotions or, since it is less of a restriction to say so, in terms of his own personality" (W. Stevens *The Necessary Angel: Essays on Reality and Imagination*. Knopf: New York, 1953, p. 54).

** Первое упоминание о Феноллозе встречается в статье Паунда "Имажизм и Англия", опубликованном в феврале 1915 г. В ней Паунд указывает на сходство поэзии имажистов и китайской поэзии, с которой познакомился в переводах Феноллозы. В свете этого знакомства ему по-новому открылся смысл и вектор собственного — и единомышленников — поэтического эксперимента: "Мы стремились к выразительности китайских иероглифов, сами о том не подозревая". Феноллоза умер в 1908 г., его рукописи Паунд получил от вдовы ученого Мэри в ноябре 1913 г. Готовя к публикации эти материалы, в частности, статью "Китайский иероглиф как средство поэтического выражения", Паунд, как показали позднейшие исследования, изрядно ее отредактировал, причем не только усовершенствовал стиль, но в чем то «подправил» также и концепцию, приспособив ее к собственным приоритетам (тем проще было в иероглифическом письме «опознать» актуальный поэтический принцип).

яы: разными путями искусство начала XX в. ищет средства передать внутреннюю энергию вещи, воссоздать многомерный опыт ее восприятия, интригу взаимодействия с нею.

Если смотреть изнутри литературной традиции, то в новаторстве имажистов нетрудно усмотреть радикальное развитие некоторых возможностей, которые столетием ранее были опробованы романтиками (при всем их старомодном «субъективизме» и неизжитой риторичности). Для Уильяма Вордсворта лучший поэтический символ — это образ, который максимально конкретен, причем в заурядности изображаемого предмета он видит не помеху, а скорее преимущество. Камень, подобранный на пыльной дороге привычки, — рассуждает поэт в предисловии к «Лирическим балладам», — будучи освежен водой воображения, становится зрим в мельчайших оттенках и прожилках, поэтому — интригующе интересен для разглядывания, ценен и желанен, как самоцвет. Размещенный в фокусе опытного восприятия, любой предмет становится неисчерпаем для рефлексии, воображаем свободнее, разнообразнее, чем когда-либо, то есть обращается в символ, не теряя притом ни на грана своей объектности. Здесь можно, кстати, заменить метафору, переведя ее из природной плоскости в культурную и ориентируясь на реалию, немислимую в начале XIX века, но ставшую привычной в наши дни — пластиковую упаковку, которая так часто используется в супермаркетах: «обливка» ею товара полезна практически для транспортировки и хранения, но для потребителя важна в сугубо семиотической функции — как знак новизны, нетронутости вещи, ее для-тебя-первого предназначенности, а также — что для нас в данном случае особенно важно — как возможный источник того прозрачно-зеркального, гарантирующего *«повышенную зримость»* эффекта, о котором говорит Вордсворт).

Любопытно, что, отдавая должное смелости творческих подходов молодого Вордсворта (*«глухая старая овца, но гениален, бесспорно гениален — в отношении образности, представления естественной детали»*), Паунд своим ближайшим предшественникам, французским символистам, напротив, пенял за то, что они «недостаточно символисты», ибо слишком часто жертвуют зримостью вещи, делают образ *«иллюстрацией некоего верования, системы этики или эстетики»*, т.е. сводят поэтический символ к аллегории. Цель поэзии для имажиста — не отвлечение от материального, а исследование его неисчерпаемости; на место мистических «озарений» встает конкретный интерес к психологии; самозабвенное «пение» замещается кропотливой работой с материальностью слова.

Презируя традиционную описательность, поэтическое высказывание стремится к референции особого рода — к эффекту *как бы каса-ния* вещи, интимнейшего уподобления ей за счет собственной внутренней формы слова: поэтому в новой поэзии так напряженно значим звуковой ряд и так важны упражнения с графикой. Всеми доступными ей проявлениями материальности — звучанием, ритмикой, мелодикой, обликом — поэтическая фраза пытается суггестировать то, что прямые

значения слов выразить не могут: непосредственность контакта, чувственно-телесную ткань переживания, столь же объективную, сколь и субъективно-пристрастную, поскольку в ней отображаются как свойства предметов, так и опыт их восприятия. Шлак риторических клише и «крупноблочная» логика здравого смысла перестают быть нужны поэзии, которую интересуют мельчайшие структуры опыта и языка, досознательные механизмы, «энергетика» смыслообразования. От читателя это требует соответствующей перенастройки внимания, новых модусов восприятия художественного целого. *«Для прозы, — констатирует Уильямс, — важная эмоция как некий факт, поэзия приводит эмоцию в движение, сообщая ей отдельную форму. Такова сила воображения»**. Он же советует: стихотворение важно не понимать, по крайней мере для начала, а только вслушиваться в него: *«Пусть стихотворение к вам придет... Вложите все, что можете в усилие услышать стихотворение... Позже, возможно, вы откроете его смысл»***.

Итак, в фокусе внимания новой поэзии — событие восприятия вещи. Фактически, предметом художественного микро-моделирования становятся ее переживание, усвоение, символическое потребление. Здесь и возникает возможность усмотреть «рифму» в развитии по видимости далеких явлений — модернистской эстетики и экономики желания, авангардистской поэзии и массового медиума рекламы. Коммуникативная функция последней (если иметь в виду не единичное рекламное сообщение, а образуемую их множеством *среду*) состоит в том, чтобы соединять человека-потребителя с миром, делать вещи мотивационно значимыми, приближая их и «абстрагируя» (в качестве товаров), соединять мостиками метафор пространство бытовой потребительской нужды в пространство воображения. Соответствующий режим диалога с культурной средой был экспериментально опробован поэтами США 1920-х годов — притом, что прямых аналогий с языком рекламы сами они не усматривали и не проводили. Вот для примера знаменитая «Красная тачка» У.К. Уильямса:

*The Red Wheelbarrow
so much depends
upon
a red wheel
barrow
glazed
with rain
water
beside the white
chickens*

* Prose has to do with the fact of an emotion; poetry has to do with the

mZTC TZ "m" as part of om - this is the force of imagination.
William Carlos Williams Imaginations. Ed.W.Schott New Directions, 1970
p.100.

ЗАНИМАТМ , ° ^ H Gentlesesa; William Carlos Williams - the Doctor-
Poet. Atheneum: New York, 1984, p.173

Основа стихотворения — вызывающе самоценный образ. Объект (тачка), является как бы сам собой (ср. безличный оборот в первой строке: *so much depends*), на предельно близкой дистанции, замедленно — деталь за деталью, свойство за свойством. Единственное предложение разбито на короткие фрагменты, составные слова — на элементы (*wheel — Narrow, rain — water*), что резко усиливает конкретность восприятия (колесо, вода, дождь), одновременно затрудняя, делая ощутимым его процесс. Целую строку занимает служебное слово *"upon"*, не означающее ничего, кроме абстрактного отношения, но его в данном случае важно «прочувствовать», — как и чисто живописный контраст красного и белого, и напряженность физического соседства крупного и мелкого, неподвижного (*barrow*) и шевелящегося (*chickens*). Единственная метафора — «глазурь дождя» (*glazed// with rain// water*) — именно этим и обращает на себя внимание, делая тачку в буквальном и в переносном смысле по-новому зримой. В порядке (непреднамеренной) иллюстрации к Вордсворту, нам является заурядный предмет, освещенный и преобразенный водой воображения. Самой интенсивностью ее созерцания нехитрая дворовая сцена обращается в эстетический объект, впечатление-драгоценность. При этом новый ее смысл — точнее, возможность смысла — извне никак не обусловлен, порождается непосредственно и исключительно формой, переживаемой при чтении как процесс. Достаточно уничтожить ритмическую напряженность — написать шестнадцать слов в строку, — и стихотворение исчезнет (как пресловутая «глазурь дождя», сообщающая выставочный блеск ничем не замечательной тачке).

Еще пример — стихотворение У. Стивенса «Чай».

*Tea
When the elephant's-ear in the park
Shrivelled in frost,
And the leaves on the paths
Ran like rats,
Your lamp-light fell
On shining pillows,
Of sea-shades and sky-shades,
Like umbrellas in Java.*

Энергия восьмифюточной миниатюры производится контрастом подразумеваемых в ней пространств — внешнего и внутреннего. Морозная оголенность первого почти осязаема: за счет метафорических сопряжений визуальные детали начинают восприниматься тактильно («слоновьи уши», листья колоказии, съезжившиеся от холода). Также ощутима и жарко-летняя экзотичность внутреннего пространства, — оно ассоциируется с домашним покоем, мягкостью эффектов (*shining pillows*), гостеприимством, чьим-то желанным присутствием (*Your lamp-light*). Переживание-желание сладости, тепла, уюта и связаны с «чайной» ситуацией, и независимы от нее. Они коннотируются неотразимо, бу-

дучи и чувственны, и призрачны
косвенности выражения. • властно-соблазнительны при всей

Еще ярче эта логика отсутствующего присутствия проявлена в
ямсовской миниатюре «Это всего лишь»:

*This is just to say
I have eaten
the plums
that were in
the icebox
and which
you were probably
saving
for breakfast
Forgive me
they were delicious
so sweet
and so cold*

В соответствии с расхожей легендой основой стихотворения послужила записка, оставленная жене на холодильнике. Слова *буквально* замещают съеденные плоды, отсылая не к ним даже, а к акту их потребления (I have eaten) и к послевкусию — холодающей сладости, в состав которой входят виноватое наслаждение и ирония. «Всего лишь» съеденные сливы для каждого читающего подразумевают свое, неуловимое и незабываемое, что можно достраивать в воображении поразному и бесконечно (запретный плод? соблазн?) В банально-бытовом высказывании — за счет его внутренней ритмизации и странных, сверх-значительных позиций, в которые поставлены самые простые слова — «разверзается» пространство сопроизводства ценностных смыслов. По этому принципу создаются наиболее эстетичные рекламные тексты, неотличимые подчас от лирических миниатюр, что не удивительно. Опытная «оболочка», «упаковка» вещи вычлняется как нечто самоценное и делается в поэзии предметом игры, в рекламе — предметом коммерческой эксплуатации. Приемы и степень изощренности той и другой могут быть близки.

Последний пример — едва ли не самое знаменитое из ранних стихотворений Стивенса — «Случай с банкой». В литературной критике оно устойчиво фигурирует как образец модернистского поэтического письма — его вызывающей «темноты» и чувственной неотразимости.

*Anecdote of the Jar
I placed a jar in Tennessee,
And round it was, upon a hill.
It made the slovenly wilderness
Surround that hill.
The wilderness rose up to It,
And sprawled around, no longer wild.
The jar was round upon the ground*

*And tall and of a port in air.
It took dominion every where.
The jar was gray and bare.
It did not give of bird or bush,
Like nothing else In Tennessee.*

Кажется, не было комментатора, который не вспомнил бы по поводу стивенсовского «случая» (или «истории» — "Anecdote") «Оду греческой вазе» Джона Китса, которая, в свою очередь прочитывается как апофеоз романтического эстетизма. «Ода» тяготеет к жанру экфразы — описания произведения искусства, и слово «вещь» к Китсову вазе подходит мало. Гармонически-округлый сосуд освящен бережной памятью столетий, покрыт орнаментом и рельефным изображением, которые без слов (на высшем, чем слова, языке пластических образов) говорят о вечном тождестве истины и красоты: «Beauty is Truth, Truth Beauty». У Стивенса банка тоже круглая, но серая, голая и нема. Она, однако, осуществляет действие, и вполне однозначное прочитываемое (притом, что само стихотворение легко отнести к «поэзии абсурда»). Банка торжествует чистую победу над окружающей средой. «Неряшливая пустыня» (slovenly wilderness) чудным образом организуется вокруг чужеродного для нее искусственного объекта (магическое действие передается словесным повтором: в первых восьми строчках слово round повторяется с нарочитым упорством пять раз, как символ непостижимым образом утверждаемой власти). А сам «объект» в результате предстает неожиданно величественным, возвышенным и важным (of a port).

Водруженная на холм банка напоминает, по-настоящему, не так романтическую вазу, как современные ей дюшановские реди-мейды — бытовые вещи, вроде велосипедного колеса, сушилки для бутылок или унитаза, — актом де- и ре-контекстуализации обращаемые в произведения искусства. По мнению историка литературы США Р.Г. Пирса, Стивене написал свое стихотворение, имея в виду конкретный сорт банки под названием «Dominion Wide Mouth Special», — они производились в Канаде с 1913 г. и были широко представлены на североамериканском рынке.

Слово «dominion» (власть) используется в третьей строфе одновременно как часть фразеологического оборота (It took dominion) и возможная косвенная отсылка к бренду. Что очень уместно, ибо природа бренда как раз и связана с его функционированием в качестве знака-обещания, символизирующего не та конкретные свойства товара, как его успех, прошлое и будущее торжество. Таковое у Стивенса и происходит — патетико-ироническим образом — не в состязательной толкотне рынка, а в пустоте и глухомани «штата Теннесси».

Что такое банка? наружная оболочка, прозрачная форма, пустая тара. В данном случае именно она, в отсутствие какого-либо внутреннего содержания, внешних украшений и даже цвета (gray and bare), становится фокусом властной фасцинации: ее культурная энергия

пересиливает первозданную энергию природы. Мы прекрасно сознаем в то же время, что причина происходящего не в банке, а в силе зрительского воображения. Банка красуется на холме, но в центр мира поставлена по-настоящему не она, а «Я» (лирическое Я и, на равных правах с ним, читательское): субъект, придающий стандартной вещи новые место, роль и ценность. Творческий потребитель утверждает себя как культурный герой — ближайшее подобие несуществующего демиурга.

Красная тачка во дворе, горячий чай с мороза, со вкусом съеденные сливы и пустая, но властная банка... Это символические дары, оставленные классиками модерна позднейшим поколениям читателей. В них можно усмотреть также и знаки-символы становящейся культуры потребления — эстетики соблазнительно зримых поверхностей и крепящихся к ним, бесконечно пластичных желаний.

Геге И.-В. Об искусстве. М., 1975.

Cooper J.X. *Modernism and the Culture of Market Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Schleifer R. *Modernism and Time: The Logic of Abundance in Literature, Science, Culture 1880-1930*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000

Gage J.T. *In the Arresting Eye. The Rhetoric of Imagism*. Louisiana State University: Baton Rouge & L., 1985.

Poetry. October 1914.