

УДК 821.161.1-4-992.09"193":316.77

ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ АВТОРСЬКИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ІНТЕНЦІЙ У КНИЗІ ПОДОРОЖНІХ НАРИСІВ ІЛЛЯ ІЛЬФА І ЄВГЕНА ПЕТРОВА «ОДНОПОВЕРХОВА АМЕРИКА»

Катерина Валькова

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, 65058, Одеса, Україна
e-mail: katevalkova@ukr.net*

У статті показано визначальну роль комунікаційних намірів авторів у відборі, оцінці, відображенні, дослідженні та інтерпретації фактів американської дійсності. Проаналізовано форми реалізації авторських інформаційних інтенцій.

Ключові слова: подорожній нарис, Ілля Ільф і Євген Петров, «Одноповерхова Америка», масова комунікація, документалізм, факт.

Ілля Ільф і Євген Петров створили епохальний документальний твір – книгу подорожніх нарисів «Одноповерхова Америка» в період високої продуктивності радянської модифікації цього жанру. Книга представляє собою вершину в його історії 1920–1930 рр. Масовокомунікаційний ефект, який вона викликала при своїй появі, багато в чому пояснюється колосальною за обсягом і високим рівнем достовірності інформацією про американську дійсність й «американський спосіб життя».

Реконструкція комунікаційних намірів Ільфа і Петрова, здійснена шляхом аналізу обставин подорожі письменників до США, а також проблемно-тематичної структури подорожніх нарисів, дозволяє стверджувати, що жанровий потенціал книги було використано для реалізації трьох комунікаційних установок – інформаційно-масмедійної, когнітивно-публіцистичної та ідеолого-пропагандистської, що призвело до перетину в творі відповідних видів масової комунікації. Авторська комунікаційна установка щодо надання радянським читачам максимально повної та неупередженої інформації про американську цивілізацію і рівень життя людей, який вона забезпечувала, безперечно домінує. Про це зокрема свідчить сам текст, насичений документальною образністю та інформаційними повідомленнями.

Інформаційні інтенції Ільфа і Петрова втілені у відповідному блоці проблематики, до якої входять промислова, урбаністична, соціальна з акцентом на «середньому американці» і способі його життя в поєднанні з бездуховністю і політичною пасивністю. Письменники не тільки доносять до читачів корисну для них інформацію, а й наполегливо досліджують публіцистичними методами Америку і «середнього американця». Вони намагаються зрозуміти причини стрімкого технічного й економічного розвитку країни, які призвели до виникнення цивілізації нового типу з її високим рівнем життя.

На Першому з'їзді радянських письменників у серпні 1934 р. офіційним методом радянської літератури було проголошено соціалістичний реалізм, після чого почалася інтенсивна робота з її ідеологізації в більшовицькому дусі. Зокрема, подорожній нарис зусиллями критиків і письменників перетворився із переважно інформаційного контенту на засіб пропаганди, про що переконливо пишуть М. Баліна, Сузі Франк і Є. Пономарьов [2; 3; 8]. У цьому відношенні книга Ільфа і Петрова становить виняток: інформаційна складова в ній настільки вагома, що потребує спеціального дослідження.

Основним джерелом інформації про Америку й американців для Ільфа і Петрова було особисте знайомство з Нью-Йорком, де вони прожили цілий місяць перед поїздкою, та двомісячна подорож по країні автомобілем. Дорогою мандрівники постійно підвозили так званих гіч-гайкерів – безробітних американців, які їздили автостопом у пошуках роботи. Кілька історій власного життя, відверто розказаних цими людьми, включено до книги [4].

Важливим джерелом інформації був містер Адамс (Соломон Абрамович Трон), який супроводжував письменників протягом подорожі. Він прекрасно знав Америку, невтомно «брав інформацію» у місцевих жителів і щедро ділився своїми знаннями з письменниками під час багатогодинних перегонів від міста до міста. Джерелом інформації були також американська преса і кінохроніка.

У «Одноповерховій Америці» спостерігаються дві форми реалізації інформаційних інтенцій. Перша становить собою відображення окремого факту дійсності у формі документально-візуального образу. Достовірність його підтверджується констатацією, що мандрівники-оповідачі знаходяться у такій точці географічного простору, з якої на власні очі бачать предмет зображення. Друга форма – фактографічно-статистичне повідомлення, у якому демонструються джерела інформації, що знімає підозру про художній вимисел чи авторський домисел. За змістом такі повідомлення можна розділити на три основні групи. Перша група фактів доносить до читача інформацію про технологічні досягнення американської цивілізації; друга – інформує про рівень й умови життя «середнього американця»; третя стосується дорожніх витрат письменників під час подорожі, яка за своїми фінансовими ресурсами нагадує туристичну автомобільну поїздку «середнього американця».

«Побачити все на власні очі» як творче завдання першим довів до відома Ільфа і Петрова ще в Москві американський журналіст Луї Фішер, який порадив спілкуватися під час поїздки з американцями, які належать до різних соціальних верств населення [6, с. 52].

Оповідь про шлях розпочинається з прибуття мандрівників на пасажирський лайнер. Опинившись на судні, оповідачі буквально з першого моменту фіксують місце свого знаходження, а вже потім – побачене. В Ільфа і Петрова була можливість оглянути все судно. Вони подорожували першим класом, тобто могли пройти, на відміну від пасажирів третього класу, майже в усі приміщення: ресторани, салони, оранжереї, басейн, спортивні зали і кухню [6, с. 16–17]. Коли пасажирський лайнер вийшов у океан і розпочався шторм, читачу повідомляється, в якій частині судна знаходиться письменницька каюта. Цим уточненням мотивується оповідь про відчуття під час шторму. Мандрівники бачать і описують, як тремтять палуба, стіни, ілюмінатори, шезлонги і навіть умивальник.

Перед заходом у порт Нью-Йорка автори «жадібно вдивлялися в горизонт», – ще один приклад фіксації точки зору оповідача як основне свідчення достовірності зображення [6, с. 19]. «Жадібно вдивлятися» в те, що відкривається погляду, під час перебування в Америці письменники будуть постійно: з вікна готелю, прогулюючись містом, із вікна автомобіля та з вершин гір. Очі перетворюються в якусь подобу фотоапарата. Створенню значної кількості вербальних візуальних образів, що передбачало максимальну концентрацію обсерватора-оповідача на предметі опису, сприяла прекрасна зорова пам'ять письменників – один із виявів інтенсивної діяльності просторового інтелекту. Все це свідчить на користь того, що автори орієнтувалися на специфічну жанрову традицію – фактографічний тревелог.

Поселившись у готель, мандрівники відразу ж пішли гуляти містом, їх буквально гнало на вулицю прагнення якомога швидше побачити його. Але це було не так просто: потрапивши у вуличний натовп, який не прогулювався, а кудись біг, письменники теж побігли. Для того, аби щось розгледіти, потрібно було зупинитися. Це було зроблено з фіксацією місця оглядин: «Так ми добігли до 42-ї вулиці і тут зупинилися» [6, с. 22].

Повернувшись до готелю, журналісти відкрили в номері вікна. Горьківському «місту жовтого диявола», «хмарочосам у розрізі» Маяковського і «розлогим хмарочосам» Пільняка протиставлено інший Нью-Йорк. Письменники подивилися на нього очима звичайних людей, зрозуміли, що це місто для тих, хто приїхав сюди з усього світу, щоби мати роботу, житло, можливість спокійно жити та відпочивати. З того ж вікна мандрівники, вочевидь, не раз вдивлялися в Нью-Йорк, помічали, що він буває різним. Так, скрізь прозорий ранковий туман місто виглядало ніби акварельна ілюстрація до якоїсь міської ідилії [6, с. 34]. Таким його побачили Ільф і Петров на власні очі, а значить, сигналізують вони читачеві, він таким і є.

Під час подорожі побачене й почуте фіксувалося в записних книжках і листах до Москви. Крім того письменники постійно купували поштові листівками з зображеннями місцевих пам'яток культури і краєвидів. Ільф не розлучався з фотоапаратом, він привіз із Америки більше тисячі світлин. Сто п'ятдесят з них було надруковано із супровідними текстами у журналі «Огонёк» у 1936 р.

Другою формою реалізації авторських мас-медійних інтенцій є інформаційні повідомлення, які часто супроводжуються статистичними даними, тому їх можна назвати інформаційно-статистичними. Порядок подачі читачеві такої інформації переважно визначає маршрут. Перший великий об'єкт на шляху мандрівників – світовий лідер електротехнічної промисловості – компанія «Дженерал Моторс». Однак автори відмовилися від опису технологій, за якими спостерігали на виробничих майданчиках, зауваживши, що це справа інженерів. Замість цього в окремій главі знайомлять читачів з продукцією компанії – побутовою електротехнікою, розповідають про умови її продажу в кредит, що робить товари доступними для тих, хто має роботу [6, с. 115–118].

Наступний крупний об'єкт – цехи автозаводів-гігантів Форда у Дірборні й Детройті. Увага авторів прикута тут до стрічкового конвеєра, який впровадив у виробництво Генрі Форд, до високої продуктивності праці, а також до виснажливого ритму роботи [6, с. 130–131]. Рівень організації виробництва, продуманість кожної технологічної дрібниці, постійна націленість самого Форда і його інженерів на максимальну раціоналізацію масового виробництва надійного, але недорогого автомо-

біля – все це супроводжується статистичними повідомленнями, які доносять до читача масштабність фордівського «автопрому». Як відомо, на заводах Форда в той час виготовляли автомобілі тільки однієї моделі, оновлення якої відбувалося раз на рік [6, с. 128].

У Каліфорнії мандрівники побували на будівництві підвісного моста в Сан-Франциско, причому піднялися вгору, туди, де спеціальні пристрої сплітали зі сімнадцяти з половиною тисяч тоненьких сталевих дротинок канати товщиною близько метра. Статистика, яка супроводжує оповідь про будівництво моста, безперечно, вражає читачів масштабністю того, що відбувається. Автори повідомляють, що міст «Сан-Франциско – Окленд» сягає в довжину семи кілометрів і складається із кількох прогонів різної конструкції. Основний із них – підвісна частина довжиною три кілометри двісті метрів [6, с. 282].

Для Ільфа і Петрова Америка – це «система і порядок», які виявляються перш за все у стилі роботи, для якого характерний надзвичайно високий рівень організації праці. Коли мандрівники знайомилися з роботою голлівудських студій, де за рік вироблялося до восьмисот картин, то зауважили, що тут, як і на всіх американських підприємствах, працюють не поспішаючи, впевнено і спритно. Будь-яка американська праця нагадує цирковий атракціон – впевнені рухи і розрахунок [6, с. 324].

Ще одна група повідомлень характеризує рівень життя «середнього американця», що підпорядковується ідеологічному кліше «американський спосіб життя». В сучасному розумінні основними атрибутами способу життя виступають: стиль життя, система освіти, сфера послуг, кіно, реклама, мода, захоплення специфічним хобі або течією мистецтва, глянцеви журнали, а також спосіб проведення вільного часу [7].

В описаний період «середній американець» заробляв у тиждень тридцять і більше доларів. За ці гроші людина могла дозволити собі одно- чи двоповерховий будинок із шести-семи кімнат, наповнити його побутовою технікою і придбати автомобіль. Все це можна було отримати в кредит, але в разі втрати роботи миттєво всього позбутися [6, с. 351]. Письменники вказують на соціальну нерівність, яка в Америці виявляється в усьому, що стосується соціально-побутових умов життя. Вони констатують, що при існуванні тринадцяти мільйонів безробітних у країні велика кількість мільйонерів.

Ще одна частина повідомлень доносить до читача інформацію про поїздки письменників Америкою. Як з'ясувалося, це задоволення було не дешеве, але у США автотуризм уже в той час став явищем масової культури. В країні було створено потужну туристичну інфраструктуру, «середній американець» міг провести вільний час, подорожуючи автомобілем. Зростання добробуту американців, здешевлення вартості легкових машин, які із предмета розкоші перетворилися в індивідуальний транспортний засіб, а також будівництво доріг сприяли становленню цієї галузі масової культури. Письменники звернули увагу на те, що в туризм інвестуються колосальні кошти. Основною умовою розвитку автотуризму в США було будівництво тисяч кілометрів шосе, які забезпечували вантажні і пасажирські перевезення й відкривали доступ мандрівників до унікальних творінь природи, таких як каньйони, печери і парки.

Таким чином, книга подорожніх нарисів Іллі Ільфа і Єгена Петрова «Одноповерхова Америка» буквально насичена фактографічним матеріалом, документальною

образністю та інформаційними повідомленнями, які є результатом творчого освоєння авторами конкретного «чужого» простору, американської цивілізації і відповідного способу життя. Маємо усі підстави стверджувати, що інформаційні інтенції авторів книги зводяться до трьох намірів: надати радянським читачам максимально повну й неупереджену інформацію про американську цивілізацію та рівень життя людей, який вона забезпечувала; встановити причини стрімкого економічного і технологічного прогресу США; висвітлити проблеми, які виникають перед людством в нових умовах. Документалізм як принцип відображення фактів дійсності виступає основним механізмом реалізації авторських інформаційних інтенцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Александров О. В. Подорожній нарис: «Пам'ять жанру». Стаття перша : На перетині видів масової комунікації. Діалог: Медіа-студії : зб. наук. пр. Одеса, 2015. Вип. 20. С. 7–35.
2. Балина М. Литература путешествий. Соцреалистический канон: сб. ст. / под общ. ред.: Х. Гюнтер, Е. Добренко. СПб., 2000. С. 896–909. Электрон. аналог печ. изд.: URL: <http://www.fedy-diary.ru/?p=4545> (дата обращения: 03.04.2017).
3. Беглые взгляды: Новое прочтение русских travelogov первой трети XX века : сб. ст. / пер. с нем. Г. А. Тиме ; сост. В.-С. Киссель. М., 2010. 400 с. Электрон. аналог печ. изд.: URL: <http://www.rulit.me/books/beglye-vzglyady-novoe-prochtenie-russkih-travelogov-pervoj-treti-hh-veka-read-347810-1.html> (дата обращения: 03.04.2017).
4. Валькова К. Г. Жанровий зміст нарисів про гіч-гайкерів у книзі І. Ільфа та Є. Петрова «Одноповерхова Америка». Spheres of culture : Journal of Philological, Historical, Social and Media Communication, Political Science and Cultural Studies. Lublin, 2015. Vol. 12. P. 442–448.
5. Валькова К. Г. Комунікаційні цілі авторів у книзі подорожніх нарисів І. Ільфа та Є. Петрова «Одноповерхова Америка». Актуальні проблеми філології і журналістики: 2-а Міжнародн.наук.-практ. конф. студ. та аспірантів (Ужгород, 21–22 квіт. 2016 р.). Ужгород, 2016. С. 357-359. (Студії з філології та журналістики ; вип. 4). Електрон. аналог друк. вид.: URL: http://phraseoseminar.slovo-spb.ru/documents/sbornik_uzhgorod_2016.pdf (дата звернення: 03.04.2017).
6. Ильф И., Петров Е. Одноэтажная Америка: Письма из Америки / сост., вступ. ст. А. И. Ильф. М., 2015. 511 с.
7. Мозолин А. Основные подходы к организации пропаганды в России. Исслед. центр «Аналитик». 2011, 15 апр. URL: <http://www.rc-analitik.ru/file/%7Bb51c6342-9e60-4e6b-b046-b372c662fc25%7D> (дата обращения 4.04.2017).
8. Пономарев Е. Р. Типология советского путешествия: «путешествие на Запад» в литературе межвоенного периода. 2-е изд., испр. и доп. СПб., 2013. 412 с.

**TYPES OF IMPLEMENTATION OF INFORMATION INTENTIONS
IN THE BOOK OF TRAVEL ESSAYS «LITTLE GOLDEN AMERICA»
BY ILLIA ILF AND YEVGEN PETROV**

Kateryna Valkova

*Odessa I. I. Mechnikov National University
French boulevard, 24/26, 65058, Odessa, Ukraine
e-mail: katevalkova@ukr.net*

The reconstruction of the authors' intentions was carried out by analyzing the problems of the book, as well as their decisive role in the selection, evaluation, reflection, research and interpretation of facts of American reality. The genre potential of the book was used for the implementation of three communicative intentions – informational-media, publicistic-cognitive and ideological-propagandistic, which led to the intersection of the corresponding types of mass communication in the book. However, the author's communicative intention dominates in providing Soviet readers with the most complete and unbiased information about the American civilization and the standard of living of the people it provided.

There are two types of implementation of information intentions in the book by Ilf and Petrov. The first is a reflection of a separate fact of reality in the form of a documentary-visual image. Its authenticity is confirmed by the statement that the narrator-wanderers are at such a point of the geographical space from which the object of the image is seen with their own eyes. The second type is a factual and statistical message, and it shows the sources of information that relieves suspicion of a fiction or the authors' premise. The fact that the information component in «Little Golden America» dominates is proved by its text: it is literally saturated with documentary imagery and informational messages.

Huge amount of new information which the book contained, cognitive processing of the material, controversial combination of «vertical» and «horizontal» propaganda, richness and diversity of genre content – all these are combined into the integrity of high quality due to the subordination of its genre form, the principles of selection, display and processing of facts, as well as the structuring of genre content according to the communicative aims of the authors – the main, informational and media, cognitive-publicistic and ideological-propagandistic. High mass communication effectiveness is explained by the homogeneity of the elements of the linear model of mass communication, first of all the genre form and the genre content, which is the result of continuous action of the authors' communicative intentions.

Key words: travel essay, Illia Ilf and Yevgen Petrov, Little Golden America, mass communication, documentary, fact.