

УДК: 821.161.1

«АМЕРИКАНСКИЙ ТЕКСТ»
В ТВОРЧЕСТВЕ И. ИЛЬФА И Е. ПЕТРОВА

Лыткина Оксана Ивановна,

*кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка и литературы
Российского государственного социального университета (г. Москва)
141609, Московская обл., г. Клин-9, д. 97, кв. 1,
тел.: +79104798947, e-mail: lytkinao@list.ru*

Статья посвящена исследованию одной из разновидностей топосных сверхтекстов в русской литературе – «Американскому тексту», который автор выделяет по аналогии с «Петербургским», «Московским», «Крымским», «Вятским», «Пермским» и др. сверхтекстами. Цель исследования – определить основные типы информации, составляющие содержание «Американского текста» на материале путевых заметок И. Ильфа и Е. Петрова «Одноэтажная Америка». Это произведение оказало значительное влияние на формирование представлений об Америке не только в русской картине мира, но и в русской литературе. В работе были использованы описательный метод, метод контент-анализа, метод компонентного анализа, а также приемы статистического и сравнительно-сопоставительного анализа. По результатам исследования, содержание «Американского текста» в «Одноэтажной Америке» И. Ильфа и Е. Петрова представлено такими типами информации, как общая характеристика страны, зрительная характеристика, звуковая характеристика, культура (архитектура, музыка, литература, кино, театр), население (религия, жизненные и духовные ценности, образ жизни, массовые развлечения) и др.

Ключевые слова: «Американский текст», И. Ильф, Е. Петров, «Одноэтажная Америка», русская литература.

Наше исследование посвящено одной из разновидностей сверхтекста – топосным текстам. Одним из первых топосных текстов был описан «Петербургский текст» в русской литературе в работах Н. П. Анциферова [2], М. Ю. Лотмана [6], В. Н. Топорова [9]. Затем появились работы, посвященные «Московскому» [8], «Крымскому» [7] текстам, ряду «провинциальных текстов»: «Алтайскому», «Архангельскому», «Вятскому», «Пермскому» и др. [1], [4], [10].

Цель нашей работы – описать типы информации, составляющие «Американский текст» в путевых заметках И. Ильфа и Е. Петрова «Одноэтажная Америка».

Актуальность исследования «Американского текста» обусловлена, во-первых, актуальностью изучения категории пространства и образов других стран в современной гуманитарной науке (например, в последние десятилетия появились такие научные дисциплины, как имагология, геопэтика, геофилософия и др.), а во-вторых, теми отношениями, которые исторически сложились между двумя великими странами – Америкой и Россией. Выбор материала исследования объясняется большой популярностью произведения, авторы которого имеют много последователей (Б. Полевой, Б. Стрельников, И. Шатуновский, В. Песков, И. Ургант, В. Познер), в связи с чем можно говорить о его значительной роли в формировании представлений об Америке в картине мира русских.

Основным принципом построения путевых заметок является противопоставление Советского Союза и США («Мы все время говорили о Советском Союзе, проводили параллели, делали сравнения» [5, 403]), воображаемая героями Америка и реальная Америка, наконец, огромный шумный Нью-Йорк и настоящая, одноэтажная, Америка.

Произведение начинается с описания впечатлений от знакомства с Нью-Йорком, который вначале кажется авторам самой Америки. Однако Нью-Йорк – это всего лишь «мост между Европой и Америкой», чужой, мучительный город, пугающий контрастом богатства и нищеты, Бродвея и трущоб, миллионом автомобилей, автобусов, трамваев, такси; оглушающий грохотом элевейтеда (надземки), собвея, сиренами, ревом газетчиков, звуками джаза; ослепляющий светом и огнем рекламы; преследующий человека запахом бензина; поражающий сумасшедшим темпом жизни («Но Нью-Йорк не из тех городов, где люди движутся медленно. Мимо нас люди не шли, а бежали. И мы тоже побежали. С тех пор мы уже не могли остановиться. В Нью-Йорке мы прожили месяц подряд и все время куда-то мчались со всех ног» [5, 22]) и не приемлемыми для авторов жизненными ценностями, такими как выгода, польза, бизнес, деньги.

Однако «твердое, давнее и привычное представление» об Америке как «стране небоскребов, где день и ночь слышится лязг надземных и подземных поездов, адский рев автомобилей и сплошной отчаянный крик биржевых маклеров, которые мечутся среди небоскребов, размахивая ежесекундно падающими акциями» [5, 95] меняется, как только герои покидают город.

Настоящая Америка оказалась одноэтажной и двухэтажной. Героев поражают однообразие, безликость, стандартность городов и архитек-

туры: «...американские города похожи друг на друга, как пять канадских близнецов, которых путает нежная мама. Это обесцвеченное и обезличенное скопление кирпича, асфальта, автомобилей и рекламных плакатов вызывает в путешественнике лишь ощущение досады и разочарование» [5, 96–97]. Стандартность является чертой американской жизни, стандартными являются голливудские фильмы, стандартно меню во всех ресторанах, аптеках, закусочных и одинаковый вкус у всех блюд, например: «Динер намбр уан, динер намбер ту, динер намбер три, динер намбер фор! Обед № 4 стоит вдвое дороже обеда № 2. Но это не значит, что он вдвое лучше, – нет, он просто вдвое больше. Если в обеде № 2 блюдо под названием «кантри сосидж» состоит из трех обрубленных сосисок, то в обеде № 4 этих обрубленных «сосиджей» будет шесть, но вкус останется тот же самый» [5, 95]. Однообразие, по мнению писателей, вызывает бунт: «Многие бунтующие писатели Америки вышли из городков Среднего Запада. Это бунт против однообразия, против мертвающей и не имеющей конца погони за долларами» [5, 100].

Другая черта американской жизни – скорость, движение: «Америка лежит на большой автомобильной дороге.

Когда закрываешь глаза и пытаешься воскресить в памяти страну, в которой пробыл четыре месяца, – представляешь себе <...> скрещение двух дорог и газолиновую станцию на фоне проводов и рекламных плакатов» [5, 93]. Поездка по Америке подобна путешествию через океан. В этом отношении любопытно замечание Г. Гачева о том, что в Америке появляется новый тип человека – *man-in-a-car* (человек–в–машине): «Автомобиль становится истинным домом, где можно жить, – с телефоном и компьютером внутри. Завод переселенчества, как начался с переселения в Новый свет, так и продолжает работать уже там. Американцы легко снимаются с места, кочуют, вечные эмигранты–иммигранты и в самой Америке» [3, 201]. Кроме того, исследователь отмечает, что ключевым словом американской культуры является слово «некогда», например, Америке некогда растить своих гениев, их приглашают–переманивают из Старого света: Эйнштейн, Чаплин, Стравинский, Тосканини и т. п. Читаем у И. Ильфа и Е. Петрова: «Богатая Америка завладела лучшими музыкантами мира. В Нью-Йорке, в «Карнеги-холл», мы слушали Рахманинова и Стоковского» [5, 154]. Однако искусство в Америке никак не связано с духовностью, похитив искусство у народа, буржуазия взамен ему предлагает пошлейшие развлечения: «Страшны преступления американского капитализма, с удивительной ловкостью подсунувшего народу пошлейшее кино, радио и еженедельное журнальное пойло и оставившего для себя Толстого, Ван-Гога и Эйнштейна, но глубоко равнодушного к ним» [5, 404].

Основной ценностью американской жизни и ее движущей силой становится выгода: «Это чисто американская черта, сэры. Не делать ничего лишнего» [5, 131]; « Слава в этой стране начинается вместе с «паблисити». «Паблисити» же делают человеку только тогда, когда это кому-нибудь выгодно» [5, 261] и т. д.

Следующая отличительная особенность американской жизни, которую отмечают авторы, – могущество техники и главенство научно-технического прогресса: «Современная американская техника несравненно выше американского социального устройства» [5, 115], «Это не просто завод, а воплощение некоей новой технической и политической идеи. Мы уже много слышали о ней, так как она очень злободневна в связи с теми разговорами, которые ведутся в Америке о диктатуре машин и о том, как сделать жизнь счастливой, сохранив в то же время капитализм» [5, 139], «Удивительная все-таки страна! Здесь даже лошадей возят на автомобилях. Можно ли выдумать большее унижение для этого животного!» [5, 180]. В этой связи любопытно замечание Г. Гачева о том, что Америка – страна изобретателей, а труд для американца жизненно необходим, помогая ему избежать «страданий и судьбы» и удовлетворять потребности, навязанные рекламой: «Перехлест ургии над гонией – и в том, что тут искусственно производятся потребности (а они ведь обычно были прерогативой природы человека): рекламой навязываются изделия; а жизнь в кредит и пользование вещами в рассрочку есть явное житие в настоящем из будущего...» [3, 195].

Реклама и паблисити олицетворяют жизненные ценности среднего американца и являются своеобразным «руководством» жизни: «Реклама до такой степени проникла в американскую жизнь, что если бы в одно удивительное утро американцы, проснувшись, увидели бы, что реклама исчезла, то большинство из них очутилось бы в самом отчаянном положении.

Стало бы неизвестно –

Какие курить сигареты?

В каком магазине покупать готовое платье?

Каким прохладительным напитком утолить жажду – «Кока-кола» или «Джинджер-эйлем»?

Какое пить виски – «Белая лошадь» или «Джонни Уокер»?

Какой покупать бензин: «Шелл» или «Стандарт-Ойл»?

В какого бога верить: баптистского или пресвитерианского?

Было бы просто невозможно решить –

Стоит ли жевать резинку?

Какой фильм замечателен, а какой попросту гениален?

Следует ли добровольцем идти во флот?

Полезен или вреден климат Калифорнии?

И вообще без рекламы получилось бы черт знает что! Жизнь усложнилась бы до невероятия. Над каждым своим жизненным шагом приходилось бы думать самому.

Нет, с рекламой значительно легче. Американцу ни о чем не надо размышлять. За него думают торговые компании» [5, 121].

Именно реклама определяет такой образ жизни американцев, как жизнь в рассрочку: «Рассрочка – это основа американской торговли. Все предметы, находящиеся в доме американца, куплены в рассрочку: плита, на которой он готовит, мебель, на которой он сидит, пылесос, при помощи которого он убирает комнаты, даже самый дом, в котором он живет, – все приобретено в рассрочку. За все это надо выплачивать деньги десятки лет. В сущности, ни дом, ни мебель, ни чудные мелочи механизированного быта ему не принадлежат. Закон очень строг. Из ста взносов может быть сделано девяносто девять, и если на сотый не хватит денег, тогда вещь унесут. Собственность для подавляющего большинства народа – это фикция. Все, даже кровать, на которой спит отчаянный оптимист и горячий поборник собственности, принадлежит не ему, а промышленной компании или банку» [5, 115].

Характеризуя американцев, авторы отмечают такие черты характера, как пунктуальность, точность, честность, готовность помочь: «Американцы точны, но далеки от педантичности. Они аккуратны. Они умеют держать свое слово и доверяют слову других. Они всегда готовы прийти на помощь. Это хорошие товарищи, легкие люди» [5, 189]. Также авторы отмечают оптимизм американцев как черту национального характера, который в общении принимают форму смеха и улыбки (в восприятии русских американская улыбка – показ зубов):

«Предположим, встречаются два американца.

1-й. американец (*улыбаясь*). How do you do!

2-й. американец (*показывая часть зубов*). How do you do!

1-й. Как поживаете? (*Смеется*.)

2-й. Очень хорошо. Спасибо! (*Показывает все тридцать два зуба, среди которых видны три золотых.*) А вы как поживаете?

1-й. Вери найс! Прекрасно! (*Громко смеется*.) Как идут ваши дела?

2-й. Найс! (*Хохочет*.)

1-й. Великолепно! (*Бешено хохочет*.) Ну до свиданья, кланяйтесь жене!

2-й. Спасибо. Ха-ха-ха! Вы тоже кланяйтесь! (*Извергая целый водопад смеха, изо всей силы хлопает первого по плечу*.) Гуд-бай!

1-й. (*покачивается от хохота и хлопает по плечу второго*). Гуд-бай!

<...>Американцы смеются и беспрерывно показывают зубы не потому, что произошло что-то смешное, а потому, что смеяться – это их стиль» [5, 266].

Характеризуя американскую жизнь, авторы отмечают американский сервис и комфорт: «Страна уважает и ценит сервис. И сервис – это не только умение торговать и добиваться какой-то выгоды. Необходимо сказать еще раз: сервис вошел в самую кровь народа, он составляет чрезвычайно существенную часть народного характера. В сущности, это – стиль работы» [5, 374].

И, конечно, главное представление об Америке как о стране великой демократии, конституции, в которой декларированы равенство, свобода слова, свобода печати, свобода неприкосновенности личности. Однако американская демократия кажется для авторов сомнительной: «...право на свободу и на стремление к счастью имеется несомненно, но возможность осуществления этого права чрезвычайно сомнительна. В слишком опасном соседстве с денежными подвалами Уолл-стрита находится это право» [5, 398].

Выводы. Итак, «Американский текст» в творчестве И. Ильфа и Е. Петрова представлен следующими типами информации: Нью-Йорк, одноэтажная Америка, стандартность, обезличенность, однообразие, дорога, скорость, движение, богатство, господство техники, жизнь в рассрочку, реклама, паблисити, честность, точность, улыбка, смех, демократия, равенство, свобода слова, свобода печати, свобода неприкосновенности личности...

Изучение «Американского текста» в русской литературе представляется перспективным, поскольку это позволит исследователям воссоздать модель русской языковой картины мира на материале художественной литературы, определить сходное и отличное в русской и американской картинах мира, прояснить ряд дискуссионных вопросов в теории сверхтекста (уточнить критерии его выделения, категории его составляющие, способы его языкового кодирования и др.), в том числе вопрос об интертекстуальных связях.

Список литературы

1. Абашев В.В. Пермь как текст. Пермь: Издательство Пермского университета, 2000. 399 с.
2. Анциферов Н.П. Душа Петербурга. М.: Книга, 1991. 101 с.
3. Гачев Г.Д. Америка // Национальные образы мира: Курс лекций. М.: Академия, 1998. С. 187–216.
4. Давыдова А.Н. Архангельск: семантика городской среды в свете этнографии международного морского порта // Культура русского севера. Л., 1988. С. 86–89.

5. Ильф И., Петров Е. Одноэтажная Америка. М.: Текст, 2004. 511 с.
6. Лотман Ю.М. Символика Петербурга и проблемы семиотики города // Лотман Ю.М. История и типология русской культуры. СПб.: Искусство, 2002. С. 208–220.
7. Люсый А.П. Крымский текст в русской литературе. СПб.: Алетейя, 2003. 314 с.
8. «Московский» текст русской культуры // Лотмановский сборник. М., 1997. Вып. 2. 857 с.
9. Топоров В.Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. СПб.: Искусство, 2003. 612 с.
10. Шутая Н.К. Художественное время и пространство в современном литературоведении: состояние исследований // Русское литературоведение XX века: имена, школы, концепции. М.; СПб.: Нестор-История, 2012. С. 202–207.

«THE AMERICAN TEXT»
IN THE WORKS OF I. ILF AND YE. PETROV

Lytkina Oksana Ivanovna,

*Ph.D., Associate Professor
of Russian state social University (Moscow),
tel.: +79104798947, e-mail: lytkinao@list.ru*

The article is devoted to the research of one of the variety of the topos supertext, «The American text», which is distinguished by the author on the analogy with «The St. Petersburg text», «The Crimea text», «The Vyatsk text», «The Perm text», etc. The aim of the research is to define basic types, which make up the content of «The American text», on the material of I. Ilf's and Ye. Petrov's travel notes «One-storied America». Ilf's and Ye. Petrov's travel notes «One-storied America» has had a significant impact on the formation of ideas about America not only in Russian world view, but also in Russian literature. During the work the descriptive method, the method of content-analysis, the method of componential analysis, and also the method of statistical analysis and the method of comparison and collation were used. According to the results of the study, the content of «The American text», on the material of I. Ilf's and Ye. Petrov's work «One-storied America» represented by such types of information, as the general description of the country, the visual characteristic, the auditory response, the culture (architecture, music, literature, films, theatre), the population (religion, life and spiritual values, lifestyle, mass entertainment), etc.

Keywords: «The American text», I. Ilf, Ye. Petrov, «One-storied America» («Little Golden America»), Russian literature.

References

1. Abashev V.V. Perm kak tekst [Permian text]. Perm: Publishing house of Perm state University, 2000. 399 p.
2. Anciferov N.P. Dusha Peterburga [The Soul of St. Petersburg]. Moscow: Kniga Publ., 1991. 101 p.
3. Gachev G.D. Amerika [America] // Nacionalnye obrazy mira: Kurs lekcij [National images of the world: Course of lectures]. Moscow: Akademiya Publ., 1998. Pp. 187–216.
4. Davydova A.N. Arkhangelsk: semantika gorodskoy sredy v svete etnografii mezhdunarodnogo morskogo porta [Arkhangelsk: the semantics of the urban environment in light of the Ethnography of international sea port] // Kultura russkogo severa [Culture of the Russian North]. Leningrad, 1988. Pp. 86–89.
5. Ilf I., Petrov Ye. Odnoetazhnaya Amerika [One-Storey America]. Moscow: Text Publ., 2004. 511 p.
6. Lotman Yu.M. Simvolika Peterburga i problemy semiotiki goroda [Symbolism of St. Petersburg and the problem of semiotics city] // Lotman Yu.M. Istoriya i tipologiya russkoy kultury [History and typology of Russian culture]. St. Petersburg: Iskusstvo Publ., 2002. Pp. 208–220.
7. Lyusyi A.P. Krymskiy tekst v russkoy literature [Crimean text in Russian literature]. St. Petersburg: Aleteya Publ., 2003. 314 p.
8. «Moskovskiy» tekst russkoy kultury [«Moscow» text of Russian culture] // Lotmanovskiy sbornik [Lotman collection]. Moscow, 1997. Vol. 2. 857 p.
9. Toporov V.N. Peterburgskiy tekst russkoy literatury: Izbrannye trudy [The Petersburg text of Russian literature: Selected papers]. St. Petersburg: Iskusstvo Publ., 2003. 612 p.
10. Shutaya N.K. Hudozhestvennoe vremya i prostranstvo v sovremennom literaturovedenii: sostoyanie issledovaniy [Artistic time and space in modern literary studies: state of research] // Russkoe literaturovedenie XX veka: imena, shkoly, koncepcii [Russian literature of the twentieth century: names, schools, concepts]. Moscow; St. Petersburg: Nestor–Istoriya Publ., 2012. Pp. 202–207.