

Глава 3. Образ «делового человека» в новейшей русской прозе

Парадоксальность истории художественного воплощения темы предпринимательства и образа предпринимателя в новейшей русской литературе заключатся в том, что «правильность» положительных героев советского романа о труде на удивление развеялась по ветрам перестройки и развала социалистического строя. В считанные годы авантюрный тип подпольного дельца заполнил страницы криминальных хроник, расследований, произведений, в которых интенсивные процессы жанрового синтеза проявлялись с потрясающей наглядностью. Наступила эра, в которой исследователи [119, 129, 159, 163, 166, 179, 207] усматривают повальное нашествие массовой литературы, на свой, облегченный лад отвечавшей на вызовы каждого нового десятилетия: 60-х, 70-х, 80-х, 90-х гг. XX в. Затем настала очередь 2000-х, а с ними пришли в русскую литературу предприниматели, бизнесмены, магнаты и олигархи, бывшие в советские времена директорами заводов, партийными функционерами, комсомольскими лидерами, советскими администраторами либо чиновниками. Как видим, связь времен не нарушилась, зато ценности менялись с «точностью до наоборот», что и нас возвращает к началу истории вопроса. Дать по мере возможности целостную картину воплощения темы предпринимательства в новейшей русской литературе – цель данной главы настоящего диссертационного исследования.

3.1. Постсоветская Россия: новые идеалы и ценности

Сложность изучения вопроса об изображении предпринимательства на новом этапе развития отечественной прозы вызвана несколькими внешними (социально-политическими, идеологическими и пр.) и внутренними (художественно-эстетическими) факторами. Прежде всего, это фактор исторического времени, стремительного ускорения процесса смены эпох, переизбыток судьбоносных событий, дробление, развал, распад старого уклада и очень медленное формирование некоего единого целого, скрепленного

не коммунистической идеологией, а инстинктом выживания на уровне государства, системы, культуры.

Нашу исследовательскую позицию можно определить как «постсоветская ретроспектива», как взгляд извне, из новой исторической реальности в прошедшие десятилетия, каждое из которых набирало новые качества, не поддающиеся привычным оценкам. За эти годы изменилось все: сама Россия, ее социально-политическое устройство, ценностные ориентиры, содержание литературы, способы ее изучения, методология, эстетические основы. Не стало социалистического реализма как художественного метода, не стало советского литературоведения, основанного на марксистско-ленинской эстетике, не стало и самой советской литературы. Развеелись многие мифы, вошедшие в сознание нескольких поколений «простых советских людей», в частности, миф о «простом советском человеке» – строителе социализма, наделенном особым сознанием, в которое входило особое отношение к Труду.

В этом разделе мы коротко суммируем то, в чем представители различных гуманитарных наук видят подспудные механизмы жизни советского общества, которые двигали его к катастрофе, и как литература не просто все это отражала, но и сама отчасти подпитывалась разрушительной энергией. Для того чтобы постичь природу этого процесса, одного академического литературоведения недостаточно. Обращение к опыту социологических и политологических исследований поможет понять, почему именно бывшие маргиналы советской литературы - популярные жанры - оказались наиболее востребованными из всей литпродукции этого периода русской культуры.

Анализ этих материалов наводит на мысль о том, что вся российская литература советского периода неразрывно связана с утверждением «советскости», а вся новейшая российская литература нацелена на ее осмысление и преодоление. В связи с этим наш интерес регулируется не только хронологическими рамками новейших периодизаций литературного процесса конца XX - начала XXI-го вв., терминологической точностью определений

реализма, модернизма, постмодернизма или оценками массовой литературы, но и наличием или отсутствием «советскости» в содержании художественного текста и отношением к ней самого писателя. Отдавая себе отчет в дискуссионности принятого критерия эстетической оценки, попытаемся раскрыть его смыслы и значение для решения поставленных задач.

Соображение в пользу вышеуказанного критерия возникает при анализе исследований, посвященных массовой культуре и литературе, в частности. По мнению некоторых авторов, всю литературу соцреализма можно квалифицировать как проявление массовой культуры. Характерной чертой такой литературы является стереотипность массовой социальной мифологии, «коллективно-коммуникативная реципиентность» [23], когда ее читают, смотрят, слушают в коллективной форме и зачастую – в обязательном порядке: на школьном уроке, по радио, в рамках учебных программ в вузе. Важнейшее место в массовой литературе, как и в искусстве соцреализма, отводится фигуре героя, жестко маркированной в качестве положительной или отрицательной аксиологической позиции. Как мы убедились на примере романов Ф. Гладкова и Г. Николаевой, за исторический период, их разделяющий, этот признак остался неизменным. Художественные конструкции в обеих системах проникнуты принципиальной позитивностью отношения к миру. Таким образом, понятие «советскости» в советской литературе неразрывно связано с понятием «массовости», к которой присоединяли «народность», «партийность», «социалистический гуманизм». Этот набор существует не только в теоретическом аппарате, а пропитывает любое художественное произведение советской литературы, что, в свою очередь, дает современным исследователям основание всю литературу соцреализма назвать нормативной. Нормативность и советскость оказываются в одном ряду в списке родовых признаков продукта творческих усилий, рассчитанных на самый широкий охват советской читательской массы.

Понятие «советскости» представляется нам универсальным для характеристики реальных субъектов и явлений советской эпохи и системы художественных средств, включая жанры, требующиеся для их воспроизведения. Оно возникло не стихийно и формировалось целенаправленно на протяжении всей истории советского государства и напрямую связано с понятием «простой советской человек». Миф о простом советском человеке составлял «квинтэссенцию нашей культурной истории как в тоталитарный, так и в постсоциалистический период», - пишет Ю.А. Согомонов¹ Советскому человеку было присуще «нормативное социальное чувство вовлеченности в государственное «дело», которое сочеталось с обратными ожиданиями «отеческой» заботы со стороны государства. Этот человек отличался «сознательностью», чувством социальной справедливости, которое заставляли его отвергать «незаслуженные» привилегии и нетрудовые доходы. Ему важно было «быть, как все», он привык довольствоваться малыми радостями и склонен к оценке чужого личного успеха как «неправедного».

Однако самому искусственно созданному феномену присуще неустранимое противоречие: принципиальная невозможность осуществления всего набора его нормативных установок. А отсюда - двойной стандарт поведенческого образца: «одни делают вид, что работают, другие - что им за работу платят» и т. п. В результате практически каждый устанавливал «делку с дьяволом», стремясь сохранить себя.² Как видно из приведенных выше

¹ В предисловии к книге «Советский простой человек: опыт социального портрета на рубеже 90-х». [187]В ней дается «теоретический портрет советского человека, выполненный в официальной советской литературе»... Homo Sovieticus обладал целым рядом характеристик, определяющих его «советскость». Главным качеством было представление о собственной исключительности: «советский человек» воспринимает себя как носителя исключительных ценностей, у него «свои» критерии истины и красоты. [187]

² «Эти сделки, губительные для личности, - говорится далее, - разрушали нравственные критерии общественных отношений, в конечном счете, размывали само общество». Вывод звучит мрачным пророчеством по отношению к человеку постсоветского пространства: «человек постсоветского общества надолго останется «советским» и будет находить подходящие условия для своего существования в тени распределительной экономики и номенклатурной системы циркуляции кадров». [187]

фрагментов социологического исследования, «советскость» включает совокупность признаков искусственно созданного пропагандистского идеологического феномена, имеющего мало общего с реальным человеком - продуктом социалистической системы. В контексте исследуемой темы это понятие имеет аксеологический смысл.

В одном случае наличие «советскости» у героя (в нашем случае предпринимателя, бизнесмена) характеризует его как личность, которая сохраняет в себе совесть, принципиальность, верность высоким идеалам. «Советскость» находится в одном ряду с порядочностью, стойкостью убеждений, окрашивается в ностальгические тона как утраченный личностный и социальный позитив. Героев советских романов о труде Ф. Гладкова, Г. Николаевой и др. можно рассматривать как самое полноценное воплощение «советскости» в ее позитивном аксиологическом и характерологическом смысле. В постсоветские времена она означает неосуществленный, искаженный, поруганный, но бессмертный идеал, от которого российское общество роковым образом отдалилось. В новых условиях «советскость» такого рода для множества людей оборачивается неспособностью адаптироваться, встроиться в новый жесткий и безжалостный миропорядок, что неминуемо приводит к трагически неразрешимому противоречию с враждебной средой и к гибели. В психологическом смысле это качество может означать сложный комплекс поведенческих стереотипов, фобий, уровней тревожности, «закомплексованности», проявляющихся по отношению к власти, политике, бизнесу, техницизму, богатству и деньгам.

С другой стороны, «советскость» может трактоваться как воплощение всего, что связано с тоталитаризмом, идеологическим и политическим консерватизмом, враждебностью по отношению к новым либерально-демократическим ценностям.³ Ее необходимо преодолеть в целях

³ На бытовом уровне его пренебрежительным синонимом можно считать понятие «совковость», означающее крайний догматизм, запуганность, идеологическую и политическую зашоренность и пр.

успешного социально-экономического и политического движения в сторону стандартов мирового сообщества. Предлагаемое понятие, при всей его условности, может многое прояснить в тексте и подтексте художественных произведений переходной эпохи, в которых отражается процесс эрозии советского массового сознания, попытки освободиться от бремени советской наследственности и найти новые ориентиры в сложной постсоветской реальности. В новейшей литературе о бизнесменах, о которой речь идет ниже, наличие или отсутствие «советскости» на содержательном и образном уровнях одинаково значимо.

Какова же та среда, в которой реализовалась декларируемая официальной литературой особость простого советского человека (она же «советскость» и «совковость»)? На период с 1960-х по первую половину 1990-х гг. приходится формирование многих явлений и социально-психологических типов, определивших характер реальности, подобной той, которую описывал Д.Н. Мамин-Сибиряк в своих романах о капитализации России. [205] К традиционным взяткам, массовым спекуляциям, банковскому мошенничеству добавились чисто советские реалии: подпольные заводы, цеха, мастерские и пр. Фигурантами уголовных дел стали цеховики, несуны, вымогатели, валютчики. На арене появляются подпольный купец и подпольный предприниматель. Создается ростовщический и банковский капитал. С помощью ловкого посредника налаживается смычка между теневой экономикой и уголовной преступностью. Коррупцированные представители власти поддерживали подпольный торговый капитал. Происходит постепенное, но все ускоряющееся перерождение общества: двойная мораль становится нормой. Теневики превращаются в реальную политическую силу. В общественном сознании происходит «героизация теневиков, укрепляется вера в то, что, выйдя из подполья, они или их дети превратятся в цивилизованных капиталистов». [205] Утрата ценностных ориентиров приводит к размыванию границ между правдой и ложью, к оправданию теневого мира. Об этой опасности пишут, обращаясь к

этому времени, авторы криминальных и детективных романов (Ф. Незнанский, Е. Леонов, Е. Безымянный и другие)

Тип героя эпохи получил условное название «новые русские». Их предпринимательская деятельность носит безусловно авантюрный, полуполюгальный или вовсе криминальный характер. Состав их неоднороден: бывшие советские "генералы", связанные с высшей номенклатурой и имевшие опыт приватизации общенародной собственности, директора небольших магазинов, ресторанов, мясокомбинатов, желавшие сохранить дефицит. Одновременно с монополизацией торговли и цен формируется теневая юстиция, параллельный порядок. Главный двигатель этих параллельных процессов - жажда легкой наживы. Режим, который установился усилиями «новых русских» озабочился не экономическим ростом страны, а формированием слоя сверхбогатых людей для собственной политической и материальной поддержки. [205] Шла форсированная передача собственности и доходов из рук граждан и государства "своим" людям, создавалась питательная экономическая, информационная и политическая среда для появления олигархии – финансово-промышленных групп, ведущих собственную корпоративную политику, имеющих собственные властные структуры, публичных и "теневых" лидеров, разведку, правоохранные и судебные органы. [205]

Эта ситуация нашла многообразное отражение в литературе. В статье Н. Олейника "Жизнь по понятиям": институциональный анализ повседневной жизни "российского простого человека» [145] говорится о том, что «криминальная пропитка» всего советского общества, в особенности в последние десятилетия его существования (1980-90-е гг.) не могла не вызвать развития интереса к криминальной теме в русской литературе, которая несет свою долю ответственности за растущий интерес к преступному сообществу [145] и сочувственное отношение к преступникам.⁴

⁴ Историки советской литературы также отметили это явление, объясняя его наличием объективных оснований: «...лагеря явились тем котлом, в котором переплавились и взаимообогатились различные пласты

Общим фактором, влияющим на характер общественного и художественного сознания, был тоталитаризм: попытки контролировать все аспекты жизни, угроза частной жизни в российском социуме, полная зависимость от власти при полном недоверии к ней. [145, с.42] Сформировалось целое поколение людей, чья «советскость» проявлялась чисто внешне, а на практике «Гомо советикус» был вынужден приспосабливаться к безальтернативной реальности, проявляя себя и как Человек недовольный, и как Человек лукавый. Двоемыслие по-русски – это феномен, который также стал неотъемлемой чертой жизни «простого советского человека». [144]⁵ 16] Общий вывод неутешителен: «Гомо Пост-Советикус» – наследник и продолжатель «Гомо Советикуса», и именно этот социальный тип делает возможным доминирование в современном российском обществе лукавого сознания как народной психологии выживания. [119, с.23]

Дальнейшие исследования [87] показали, что героя-дельца теневого предпринимательства, вызывавшего симпатии и сочувствие читателей романов 1980-х гг., потеснили чекисты, народная любовь к которым в России связывается с упованием на сильную власть или властную структуру. Она представляется наименее коррумпированной и самой подходящей для ведения антикоррупционной войны, [89] но ведь и эта структура должна направляться и управляться чьей-то решительной рукой... Данные исследования показывают, что "современные россияне чаще всего склоняются к тому, чтобы миссию борьбы с коррупционерами и теневидами возложить на силовые структуры, среди которых преимущество отдается спецслужбам. Образ честного чекиста вновь, как в раннем советском детективе, возрождает идеал положительного героя, бескорыстно служащего интересам простого народа. В этом

словесной культуры. Интеллигенты запели блатные песни, в повседневной речи появились жаргонизмы и арготизмы, часть которых со временем переключалась в обычный разговорный язык». [145, с.35]

⁵ Человек лукавый – тот, кто "приспосабливается к социальной действительности, ища допуски и лазейки в ее нормативной системе, т.е. способы использовать в собственных интересах существующие "правила игры", и в то же время - что не менее важно - постоянно пытаюсь в какой-то мере обойти эти правила." [144, с. 16]

социально-нравственном контексте российская самобытность усматривается в инстинкте прорывного обогащения, пробужденном перестройкой и реформами. Постсоветская Россия развалилась на две страны: первая Россия, представленная большинством граждан, вышла из советского прошлого. Вторая Россия, ее составляет меньшинство, - наследница и продолжательница образа жизни эпохи разложения [89, с. 12], она протянула из прошлого (не исключено, что и в будущее) его скрытую, теневую, нелегально-коммерческую суть, развитию которой при переходе от социализма к капитализму была дана невиданная ранее свобода.

В этом-то кипящем, мутном, бульоне сомнительного морального и эстетического качества рождалась новейшая литература, а в ней отражалось все многообразие неустойчивых, зыбких, неопределенных представлений о том, кто же он такой – российский предприниматель, это порождение больного общества и лукавого сознания. Однако, прежде чем переходить к конкретному анализу конкретных текстов, необходимо разобраться в некоторых теоретических понятиях, касающихся предмета и объекта нашего научного интереса. Необходимо уточнить смысл, который вкладывается в термины «современная литература», «новейшая литература», «массовая литература», постмодернизм, реализм. Требуют уточнения и периоды, в рамках которых рассматриваются конкретные произведения.

3.2. К методологии исследования образа «делового человека» в новейшей русской прозе

Методологической и теоретической основой этой части исследования явились научные труды, в которых анализируются особенности современной и новейшей российской литературы, сложившейся на рубеже XX - XXI вв. [2, 16,20,29,35,36,100,101,105]. Ее главная особенность видится в том, что традиционная художественная система, основанная на старых принципах

критического и социалистического реализма находится в состоянии затяжного кризиса, либо вовсе прекратила свое существование. [53, 78, 86, 93, 144]⁶ Улучшения не произошло и несколько лет спустя, о чем свидетельствует высказывание Павла Басинского: «литературный процесс в России давно вышел из всех берегов - эстетических, политических, социальных, географических и так далее. Литературный процесс сегодня - это необозримая сумма индивидуальных писательских стратегий, издательского пиара, точечной государственной поддержки, глобализации и "местничества", то есть глухого провинциализма» [10]

В солидных исследованиях, учебных пособиях, энциклопедических словарях и справочных материалах, посвященных анализу литературного процесса конца 1990-х – начала 2000-х годов, отмечается его сложность и противоречивость, интенсивная смена идейных, эстетических парадигм, возникновение огромного спектра разнообразных художественных течений, направлений, а также методов работы отдельных творцов, создающих новые поэтические системы: Современная русская литература (1990-е гг.- начало XXI в.). Васильев В.Е., Тимина С.И., Воронина О.Ю. Год: 2005, Сергей Чупринин Русская литература сегодня: Большой путеводитель. - М.: Время, 2007; Русская литература сегодня: Жизнь по понятиям. - М.: Время, 2007. Очерки русской литературы XX века. М.,1995 Делаются также попытки проанализировать, систематизировать и обобщить весь художественный опыт русской литературы XX в. Сравнение произведений авторов, представляющих первую половину XX-го столетия, с литературой периода смены эпох дает исследователям богатейший материал для выводов об основных направлениях современного историко-литературного процесса в целом. В этих работах также определяются

⁶ «Нация сейчас переживает полный крах политической, экономической и моральной систем ценностей, видимо слишком глубокий, чтобы при нем можно было содержать еще и художественную литературу. Но литература умирает стоя, писатели пытаются вести репортажи из моргов, могил и колумбариев, в которые неумолимо превращаются все прочие учреждения», - оценивает ситуацию Марк Рейтман в статье «Охальная троица». [148]

основные этапы истории новейшей русской литературы. В особые периоды выделяются 1950-60-е годы (годы «оттепели»), 1970-е (от конца 60-х до середины 80-х) и постсоветский период (от середины 80-х до конца 90-х). [101, 102, 126] Мы придерживаемся этой хронологии, поскольку в ее основе лежит политическая характеристика эпохи, которая определила специфические качества художественных произведений, прежде всего их проблемно-тематическое содержание. Именно эти годы были отмечены и в социологических и политологических исследованиях как годы ломки сознания «простого советского человека», которая нашла отражение в многообразных формах криминально-авантюрной литературы. Все произведения, появившиеся в период с конца 80-х годов XX века до первых лет XXI-го века, мы относим к новейшей русской литературе, включая произведения на интересующую нас тему «Образ предпринимателя в русской литературе».

В новейшей критической и научно-исследовательской литературе рассматриваются и обсуждаются также проблемы фундаментального литературоведения в свете новых задач, порожденных кардинальными изменениями в российском обществе [10,11] Основную проблему авторы видят в необходимости разработки новых методологических принципов изучения специфики новейших художественных систем, для которых еще нет четких терминологических определений.^{7]}

Сложнейшая политическая обстановка, борьба разных идеологических установок и интересов, ломка всей социально-экономической системы не могла не отразиться на литературе. В ней происходили яростные схватки между

⁷ Особенно это касается художественного метода, который получил условное название «неореализм», или «постреализм» по аналогии с постмодернизмом. В нем прослеживаются признаки традиционного реализма, основанного на принципе социального детерминизма, но в то же время обнаруживается тяга к выходу в условное время-пространство, сближение с постмодернистской мифопоэтикой и другие признаки, отличающие позднейшее художественное видение от более ранних периодов русской литературы (К. Черная. Реализм как художественная философия//. Русская литература XX-XXI веков: проблемы теории и методологии изучения: Материалы Международной научной конференции: 10-11 ноября 2004 г./ М.: Изд-во Моск.Ун-та,2004) [также 94]

защитниками советского строя и образа жизни с носителями новых либерально-демократических идей. Нападкам подвергалась вся советская литература.⁸ Ответом на вызов врагов социалистического строя были книги таких писателей, как А. Проханов.

Усиление позиций постмодернизма [18, 33, 67, 75, 167, 205] и массовой литературы [24, 40, 51, 100, 115, 115, 125, 146, 149, 190, 196] было отмечено еще в литературной жизни позднего советского периода, причем часто грань между этими двумя крайними эстетическими полюсами теряет четкость и непроницаемость. [17, 21, 40, 199, 200] Унаследованная новейшей литературой размытость границ между постмодернистской и массовой литературой побуждает исследователей искать более надежные критерии для определения меры эстетического качества, необходимого для систематизации и классификации продуктов литературного цеха. [17] О сложности проблемы писали разные авторы, сетуя на власть издателей, способствующих засилью поп-литературы на книжном рынке: «Проекты «Маринина» и особенно «Акунин» серьезно исказили прежнюю иерархию радикальных ценностей литературного истеблишмента, читатель отвернулся от литературы серьезных тонов в сторону потребления текстов, где иллюзия бытия подменила жизнь, поданную как гарнир к событию, а история была препарирована как приключение». [86]

Проблемы, связанные с феноменом массовой культуры в целом, его природой, социальными функциями и механизмами воздействия на современное общество, приобрели особую актуальность в последние

⁸ «По идейной установке "демократов", – читаем мы в статье Максима Штаханова «Идейная борьба в современной русской литературе», – все писатели, поддерживавшие советскую власть или симпатизировавшие ей, объявлялись негодьями, приспособленцами, неграмотными писаками, бездарными тварями. Перестроечные "чернушники" возводили на литературный пьедестал лишь тех, кто был открытым врагом социалистического строя или числился хотя бы мозговым клиником-диссидентом. Особенно умилялись они от писателей-эмигрантов, чье творчество шло в русле апологетики проамериканского империализма. Жалкая графомания выдавалась за великие произведения словесного творчества, формалистское словоблудие считалось отражением большой мыслительной работы, а откровенная порнография подносилась как критический анализ "изъянов" советского общества». [202]

десятилетия XX-нач. XXI -го вв. Сами проблемы сложны и многоаспектны, а их корни уходят к тем временам, когда психологи, историки, философы занялись сложными взаимоотношениями индивидуума и масс в новый исторический период. В течение прошедшего века сложилась прочная теоретическая и методологическая база, опираясь на которую современные исследователи рассматривают массовую культуру в самых разнообразных ракурсах. Ее изучают как феномен, рожденный индустриализацией, затем ставший неотъемлемым признаком постиндустриального информационного общества, как важнейший фактор экономики, как феномен современной общественной жизни, связанный с ее урбанизацией, массовым производством, глубокой маркетизацией и развитием СМИ, как продукт медийных технологий, стирающий грани между имиджем и реальностью. В этих аспектах массовую литературу как часть массовой культуры рассматривали С.С. Аверинцев, М.М. Бахтин, А.Ф. Лосев, Ю.М. Лотман, В. Хализев, чьи работы составляют методологическую основу для исследования эстетической природы и социальной функции массовой литературы.

Некоторые новейшие исследования массовой литературы пытаются определить ее роль и место в структуре самого литературного процесса. «Специфика современной ситуации в том, что время описательной литературы кончилось - то есть кончилось ее время на рынке», - говорится в одном из них. [26] Пришло время литературы, которую проще сделать, - звучит конечный вывод. Но дело не только в эстетических качествах продукта массового книжного производства.⁹

⁹ «По идейной установке "демократов", - говорится в статье М. Штаханова «Идейная борьба в современной русской литературе», - все писатели, поддерживавшие советскую власть или симпатизировавшие ей, объявлялись негодями, приспособленцами, неграмотными писаками, бездарными тварями. Перестроечные "чернушники" возводили на литературный пьедестал лишь тех, кто был открытым врагом социалистического строя или числился хотя бы мозговым клиником-диссидентом. Особенно умилялись они от писателей-эмигрантов, чье творчество шло в русле апологетики проамериканского империализма. Жалкая графомания выдавалась за великие произведения словесного творчества, формалистское словоблудие считалось отражением большой мыслительной работы, а откровенная порнография подносилась как критический анализ "изъянов" советского общества». [212]

Количество работ, посвященных массовой культуре в целом и литературе, в частности, огромно и постоянно растет, авторы высказывают самые разные мнения о критериях оценки художественной значимости произведений массовой культуры. Однако общей позицией является признание необходимости отказаться от традиционного пренебрежительного отношения к ней, необходимости изучения этого феномена, систематизации накопленного опыта и выработки истинно научных подходов к изучению многообразного и обильного материала. Массовая культура признается как несомненная реалья повседневного общественного бытия, как весомый фактор формирования общественного и индивидуального сознания, как важнейшая отрасль экономики.. [27] Зафиксирован тот факт, что массовая литература вытесняет с рынка произведения, недоступные восприятию неискушенного потребителя. Тексты массовой литературы - коммерческий продукт, отсюда вытекает их основная характеристика: ориентированность на запросы читателей и отражение наиболее значимых явлений и процессов с позиций массовой культуры. Поэтому отдельные сюжетные события, которые должен разрешить герой в направлении к своей основной цели, конструируются из второстепенных и поверхностных мотивов, актуальных для данного социума и узнаваемых его членами.

Исследователи отмечают, что массовая литература требует к себе серьезного научного подхода, так как она отнюдь не безобидна, поскольку не просто содержательно отражает повседневные потребности и стремления читателей, их психологические реакции на наиболее часто повторяющиеся социальные ситуации, она «активно включает в пространство текста культурные коды и знаки современной эпохи, формирует и удерживает в сознании обывателя обыденную картину мира». Кроме того, она «мифологизирует действительность, создавая, фиксируя и транслируя мифы российской действительности». [203] Критическая мысль многих авторов устанавливает прямую связь между развитием, распространением и растущим

давлением массовой литературы на общественное сознание с криминализацией российского общества, когда «криминальное чтение» заказывается, пишется и издается с целью приучить читателя к тому, что криминал – это норма. [24]

Возникла острая необходимость разобраться в природе феномена и дать ему оценку, что оказалось непростым делом, поскольку исчезли эталонные образцы, составлявшие бесспорные примеры литературного совершенства.¹⁰ Оставляя в стороне дискуссии о разнообразных способах оценивания популярной книжной продукции, остановимся на ценностном подходе [192], согласно которому вся литература рассматривается «по вертикали», где «верх» занимает классика, второй слой отводится беллетристике, а «низ» принадлежит массовой литературе. Согласимся с тем, что при таком подходе окончательной ясности в оценке отдельных произведений, относимых одновременно к беллетристике и к массовой литературе, достичь невозможно, т.к. они «имеют массового читателя, их содержание злободневно, отвечает духовным и интеллектуальным запросам общества, сочетает развлекательность и серьезность, стремится отозваться на литературно-общественные проблемы своего времени» [192], и так далее. Эти качества делают беллетристику значимой частью словесности в целом и дают ключ к пониманию истории общественно-культурной жизни конкретной эпохи.¹¹

¹⁰ «У нас литература — это либо высокий жанр, либо низкий. Нет золотой середины, которая во всех прочих литературах занимает львиную долю книжного рынка», - сетует один из критиков [192]

¹¹ Так, в первой половине 1990-х гг. общество было заинтриговано разоблачением партийных деятелей, развенчанием советского строя, а также испытывало дисгармонию, связанную с переходным периодом. В ответ на подобные настроения главенствующее место в отечественной массовой литературе (точнее, беллетристике) того периода занимают криминальные романы (смесь боевика и детектива), в которых герой борется с коррумпированными структурами власти и одерживает победу. Таковы серии романов В. Доценко, Л. Дворецкого, В. Крутина, С. Таранова, Ф. Незнанского, Д. Корецкого и других., которые во многом следовали образцам западного криминального романа. Они хорошо сочетались с российской действительностью переходного периода и с требованиями читателей, желающих увидеть победу «честного парня» над властью имущими пусть даже в выдуманном мире. В определенной степени они предлагали аудитории помощь в адаптации к «переменам, происходящим с обществом и в обществе». [17] В этих произведениях можно найти достаточно много признаков реальной политической и финансово-экономической ситуации, в которой

Новейшая литература о бизнесменах находится в том же положении, что и всякая другая: уже почти все описано, все тексты уже созданы, остается только всячески пользоваться возможностями римейка, что, как говорят исследователи [17], составляет признак новейшей, по сути своей постмодернистской культуры. Современные авторы, пишущие о бизнесменах, предпринимателях, не составляют единой группы или целостного направления. Одни, как В. Пелевин, рассматриваются в числе ярчайших представителей российского постмодерна. Л. Улицкая также видится нам среди постмодернистов, но уже как представительница женской прозы. Т. Устинову и А. Маринину безоговорочно относят к массовой литературе, А. Проханов представляет поколение, большая часть жизни которого прошла в условиях «советской империи», и это не могло не отразиться на идеологической направленности и содержании его творчества. Ю. Дубов романом «Большая пайка» продолжает традиции реалистического эпоса о бизнесе и бизнесменах и пополняет национальную галерею типов бизнесменов как героев своего времени.

Целью данного раздела является дать целостную картину воплощения образа современного бизнесмена в зависимости от художественной системы, в которой реализуется творчество каждого из названных авторов. В цитируемой выше статье С. Ше [211] эти авторы выстроены в одну цепочку как писатели, которые в разные периоды своего творчества обращались к теме предпринимательства и представили свое художественное видение самого явления и его субъектов.¹²

«отстрел» бизнесменов стал привычным эпизодом криминальной хроники (например, роман Ф. Незнанского «Золотой выстрел»).

¹² В статье выстроена последовательная линия преемственности этой темы от времен И.А. Гончарова до Ю.Дубова в одном ракурсе – автор прослеживает процесс формирования и передачи из поколения в поколение негативного отношения к предпринимательству и предпринимателям, что, как считает он, соответствует национальному российскому менталитету. [211]

Нам представляется, что значение самой темы и ее художественного воплощения в новейшей литературе достаточно велико. Тот факт, что писатели разных художественных направлений обращаются к этой теме, говорит о том, что предпринимательство, как и сто лет назад вновь осознается как реальное социально-экономическое, политическое и нравственно-психологическое обстоятельство жизни, определяющее ее как на государственном, так и на личностном уровне. Поэтому мало разобраться в том, кто из писателей и как относится к бизнесу и бизнесменам. Важно понять, как созданные ими поэтические модели этого реального явления влияют на общественное сознание и на направление развития всей русской литературы. Представляется целесообразным проанализировать каждое крупное произведение на исследуемую тему. Последовательность изложения материала определилась структурой самого литературного потока, в котором равное значение имеет литература постмодернизма, беллетристика, массовая литература, постреализм, между которыми, как говорилось выше, непроницаемых границ нет. Нам важно проследить, какая же ипостась бизнесмена является перед читателем в зависимости от нравственно-эстетических позиций автора.

Из всего неохватного множества имен и произведений, предлагаемых книжным рынком 1980-2000-х гг., были выбраны репрезентативные тексты, которые критика относит одновременно к постмодернизму, беллетристике, массовой литературе, постреализму. Объектом исследования стали романы Т. Устиновой «Большая игра», «Персональный ангел», «Олигарх с Большой Медведицы», «Господин Гексоген» А. Проханова и роман Ю. Дубова «Большая пайка». В них, как нам представляется, и природа предпринимательства, и образы предпринимателей полнее всего соотносятся со сложившейся в предыдущие эпохи типологией. Однако полнота раскрытия темы в романах этих авторов различна, поскольку она реализуется в разных жанровых моделях. В нашем исследовании проводится также анализ произведений В. Пелевина и Л. Улицкой с учетом того, что эта тема в них трактуется с иных эстетических и

нравственно-философских позиций, которые для других исследователей составляют самостоятельный объект научного интереса. [57] Объект данного исследования – романы и повести о бизнесменах новейших популярных авторов, а предмет исследования - образы современных российских бизнесменов. Этому анализу посвящены нижеследующие разделы.

3.3. В. Пелевин. Постмодернистская ипостась современного российского бизнесмена.

В период глобального социально-исторического перелома конца XX в. в обществе заявляет о себе новый тип общекультурного сознания, который знаменует переход «из тоталитарной эпохи – в виртуальную» [205] и определяется как «постмодернистское мироощущение». [205] В.О. Пелевин – наиболее яркая фигура современного русского постмодернизма, вызывающая диаметрально противоположные оценки. Большинство исследователей определяет его творчество как «пограничное», связывающее литературу «больших идей» и массовую беллетристику. Есть даже условное деление всей современной литературы на литературу до и после «нашествия Пелевина». [8] В целом лишь в самое последнее время начала формироваться тенденция основательного осмысления вклада Виктора Пелевина в современный литературный процесс, - отмечается в одном из новейших исследований его творчества. [62] Работы, касающиеся его творчества, по-прежнему сводятся в основном к критическим публикациям в периодике, но появляются – пусть недостаточно полные – обзоры в исследованиях, посвященных современной русской литературе. Были также защищены и кандидатские диссертации по творчеству Виктора Пелевина. [62]

По словам одного из авторов, его художественная система представляет сложный сплав, так как он «немало позаимствовал у массовой литературы, научной фантастики и фэнтези». [163] Итогом стало формирование

удивительного писателя, который в состоянии перейти границу, разделяющую две литературы. Его проза насыщена описаниями, которые могут служить отличительными чертами хорошей художественной литературы. Его рассказы и романы обладают исключительно увлекательным сюжетом. Его безудержная игра с образами, взятыми из самых разных областей, от советской повседневной жизни до японской классической поэзии, является литературным приемом, принятым в постмодернистской литературе для избранных. Пелевин чутко уловил вибрации культурной публики, подавленной малокровными текстами». [62] По мнению автора диссертационного исследования [62], основные особенности художественного метода Пелевина наиболее полно проявились в двух его романах: «Омон-Ра» и «Generation 'П'», которые называются лучшими и которые до сих пор остаются мало изученными.¹³ Выявление своеобразия поэтики постмодернистских произведений, - считает автор диссертации, - является значимым и приоритетным направлением сегодняшней науки, что осознается многими современными учеными, обращающимися к русской литературе конца XX-начала XXI вв. [62]

Нам представляется, что роман В.Пелевина «Generation 'П'» является ярким примером того, как специфическая тема предпринимательства приобретает глубокий социально-нравственный и философский смысл. Это происходит потому, что предметом художественного осмысления и изображения становится сам процесс перехода российского общества из одного (тоталитарного) состояния в другое – состояние идеологического и нравственного полицентризма. В этом отношении мы согласны с автором диссертации [62] в том, что романы «Омон-Ра» и «Generation 'П'» составляют своеобразную дилогию. В ней «сначала показываются чудовищные формы тотального идеологического обмана, губительно воздействующего на личность («Омон Ра»), а затем разоблачается мнимая свобода личности в

¹³ Их изучение поможет осмыслить систему постмодернистских средств воплощения образов, а, значит, и глубже понять прозу одного из ярких представителей современной литературы, даст возможность увидеть закономерности литературного процесса в России конца XX – начала XXI вв. [29]

постсоветском обществе, ориентированном на чуждые национальным русским идеалам ценности американизированного общественного устройства («Generation 'П'»). Вместо единой идеи люди обрели множество относительных истин, которые дезориентировали человека и привели к еще большей деградации личности, к скатыванию «в дикость духа». [62]

Главным приемом, позволяющим Пелевину создать образ современной действительности, является абсурдизация повествования, когда стирается грань между реальностью и бредовыми видениями, навеянными алкоголем или наркотиками. Не меньшую роль в системе художественных средств играет «виртуализация», при которой поведение героев выстраивается согласно правилам компьютерной игры, позволяющим стирать одну реальность и заменять ее другой. В этом отражается не только стремление писателя показать автоматизм современного мышления, но и выразить главное свойство постмодернистского мироощущения об абсурдном характере реальности и полном отсутствии исчерпывающих критериев для ее оценки. Мир, в котором реализуется судьба героев этих романов – бизнесменов и небизнесменов – искусственно сконструирован, истинная действительность, сама Бесконечность безнадежно утрачены, человеческое жизнеустройство несовершенно и не улучшается с распадом старой системы ценностей.

Рассматривая произведения В. Пелевина «Омон Ра» и «Generation 'П'» в их логической взаимосвязи, можно обнаружить особую систему персонажей, в которой выделяются группы, которые условно можно обозначить как «слуг информации» и «хозяев жизни». [62] В романе «Generation 'П'» в образах «слуг информации» типизируются пороки современного общества, в котором девальвированы культура, мораль, наука, милосердие, зато процветают и приветствуются «скверноприбытничество, жестокость, насилие и эгоизм, распространено взяточничество, но нет места чувству патриотизма и любви к Родине». [62] К разряду «хозяев жизни» относятся те, в чьих руках не только деньги и ценности, как это было в

традиционном романе о предпринимательстве, но и время и пространство, в которых они творят бесчисленные новые «реальности» для постоянного массового потребления (Морковин, Ханин, Леонид Азадовский).

Герои романа «Generation 'П'», «живущие в освобожденном от тоталитаризма, якобы «открытом» обществе, оказываются еще менее свободными, чем в условиях идеологизированного режима, так как вынуждены подчиняться диктату волчьих денежных «бизнес»-законов. «Свобода слова», «свобода печати», «свобода совести», «свобода рынка», «свобода любви», «свобода самовыражения» – эти концепты приобретают, по мнению Виктора Пелевина, качество относительности, становятся симулякрами, фантомами современного общества, которое представляет собой царство тотальной человеческой низости», - пишет О.В. Жаринова. [62] Можно согласиться с ее мнением о том, что в романе «Generation 'П'» писатель высмеивает восторженное восприятие российскими людьми материально процветающего Запада и американской мечты, которые оказываются симулятивными. В романе «Generation 'П'» сатирические приемы направлены и на разоблачение индустрии «виртуальной реальности» как средства манипулирования массовым сознанием. «Generation 'П'» – это поколение людей, выбравших «Пепси», жизненные ориентиры и идеалы которых сформировала телереклама, получаемая по телевидению тенденциозная информация. Писатель совмещает документальные приметы постсоветской эпохи с абсурдной метафоризацией, доводит до крайних пределов комическое изображение, применяет гротескные образы и ситуации, чтобы продемонстрировать их фальшь», - говорится далее в исследовании. - Одни доходят до идиотизма в своем почитании «знаковых» фигур власти, государственных мужей, другие – издеваются над естеством не только отдельной человеческой личности, но и всей «стенающей твари», над братьями нашими меньшими, над животными.» [62] В целом в цитированном исследовании предьявлен глубокий анализ не только основных мотивов

творчества В. Пелевина, но и специфических черт его художественного метода. На этом методологическом фоне нужно рассматривать специфическую тему предпринимательства и образы предпринимателей, так своеобразно раскрывающиеся в романе «Generation 'П'», что, на наш взгляд, в работах по творчеству Пелевина еще не было сделано.

Совершенно очевидно, что героев этого романа Вавилена Татарского, Сергея Морковина или Владимира Ханина,¹⁴ нельзя полностью судить по законам реалистической эстетики. Они все, в отличие от героев классического реалистического повествования, - порождение абсурдности, а не продукты реальной бизнес-среды. Продукты реальности абсурдной, созданной по законам постмодернистской эстетики. Это значит, что даже самые типичные и узнаваемые черты современности и ее представителей «работают» не на анализ причин и следствий социально-экономических процессов, происходящих в отечественной истории, а на образ хаоса и вселенской дисгармонии. Поэтому логика социально-психологического детерминизма поведения героев и событий уступает место иррациональному, алогичному «выпадению» из одного бредового времени-пространства в другое, мгновенному переключению или появлению в реальности, которая конструируется на глазах читателя. Не случайно, что возможности компьютерной технологии и рекламного клипа стали главными художественными средствами для создания образа разорванной, текучей, ускользающей картины современной жизни. Этими же средствами создаются образы бизнес-среды и ее представителей («слуг информации»), которые сами вполне профессионально формируют рекламные образы для широкого потребления, наживая на этом немалые деньги.

Существует масса исследований, посвященных природе и социальным функциям рекламы, а также технологиям, выводящим ее на уровень видео и

¹⁴ Завершает список бизнесменов в статье С. Ше «От Чичикова до Ханина без изменений» [211],

словесного искусства.¹⁵ Главное назначение рекламы остается неизменным – создать привлекательный образ продукта и сформировать в сознании потребителя установку на его приобретение. Это относится ко всему – от товара первой необходимости до либеральных ценностей, о которых рассуждает один из героев В. Пелевина. В конечном счете, выясняется «точка схождения» рекламы как вида бизнес-деятельности и постмодернистской литературы как формы отражения: в обоих случаях реальность относительна, а конструирование реально. Реальность такова, какой ее представил автор рекламного ролика. Это имеет принципиальное значение для интерпретации образов предпринимателей в романе Пелевина «Generation 'П'».

Критиками [211] в качестве типичного современного предпринимателя назван Владимир Ханин, который, по их мнению, завершает давнюю традицию негативного изображения деловых людей в русской литературе. Однако гораздо более сложным и художественно значимым, на наш взгляд, является образ главного героя романа Вавилена Татарского. Он представляет большой интерес в плане типологии образа предпринимателя, конфликта, сюжета и других параметров, по которым мы проводили сопоставление произведений на эту тему в классической и советской литературе. Это сравнение многое дает для понимания раскрытия темы в разных художественных системах. Начнем с сюжета.

Татарский пришел в бизнес не по доброй воле, а по известному в истории бизнеса пути – под давлением обстоятельств, в данном случае, в перестроечный период. Заметим, что это – архетипическая ситуация для многих произведений исследуемой эпохи. Он прошел путь в бизнес, характерный для советского интеллигента, творческого человека, за плечами которого литературный институт. Он порождение 1960-х гг, когда в сознании

¹⁵ (Климова С.Г., Якушева Т.В. Образы политиков в представлениях россиян. ПОЛИС. № 6, 2000, сс. 66-81; Назаров М.М., Папантиму М.А.. Знаковая структура телевизионной политической рекламы. Полис, 2001, № 2, с. 147-159).

интеллигенции сочеталась «вера в коммунизм и идеалы шестидесятничества». [229, с. 10] После развала Советского Союза он и его таланты оказались невостребованными, Вечность, ради которой он готов был трудиться на ниве поэзии, превратилась в произвольную величину, а внешний мир не изменился по своей сущности, «потому что никакой сущности у него теперь не было». [229, с. 17] Татарскому пришлось решать проблему выживания, и он устроился продавцом в криминальный коммерческий ларек, где он приобрел бескрайний цинизм и умение по рукам клиента определять его социальный статус и психологические особенности. Там же его нашел бывший однокашник по литинституту Морковин, который открыл ему безграничные возможности рекламы на пути к настоящим деньгам: «...сейчас особое время. Такого никогда раньше не было и никогда потом не будет. Лихорадка, как на Клондайке. Через два года все уже будет схвачено. А сейчас есть реальная возможность вписаться в эту систему, придя прямо с улицы...» [229, с. 24] Реклама в этой ситуации, по мнению Морковина, - беспроигрышный шанс «вписаться в систему», который кроме экономической подоплеки имеет извечную психологическую - честолюбие: «я тварь дрожащая, у которой есть неотъемлемые права, а еще «лэвэ», т.е. либеральные ценности». [229, с. 25]

Слова «вписаться в систему» стали ключевыми для целого поколения людей, обремененных «советскостью» в самых разных ее интерпретациях. Для сознания Вавилена, воспитанного на либеральных идеалах 1960-х, многое из того, о чем говорил с ним Морковин, было абсолютно чужой реальностью, в которой функционирование бизнеса эпохи первоначального накопления напрямую связано с общением с бандитами средней и крупной руки.

Сюжет строится по типу романа карьеры, отражая этапы пути героя в большой бизнес с проблемами отношений внутри фирмы и конкуренции. Используются все способы «маркирования» героя в зависимости от статуса в бизнесе (поначалу малиновый клубный пиджак, пижонский блокнот, невероятно толстая ручка и пейджер, часы «Ролекс Уайстер» из фальшивого

золота, длинный черный «Мерседес», снятый на два часа и прочие внешние атрибуты). Добившись успеха и денег в качестве копирайтера, Татарский не утрачивает способности к рефлексии: в своем первом рекламном тексте он находил «какую-то постыдно-поспешную готовность недорого продать все самое высокое в душе». [229, с. 68] Зато позднее он понял, что «продавать самое святое и высокое надо как можно дороже, потому что потом торговать будет нечем». [Там же] Поэтому можно говорить, что в значительной степени сюжет моделируется по схеме, воспроизводящей профессиональную эволюцию героя в пространстве рекламного бизнеса. Одним из рычагов этого движения были наркотики, приводящие его в высоко продуктивное творческое состояние

Обращение к неисчерпаемым возможностям наркотического бреда – характерное свойство постмодернистской поэтики, и у Пелевина оно находит самое активное применение. Так, набравшись опыта и покурив однажды травы, герой «случайно открыл основной экономический закон постсоциалистической формации: первоначальное накопление капитала является в ней также и окончательным». [229, с. 35] Дальнейшее движение героя по этой стезе диктуется изменением ситуации на рынке рекламы – одиночек стали вытеснять агентства – и в страну, которую «покинул вождь», на смену «приходила только серая страшноватость, в которой душа советского типа быстро догнивала и проваливалась внутрь самой себя». [229, с. 36] Понять, как в такой «страшноватости» живет и процветает весь остальной мир, «мешает только советская ментальность». Но к этой же ментальности Татарский должен был приспособлять рекламные концепции. Понять суть «совковости», «затхлых советских конструкций», [229, с. 37] можно только побывав «там» (т.е. за границей) и заразившись неудержимой тягой к успеху. На пути продвижения колы и спрайта на российском рынке герой Пелевина обретает понимание «ушибленного исторического пути Родины» [229, с. 38], проникается ностальгией по старым временам и отвращением к своему работодателю.

Можно предположить, что последующая эволюция этого героя идет в направлении «догнивания и проваливания внутрь себя».

Именно в этот момент роман о предпринимательской карьере под пером Пелевина приобретает черты философского постмодернистского романа, происходит совмещение бытовой, фантастической, бредово-наркотической и рекламной реальностей, которые проникают друг в друга, охватывают мифологическое прошлое, абсурдное настоящее и протягиваются в неопределенное будущее. Мотивы жизни и смерти, бессмертия и вечности, непреодолимого рабства в душе советского человека и многое другое насыщают это романное пространство, которое при всей его видимой иррациональности содержит вполне уловимые авторские оценки. В этой реальности сознание Татарского, наевшегося мухоморов, напившегося или нанюхавшегося очередного зелья, то двоится, то угасает и вновь насыщается энергией ушедших эпох и цивилизаций. Его оседают гениальные идеи новых слоганов для рекламных роликов. Такова, например, история рекламной концепции и слогана по поводу сигарет «Парламент»: на фоне фотографии набережной Москвы-реки, сделанной с моста в октябре 1993 г., когда на нем стояли исторические танки, а на месте Белого дома – огромная пачка сигарет «Парламент», вокруг которой в изобилии растут пальмы. Слоган – цитата из комедии Грибоедова: «И дым отечества нам сладок и приятен». [229, с. 71] Надо ли говорить, сколько горькой иронии содержит вся эта ситуация, которая и символична, и метафорична, и по-своему оценочно-пафосна.

Внешние вехи судьбы пелевинского героя отмечены новыми встречами с людьми, представляющими «хозяев жизни». Войдя в круг «слуг информации», Татарский оказывается в зависимости и на содержании людей, которые считают всех прочих тупой массой, «ботвой». Смена боссов влечет за собой не только смену его позиций в бизнесе, но и новый уровень понимания сути того, чем он занимается. Первые открытия он сделал под руководством Морковина, но истинным учителем жизни в бизнесе стал Владимир Ханин, бывший

идеологический работник, поднаторевший в деле манипулирования словами на ниве пропаганды еще в советскую эпоху. Благодаря Ханину Татарский понял не только специфику рекламного бизнеса, но и то, что «сам не верит в то, что делает, не участвует душой» [229, с. 110] Тот же Ханин, словно резонер из классицистической драмы, в разные моменты их общения объясняет ему суть российского бизнеса, который крепнет, развивается и выходит на международную арену, несмотря на то, что отечественная экономика опускается все ниже. Идет торговля нематериальным товаром – эфирным временем и рекламным пространством. Деньги, которые при этом делаются, уже не просто прибыль или сверхприбыль, это, как догадывается Татарский, - четвертое измерение. [229, с. 159] Ему открываются секреты виртуального бизнеса. «Утопим русскую буржуазию в море имиджей!» - произносит он тост в компании с подвыпившим Ханиным [229, с. 173], и, как всегда у Пелевина, в этом почти рекламном лозунге переплетение ассоциаций, аллюзий, реминисценций выводит бытовую ситуацию на уровень больших обобщений.

На следующем этапе своего «профессионального роста» Татарский с помощью того же Ханина постигает философию рекламного бизнеса: «...всегда рекламируются не вещи, а простое человеческое счастье. Всегда показывают одинаково счастливых людей, только в разных случаях это счастье вызвано разными приобретениями. Поэтому человек идет в магазин не за вещами, а за этим счастьем, а его там не продают». [229, с. 201] В этой ситуации мало видеть в образе Ханина просто «плохого» бизнесмена» или отрицательного персонажа. Это скорее голос самого бизнеса, бесстыдно раскрывающего свое естество и свято верящего в то, что его назначение – дурачить «ботву». И то, что Ханина убили «то ли менты, то ли братва» из-за какой-то темной истории с бриллиантами, вовсе не значит, что порок наказан, а добродетель восторжествует. И Татарский едва обратил внимание на известие о гибели босса – это заурядное явление, ничего не меняющее по существу.

На пути по кругам бизнеса происходят встречи Татарского и с криминальными элементами (Гусейн, хозяин ларька, в котором Татарский начинал работу, и его «бойцы»), и с типичным представителем среднего класса Вовчиком Малым – борцом за русскую идею в бизнесе, и с большим рекламным боссом Леонидом Азадовским. Азадовский – это уже новый уровень рекламных технологий, хозяин эфира, создающий имидж политиков. «Любой политик – это просто телереклама», - поясняет Морковин, который вновь возник в жизни Татарского и привел в некий «Институт пчеловодства», занимающийся на деле политической рекламой. Здесь Татарский меняет свою прежнюю должность копирайтера на должность криэйтера отдела компромата.

Наблюдая за тем, как создаются компьютерные имиджи известнейших политиков, снимаются рекламные сюжеты, эпизоды и сцены политической жизни, Татарский не перестает задавать вопросы, ответы на которые, с одной стороны, предельно точны, с другой – предельно обостряют ощущение «вывернутости», абсурдности, «страшноватости» реальной действительности. «Кто им всем пишет тексты? Олигархи? Они все собираются и решают?» – спрашивает он всезнающего Морковина, и тот отвечает: - «Ну как они могут где-то собираться, когда их всех этажом выше делают. Ты же сейчас сам Березовского видел. Все то же самое, только этаж другой». [229, с. 273] Однако на вопрос «А на что тогда все опирается?» Морковин так ущипнул Татарского, что тот взвыл от боли, и посоветовал: «А вот про это ты не думай никогда. Никогда вообще». [229, с. 274] Зато главный принцип, который регулирует все, состоит в том, чтобы регулировать объем имеющейся денежной массы. Миром правит не «кто», а «что». На вопрос «Какая же гадина написала этот сценарий?» ни Татарский, ни коллеги, ни боссы ответить не могут.

Возникающие на мониторе компьютера скелетоны Березовского и Салмана Радуева, на которые операторы наращивают визуальную плоть, усиливают впечатления «страшноватости» еще и потому, что для «криэйтеров»

такая работа – привычная рутина. А то, что они говорят друг другу, выражает беспредельный цинизм как самих этих деятелей, так и тех, кто их в этот момент «материализовал» на экране телевизора: «В наше время люди узнают о том, что они думают, по телевизору, - заявляет виртуальный Березовский. [229, с. 287] «Это удача,- говорит Азадовский, по заказу которого сделан этот видеосюжет,- Террорист и олигарх делят народное добро за игорным столом... Ботва от злобы просто взвояет». [229, с. 129] «Здесь творится грандиозное надувательство», - говорит Татарский. «Да, это так, ну и что тут плохого, раз это всех устраивает», [229, с. 129] - эта мысль в разных вариантах звучит из уст всех задействованных в процессе и многообразных видах надувательства.

Совершенно закономерно сюжетно-композиционная структура романа с каждым новым эпизодом обретает выраженную двуплановость. Первый – внешний план – выстраивается по законам романа карьеры и может быть определен как «путь наверх», к большим деньгам и власти над сознанием людей. Второй – скрытый - можно вслед за автором назвать «путь к себе». Следуя этим путем, Татарский погружается в ирреальный мир, которым управляют высшие силы: древние боги, таинственные существа, для которых ясно, что «у человека есть мир, в котором он живет», и что «человек является человеком потому что ничего, кроме этого мира, не видит». [229, с. 186] В этом мире ему тоже все объясняют, в том числе и про смысл его деятельности: «Ты один из тех людей, которые заставляют людей глядеть в пламя потребления. Человек думает, что потребляет он, а на самом деле огонь потребления сжигает его, давая ему скромные радости», - объясняет Татарскому его функцию в мире людей сказочный персонаж сирукх. [229, с. 186] Приобщение к этим силам на первых порах побуждает Татарского обратиться с молитвой к Богу, покаяться в несправедной жизни и возблагодарить его. Усилия хоть как-то угодить Богу вызвали к жизни рекламный слоган: «Христос Спаситель Господь для солидных господ». [229, с. 196] На последующих этапах карьеры таких позывов Вавилена Татарский больше не ощущает.

Не поиски смысла жизни, себя самого или истины, а поиски лучшего рекламного решения уводят героя далеко от повседневной реальности, но именно там – в старых рукописях, тетрадах, редких изданиях и даже таинственных текстах полумистического характера – он находит нужные подсказки, намеки и символические знаки об иных существованиях, мирах и реальностях. Это дает автору возможность расширить романное время и пространство до бесконечности, на фоне которой сам рекламируемый продукт сначала вырастает до вселенского артефакта, а потом ужимается до прозаического предмета торговли, ставшего убогим символом эпохи. Такая подчеркнута нематериальная среда насыщена важнейшими смыслами, которые сталкиваются между собой, и ни одному из них не отдается предпочтения. Так обыгрывается понятие «амбивалентности», которое, как догадывается Татарский, внедряется в общественное сознание не каким-нибудь «падшим демоническим духом», а известным мастером рекламы Сашей Бло.

Во всей изобразительной системе романа большую роль играет образ «параллельной жизни», поскольку именно в ней осуществляется путь героя к себе, происходит встреча с представителями тайного общества, поклоняющегося древнеегипетской богине. Ими оказались Азадовский, известный телекомментатор Сейфуль-Фарсейкин, Саша Бло и бывший сотрудник Татарского Малюта. Все самые значительные встречи и прозрения Татарского происходят на недостроенной телелокационной станции, куда он уже не раз наведывался в состоянии мухоморного опьянения. Ее время-пространство напоминает знаменитую московскую квартиру, в которую вселился Воланд со своей командой. Здесь же оказывается некая Золотая комната, в которой осуществляется ритуал посвящения Татарского в символические мужья богини Иштар. В этой параллельной жизни, однако, все тоже подчиняется законам бизнеса, и лишнего, в данном случае Азадовского, устраняют, задушив его детской скакалкой прямо на глазах у Татарского, чтобы тот занял его место как на символическом ложе, так и в его роскошном

кабинете. Татарский не был ни потрясен, ни озадачен, зато с удивлением обнаружил в себе готовность успешно играть роль большого босса.

Финал романа выстроен так, что складывается впечатление полной неразличимости бредовой «мухоморной» реальности внутри Золотой комнаты и за ее пределами. Сканированный в ходе посвящения Татарский растиражирован и появляется в самых разнообразных рекламных клипах то в образе омовца, то Степана Разина, то в рекламе водки или быстросупа. Последний рекламный облик Татарского – одинокий странник, уходящий к синему горизонту.¹⁶

Сравнение постмодернистской ипостаси предпринимателя, представленной в этом романе В.Пелевина с традиционным образом делового человека, созданным в классической русской литературе, приводит к выводу о том, что интерпретировать его так же нельзя. Типологические признаки «предпринимательского эпоса» в романе Пелевина выполняют роль чисто внешних, наиболее узнаваемых признаков эпохи, «утерявшей сущность». Бизнесмен в этой системе не только и не столько социально-психологический тип, сколько функция, приводящая в движение механизмы создания симулякров, фантомной, ложной реальности. Он копирайтер, криэйтор, манипулятор, формирующий сознание и потребности «ботвы» ради очень больших денег, ценность которых остается неизменной во всех реальностях. Материально конкретные атрибуты бизнес-среды в сочетании с образами бредовых видений, порожденных галлюциногенами, создают впечатление непреодолимого хаоса, частью которого являются и

¹⁶ Обман читательских ожиданий – распространенный прием, своеобразная игра в поэтике художественных произведений постмодернистского направления. Поэтому не следует удивляться, что вопреки ожиданиям герой Пелевина на пути к себе не нашел ничего иного, кроме уже обретенного им «симулякрового» мира, существующего по законам рекламы. Никаких иных ценностей Татарский не обрел, никаких иных смыслов, кроме тех, которые открыли ему «хозяева жизни», не нашел. Учитывая бесконечную множественность его рекламных обликов, вряд ли можно сказать, что он нашел себя истинного. Утрата четких нравственных ориентиров, амбивалентность в отношении Добра и Зла, Лжи и Истины – важные признаки оценочных позиций автора, и они проявляются на всех уровнях романной системы.

потусторонние силы. Тип героя, который представлен в романе Пелевина, - это фигура, очерченная контуром, в котором пульсирует «больное и лукавое» постсоветское сознание, лишенное способности творить истинную жизнь и четко оценивать ее с твердых моральных позиций.

Этот вывод подтверждается и анализом типа художественного конфликта романа. Традиционная типология в этом случае может лишь помешать пониманию его истинной природы. В самом деле, рекламному бизнесу, который изображается в романе Пелевина, как и в традиционном социально-психологическом романе, присущи все родовые признаки предпринимательства – авантюризм, рисковость, криминальность, динамичность и так далее. Его субъекты – энергичные, напористые, предприимчивые, стратегически мыслящие люди, профессионалы высокого класса. И видимая часть конфликта – конкуренция, борьба за место на рынке и за клиента, вплоть до физического уничтожения соперника – тоже узнаваема и вполне жизнеподобна. Однако естественная для романа о предпринимателях напряженность конкурентной борьбы в этом романе теряет жанровое значение, если учесть, что одни и те же копирайтеры и криэйторы обслуживают разные торговые брэнды, политических и рыночных противников.

Значит, главное ядро конфликта содержится в чем-то ином. В клипе, рекламирующем пиво «Туборг», Татарский видит себя одиноким странником, направляющимся к «ярко-синему горизонту, над которым висят несколько легких высоких облаков». [229, с. 381] Принимая во внимание роль «симулякрности» в создаваемой Пелевиным реальности, можно предположить, что это слабый намек на некий идеальный мир, манящий, но недостижимый. В этом обнаруживается глубинное противопоставление идеала и действительности, осложненное тем, что у героя нет никакого представления об идеале, а границы действительности зыбки и размыты. Мир видений так же мрачен, жесток и аморален, как и тот, в котором герой

живет, хотя нельзя с точностью сказать, в каком из этих миров он живет по-настоящему.

Можно также высказать догадку, что в структуру конфликта романа включается противопоставление наступившего всевластия азадовских, березовских, ханиных и прочих хозяев жизни, торгующих «лэвэ», - отцам-«шестидесятникам», у которых этих «лэвэ» в достатке не было, но было что-то другое. Некое противоречие, конфликт поколений, объяснимый «исторической ушибленностью Родины», который в обозримом будущем не снимется, поскольку абсолютно непонятно, кто придет на смену нынешнему поколению. Этот социально-нравственный и идеологический оттенок конфликта угадывается и в оппозиции «хозяева жизни» - «ботва». «Ботва», т.е. масса потребителей, которых уже отучили самостоятельно думать, решать, выбирать, оценивать, присутствует в романе в качестве незримого, но неустранимого и неизбежного условия жизнедеятельности бизнеса и его прямого адресата. Традиционного противопоставления богатства и бедности в романе Пелевина нет, как нет и противоречия между богатством и праведностью, поскольку главный герой достаточно легко справляется с уколами совести по поводу смысла своей деятельности.

Итак, образы бизнесменов у Пелевина выражены с помощью следующих характеристик: «говорящие» имя или фамилия: ср.: Азадовский, Сейфуль-Фарсейкин, Саша Бло, Малюта. У главного героя – советское, «совковое» имя, от которого он старается избавиться, как и от своей «советскости». Это необходимое условие на пути в капитализм, к большим деньгам.

Новые бизнес-профессии, пришедшие из западного мира, именуется иностранными словами: копирайтер, криэйтор, имиджмейкер, промоутер и т.д.

Героев отличает «креативность». Способность создать на базе полученных в советской системе знаний и образования креативную пилюлю –

важное условие для вхождения в бизнес и свободного плавания в нем. Те, у кого нет креативности, способны лишь набрать кредитов, прокрутить и промотать их и в итоге глупо расплатиться по счетам собственной жизнью.

Интуиция и звериное чутье; умение разбираться в людях, особенно в том, в чем слабые места человека, что позволит обвести его в коммерции. Так, Татарский по одним рукам научился понимать, что за человек перед ним.

Хорошее чувство русского языка, умение пользоваться всеми его регистрами, стилями, при этом внутренняя речь строится на основе сленга.

Беспринципность и понимание того, что все условно и виртуально, кроме денег.

Дозволенность любых приемов и действий, поскольку все условно.

В большом бизнесе – утрата чувства реальности. В таком случае, Золотая комната становится более реальной, чем дом, Москва, Россия. Но в итоге и она, эта конечная цель стремления к богатству и роскошной жизни без границ в пространстве и времени оказывается лишь обманкой, позолоченной «банькой с пауками»

Такие концепты как «Деньги» и «Дело» тоже оказываются смещенными, относительными. Деньги именуется как бабки, капуста, лэвэ, причем герои считают, что это слово вовсе не цыганское, а происходит от Liberal Values – либеральных ценностей и является универсальным, т.к. его понимают даже на отдаленных островах в океане. «Дело» же вместо организации реального производства или торгового предприятия состоит в том, чтобы продать массам идею счастья условном виде (в качестве рекламного продукта), а заказчику этого продукта внушить идею, что продукт настоящий, качественный и дорогостоящий.

Отношение, с одной стороны, к простым людям – «ботве», потребителям, и, с другой стороны, к вышестоящим – тоже условное, все опосредованно деньгами или благами, которые можно от них получить.

Все это вступает в противоречие с тем воспитанием и образованием, которое было получено в рамках советской системы, поэтому один из главных признаков предпринимателя постперестроечного периода 1990-х гг. – это раздвоенность, противоречивость, от которой нельзя избавиться, можно только забыть. Отсюда еще один признак – необходимость забыть, уйти от действительности, что позволяют сделать наркотики всех видов и алкоголь. При этом важно отметить, что это связано не с угрызениями совести и не христианскими ценностями: эта противоречивость имеет социально-исторические корни. Как мы увидим при анализе романов последних лет, эта признак концепта далее не представлен.

И, наконец, такой человек одинок и даже не мечтает иметь детей, найти настоящую любовь... (О какой искренней любви может идти речь в его мире, где все условно и относительно?)

Итак, предприниматель у Пелевина – фигура трагикомическая, он утрачивает некоторые типичные признаки концепта и приобретает новые.¹⁷

Этот раздел мы заключим следующим положением: целью автора не является создание художественной модели, реалистически отражающей проблемы отечественного бизнеса и его субъектов. Это развернутая метафора абсурдной реальности, в которой бизнес, в частности, рекламный является средой, условием и механизмом создания этой абсурдности. Образы бизнесменов и бизнес-среды соотнесены не только с реальными финансово-экономическими, политическими и социальными процессами, но и с

¹⁷ Главное содержание художественного конфликта романа имеет философскую основу и может получить более глубокое толкование при анализе этого произведения с мифопоэтических позиций. Тогда нужно рассматривать бинарные оппозиции, включающие такие понятия, как жизнь-смерть, истинный-ложный (симулякральный), хаос-космос, гармония-дисгармония и т.д.

категориями философско-мифологического порядка (хаос, космос, Вечность, Вселенная, Бытие-Небытие).

3.4. Женская ипостась предпринимателя.

Гендерный ракурс исследуемой темы неизбежно возникает не только потому, что есть в реальной предпринимательской среде успешно действующая прослойка «бизнес-вумен», а в современной литературе есть писательницы – авторы произведений о бизнесе и бизнесменах. Дело гораздо серьезнее, и касается оно феномена «женской прозы», если признать, что таковая существует как самостоятельный культурно-эстетический феномен, имеющий свое место в современном литературном потоке. Обзор критических мнений по этому вопросу [161] поможет разобраться в сути проблемы, частью которой являются и художественные модели бизнеса и бизнесменов, созданные писательницами.¹⁸

Словосочетание «женская литература» как бы полулегально в отечественной критике, и является чаще объектом упражнений в остроумии, чем предметом серьезных исследований. Гораздо более аргументированной

¹⁸ Большинство критиков- мужчин и некоторые женщины утверждают, что есть проза хорошая и плохая независимо от того, каков пол ее автора. В этом случае критерий ее оценки – эстетический. «Литература не делится по половому признаку!» - утверждают сторонники этой позиции. Если женщина пишет хорошую прозу, - это значит, что это хорошая (а не женская) проза. Однако есть и такие продукты творчества, которые заставляют пожалеть, что их авторы – женщины, потому что «самый закоренелый женоненавистник не сумел бы так ярко изобразить женскую истеричность, взбалмошность, невероятно завышенную самооценку, патологическое отсутствие логики в поступках, болезненную заикленность на мужчинах и собственной внешности, откровенную беспринципность - все эти черты изобилуют у героинь женских романов». [184]

выглядит позиция тех, кто говорит вполне утвердительно - женская проза есть. [161] Она существует не как прихоть. Она существует как неизбежность, продиктованная временем и пространством. Женская проза есть, поскольку есть мир женщины, отличный от мира мужчины. Женщины-писательницы были известны в советской литературе 50-х, 60-х, 70-х гг., и есть мнение о том, что современные жанры женской прозы тяготеют к образцам советского производственного романа. [149] Однако начало женской прозы как самостоятельного феномена приходится на период с 1988 до 1992 года - переломный момент в русской литературе и культуре. Некоторые отечественные критики, особенно те, кто писал статьи еще при советской власти, ассоциируют женскую прозу с общим кризисом «советской цивилизации». Делается окончательный вывод: женская проза есть и нужна, потому что есть женщина и ее место в обществе и это неизбежно влияет на творчество. Женская проза - важная часть женского опыта, который должен быть учтен российским обществом. Таким образом, женская литература - не феминистский феномен, а отражение опыта «большой половины населения». Несмотря на сложности критического отношения, видно, что женская проза не мода или аберрация, а важная и живая часть современной русской литературы.

Какова же она, женская проза, чем она отличается от мужской? Предполагается, что основные отличия между «женской» и «мужской» прозой изначально предопределены природными психологическими различиями между женщиной и мужчиной. Для авторов-женщин характерны стремление к разрушению традиционных мужских и женских образов, попытка вырваться за пределы той ситуации, когда женщина видит себя исключительно глазами мужчины, а не своими собственными. Через литературу женщины могут выразить свой опыт, аспекты личности.

На примере творчества Т. Толстой, Л. Петрушевской и Л. Улицкой видно, как под пером писателей-женщин «изменился облик героя-мужчины, утратившего ореол супермена революции, защитника отечества, командира

производства; он нередко выглядит слабым, нерешительным, себялюбивым, нисколько не возражающим против высокого социального статуса женщины, которым он откровенно пользуется. Такие герои могут вызывать только жалость, а то и презрение.» [35]

Подобный ракурс в изображении современного мужчины быстро приобрел функцию «острой приправы» или «изюминки» в разнообразных жанрах массовой литературы, которые критика не принимает всерьез. «Замуж за миллионера» Оксаны Робски и Ксении Собчак [230] – популярная книга, жанр которой трудно определить. Сами авторы – молодые «гламурные» обительницы московских престижных домов на престижном Рублевском шоссе – назвали свой совместный труд пособием или инструкцией в «увлекательной и опасной игре под названием «Охота на олигарха» [230] для тех, кто жаждет проникнуть в волшебный мир столичного гламура. Цель авторов, знающих об этом мире все, – предостеречь претенденток на руку и сердце олигарха от типичных ошибок, совершаемых ими на пути к семейному счастью с миллионером. Оставляя в стороне вопрос о художественности этого продукта творчества светских дам, отметим те качества, которые делают возможным разговор о нем в рамках исследуемой темы. В этом «пособии» даются портреты и «научная» классификация типов современного олигарха, а также способов его «отлова», соответствующих каждому описанному типу.¹⁹

Такие пояснения и обобщения представляют интерес с точки зрения исследуемой темы потому, что практически каждое из них может получить

¹⁹ Созданный в этом «пособии» портрет полностью совпадает с теми, которые мелькают на страницах современных любовных и криминальных романов, в частности, Т.Устиновой, «Среднестатистический отечественный олигарх – это человек, уверенный, что огромные финансовые возможности, которыми он обладает, предоставляют ему карт-бланш, то есть исключительное право игнорировать большинство установок и правил, которые придумало человечество, состоящее в основном из лохов.» [230, с. 16] Занять при нем место законной супруги – это значит стать его «статусным аксессуаром». При этом следует помнить, что «Если ты мечтаешь о великой любви, олигарх – последний человек, который тебе нужен. Олигарх тебе нужен, если ты мечтаешь о деньгах. Об очень больших деньгах». [230, с. 30] «Русский народный олигарх, как правило, прошедший школу дикого капитализма 1990-х. А возможно, и просто бывший конкретный персонаж, привыкший решать вопросы по понятию». [230, с. 42]

воплощение в повествовании о жизни бизнесменов-олигархов, в чем мы убедимся при анализе романов Т. Устиновой. Взгляд на олигарха как на особь редкого биологического вида, исповедуют героини некоторых ее романов и множества дамских любовных и детективных романов

На примере романа В. Пелевина «Generation «П» мы наблюдали, какие новые смыслы получили все его традиционные компоненты в постмодернистской поэтической системе. Ниже мы проследим, как эта же тема реализуется с гендерных позиций в творчестве Л. Улицкой, в частности, в ее произведении «Цю-юрихь», входящем в сборник «Первые и последние».

3.5. Людмила Улицкая. Русская бизнес-вумен в рассказе «Цю-юрихь».

По мнению исследователей, [161, 199] проза Л. Улицкой является ярким примером того типа творчества, в котором преобладает феминное начало. Писательницу привлекает многогранность и непредсказуемость женского характера. В отличие от произведений Т. Толстой и Л. Петрушевской «малая проза» Улицкой в большей мере погружена в быт. При этом она стремится отойти от стереотипов массовой литературы. Считая, что понятия «настоящая женщина» и «настоящий мужчина» – это миф, она утверждает: «Образ мачо мне представляется таким же ничтожным, как и образ секс-бомбы. Это в большой степени продукт массовой культуры. Люди достойные и порядочные ведут себя сходным образом во всех ситуациях вне зависимости от пола». [231, с. 42] Концепция женских образов у Л. Улицкой одновременно и сужается до рамок отдельной семьи, частной судьбы, и расширяется в глобальной перспективе, но, не выходя, однако, за рамки размышлений о значимости частной жизни. Героини ранних рассказов Л. Улицкой отличаются большой жертвенностью, чувствительностью, состраданием, они стремятся к высшему предназначению женщины – быть матерью. Авторское повествование отличается завершенностью, несет оптимистическое начало, утверждая любовь

и страсть. Улицкая создает цельные, гармоничные характеры героинь, живущих в согласии с собой. В ее произведениях женщина предстает как носительница ценностей семьи, рода. Характерной чертой творчества Улицкой является то, что в нем предлагается художественное исследование «прозы» жизни, быта, лишенного духовного начала и радости. Особое внимание писательница уделяет феномену отчуждения, бездушия и жестокости в человеческих взаимоотношениях. Но нередко эта проза несет очищение от скверны жизни. Постигание мира «через себя» ведет автора-женщину к открытию новых смыслов обновления не только женщины, но и мужчины. На наш взгляд, перечисленные выше качества не исчерпывают полностью ни содержания творчества Улицкой, ни особенностей ее художественного метода.

Каков же мужчина наших дней, в интерпретации женщин-писательниц, в частности, Л. Улицкой? Выглядит он непривлекательно. Вереницей идут мелкотравчатые самцы, записные алкоголики, ничтожества и трусы, эгоисты и подлецы. Любить вроде бы и некого. Мужчина в женской прозе играет роль декорации, на которую приходится обращать внимание поневоле, чтобы убедиться, что она здесь, на месте». Чувствуется переключка с подходом авторов упомянутой «гламурной» книжки к современным мужчинам, которые могут интересовать женщину только с одной – денежной стороны.

Рассказ «Цю-юрихь» при поверхностном ознакомлении представляет собой наглядную иллюстрацию к пособию по охоте за состоятельными женихами-иностранцами. Показательно то, что намеченная «жертва» отвечает скромным запросам героини, которая хорошо просчитала все свои шансы на успех и отбросила как нереальные соблазны «заловить» в свои сети добычу более высокого ранга. Лидии, имевшей в детстве прозвище Лидка-гусыня, было уже за тридцать, «красоты за ней никакой не водилось, а достоинствами были густые светлые волосы и тончайшая талия». [231, с. 98] Были у нее и другие достоинства, используя которые она терпеливо и упорно выстраивала свою

жизнь по тщательно разработанному плану.²⁰ В своем характере она удивительным образом сочетала простодушие с хитроватостью и была полностью лишена искренности. Если говорить о стратегии ее жизни, - рассуждает автор, - то именно в данном случае она собиралась хитрить, и охмурять, и даже обманывать. [231, с. 100] Главное – не расслабляться и не терять инициативу, - командовала себе Лидия, ведя атаку на понравившегося ей пухленького, чистенького бизнесмена - представителя швейцарской фирмы, которого она приглядела на выставке. [231, с. 101] Далее следует пошаговое описание действий героини, направленных на окончательное завоевание швейцарца, включая ужин с черной икрой и шампанским на «семейном» серебре, омовение ног и обольщение.

В какой-то момент все более интимного общения произошло «точное попадание», и повествование начинает выводить читателя к женскому варианту делового предприятия: выясняется, что швейцарец давно мечтает завести собственный ресторанчик, а Лидия имеет диплом повара. Обнаруживается также, что у Лидии уже несколько дипломов и что с детства она жила «за интерес, а главным интересом для нее было ученье». Так постепенно вырисовывается женский вариант делового человека, наделенного особой энергией, предприимчивостью, изобретательностью и активностью. Красоты у нее не было, - говорит повествователь-женщина, - зато была ума палата. Она успешно сдала сотни разных экзаменов и готовилась к окончательному завоеванию швейцарца, как к новому и чрезвычайно важному, судьбоносному экзамену. И сдала этот экзамен блестяще. Мартин, оценивая все незаурядные

²⁰ Особенность художественного времени-пространства в малой прозе Улицкой. Чаще всего – это хронотоп городской квартиры, который имеет свойство расширяться за счет воспоминаний героя. Именно это происходит в рассказе: в тесной обшарпанной квартирке Лидии, убожество которой он сразу отметил, Мартин вспоминает, что фирма, торгующая красками, которую он представляет на выставке, принадлежит не ему, а «Лидия, - сказала ее наставница в житейских делах Эмилия Карловна, которая когда-то научила дремучую провинциалку всему «светскому», «аристократическому» и «возвышенному», - имей в виду, это очень серьезно. Надо работать, но без большой надежды на успех. Оч-чень непростое дело...» [231, с. 115]

качества этой загадочной женщины, которая в убогой квартире ²¹ смогла сервировать царский стол, решает: «Если иметь такого партнера, как эта Лидия, ресторан можно открывать хоть завтра». [231, с. 115]

Далее действие разворачивается по самому банальному сценарию: тайная переписка, обнаружение письма Лидии супругой Мартина, развод, который мог его лишить всего, что ему дали 12 лет участия в лакокрасочном бизнесе, но неожиданно обернулся крупными деньгами. Последовали два с половиной года, в течение которых герои по четкому плану готовились к заключению брака. Главным пунктом этого плана было накопить побольше денег и освоить тайны ресторанного бизнеса. План этот полностью осуществился, благодаря общим усилиям, рациональному ведению хозяйства, трудолюбию и другим семейным и деловым добродетелям обоих героев. Ресторан открылся, и день его открытия был последним счастливым днем в жизни героини. На утро Мартин не проснулся и не пришел в себя – инсульт. Длилась счастливая жизнь Лидии, как она посчитала, «один год и двадцать один день. От приезда до удара. А дальше страшный сон». [231, с. 139]

Дальнейшее повествование сводится в основном к перечислению всего, что пришлось предпринять героине после случившегося несчастья. Оно целиком концентрируется на Лидии, поскольку теперь деловая и семейная жизнь для нее неразделимы и заботы о ресторане она должна совмещать с заботами о муже-инвалиде. Ей пришлось несладко, но она добилась успеха в бизнесе, он стал приносить доход. Сама она приобрела вид настоящей дамы.

²¹ Особенность художественного времени-пространства в малой прозе Улицкой: чаще всего – это хронотоп городской квартиры, который имеет свойство расширяться за счет воспоминаний героя. Именно это происходит в рассказе: в тесной обшарпанной квартирке Лидии, убожество которой он сразу отметил, Мартин вспоминает, что фирма, которую он представляет на выставке, принадлежит не ему, а его жене, из объятий которой он вряд ли сможет выбраться. Здесь он начинает остро ощущать свою зависимость от своей грузной супруги, а Лидия понимает, что ничего прекраснее она в жизни не испытывала и больше никогда не испытает. В хронотопе ее квартиры встретились два абсолютно непохожих мира, и благодаря этой встрече каждый из героев понял, что ему/ей нужно в этой жизни и в чем ее смысл. В этом же пространстве были-семена, из которых произошло их совместное деловое будущее.

Кроме того, эта жизнь дала ей истинное понимание мира, в котором она жила, и людей, которые все просчитывали наперед. Лидии открылось, «что счастье выражается здесь цифрами. Больше цифра – больше счастье».

На этом этапе своей карьеры Лидия проявляет настоящие деловые качества, благодаря которым успешно продолжает организовывать свое счастье: добивается стабильности, подбирает нужный персонал, убирает ненужных людей, формирует свою постоянную клиентуру, приобретает солидную репутацию. Ею движет естественное стремление закрепиться на этом месте и иметь гарантированную прибыль. Лидии это удалось, и автор находит психологический рычаг, который заставляет ее героиню ответить на новый вызов мира. Налаженное за многие годы хозяйство не давало сбоев, и Лидия могла позволить себе престижные формы отдыха и учебы. Благодаря этому она могла теперь общаться с другими деловыми женщинами, сравнить себя с ними. Это сравнение подвигло ее к неожиданному решению. Чувство, которое она испытала от знакомства с швейцарскими дамами, автор называет жадой признания. Ее героине стало досадно оттого, что все эти женщины, рожденные «в куске масла», т.е. в Швейцарии, а не в деревенской избе с земляным полом и соломенной крышей, от рождения имеют то, что она приобрела исключительно благодаря своему уму и способностям. И она стала готовиться к поездке в Россию, ибо только там жил единственный человек, который мог по достоинству оценить высоту ее взлета, Эмилия Карловна.

Заключительная часть произведения очень короткая. Приехав в Москву, на старую квартиру Эмили, Лидия видит свою бывшую наставницу в таком же плачевном состоянии, что и у Мартина – год назад ее разбил паралич. Дочь Эмили Лора надеется, что Лидия поможет им решить вопрос с отъездом в Израиль, но Лидия на следующий же день улетает в Швейцарию, умирая от нетерпения: скорей бы попасть домой. «Она прошептала почти про себя, но все-таки немного вслух: «Цю-юрихь...Цю-юрихь...» И задремала с мыслью: «А все же я самая умная...» Становится понятно, почему так выглядит название

произведения: в устах и в душе Лидии название города звучит протяжно, напевно, призывно, потому что это ее дом, в котором сосредоточилось все, что для нее имеет витальный смысл. Можно было бы с этим согласиться, следуя логике образа деловой женщины, созданного Л.Улицкой в жанре рассказа, построенного исключительно на бытовом материале, если бы не одно обстоятельство. Во многих ее произведениях, включенных в сборник «Первые и последние», нередко «срабатывает» прием, который мгновенно лишает смысла все каждодневные, непрерывные, требующие огромного напряжения усилия героини, - это внезапная смерть или непоправимое несчастье. Ярким примером действия такого приема является рассказ «Пиковая дама». В «Цю-юрихе» на последних страницах героиня страдает от все усиливающейся головной боли и тошноты. Буквально за пару страниц до финальной сцены писательница позволяет себе прямое «вторжение» в повествование: «Она не знала еще, что это был первый признак надвигающейся гипертонии». [214, с. 157] Лидия не знает об этом и в самолете по пути домой. Поэтому в ее мысли о том, что она самая умная, звучит некая зловещая нота, настраивающая читателя на драматическое умозаключение: инсульт или смерть - они везде инсульт или смерть, и в прекрасном Цюрихе парализованный Мартин только в воображении Лидии выглядит лучше больной Эмили из московской квартиры. И над самой Лидией уже нависла угроза оказаться в такой же ситуации.

Какова же ипостась делового человека, точнее деловой женщины, представленная Л.Улицкой? Можно согласиться с приведенным выше мнением критика, что мотив физической боли, страдания, болезни связан не только с понятием физического недуга или ущербности. В случае с Лидией автор выстраивает очень тонкий психологический рисунок, в котором закрытость, эгоизм, черствость, бездуховность, рационализм, деловая хватка, жесткость, расчетливость неразрывно переплетаются в женском характере, и в результате рисуется судьба одинокой женщины, лишенной счастья материнства, любви,

настоящего общения, домашнего тепла. Успехи в ресторанном бизнесе не компенсируют этой обделенности, а усиливают ее, остальные - чисто женские - качества в ней усыхают по причине невостребованности. То, что она узнала о людях, бизнесе, цене денег, не больше того, чего она не узнает никогда.

Итак, в представлении такого варианта концепта предприниматель как «деловая русская женщина» репрезентированы следующие признаки: советское провинциальное происхождение, целеустремленность, желание стать успешной и богатой, работоспособность, терпение, адаптивность, изворотливый ум, рационализм, расчетливость, деловая хватка, хорошее образование и речь, начитанность, способности к языкам. С другой стороны, в тексте Улицкой неоднократно подчеркиваются такие признаки, как эгоизм, деление людей на полезных и ненужных, равнодушие к «ненужным» людям, черствость/жесткость, бездуховность. Наконец, ненормальное для женщины отсутствие желания искренней любви и построенной на этом чувстве семьи, нежелание иметь и растить детей.

Таким образом, вся реально-бытовая ситуация, связанная в этом рассказе Л. Улицкой с бизнесом, нужна автору не только для того, чтобы показать природу бизнеса или раскрыть характер бизнес-вумен внутри бизнес-среды. Она нужна также, чтобы показать еще одну ипостась женщины, которая может добиться успеха, одна, без мужчины, справиться с несчастьем, выдержать и победить все, кроме непредсказуемых решений самой судьбы. В этой ситуации мужчина теряет все свои традиционные культурно-социальные патриархатные функции, перестает быть защитником, опорой, властью, отцом, героем, эталоном и пр. В лучшем случае он партнер, декор, дитя, существо зависимое и требующее заботы. Все это делает прозу Л. Улицкой интересным феноменом не столько в ряду традиционного повествования о бизнесе как специфической сфере жизнедеятельности, сколько явлением в массиве новейшей женской прозы, решающей проблемы быта/бытия с новых философско-эстетических позиций. С этих позиций бизнес – это еще одна

система отношений, где легко меняются местами «первые» и «последние» и неизвестно, кто теряет больше при смене статуса.

3.6.Т. Устинова. Олигарх как национальный герой.

У «известной криминальной романистки» Татьяны Устиновой [232-235] свое место в новейшей массовой литературе – на зыбкой грани беллетристики и популярного чтения.²² В ряде романов Т. Устиновой видится отражение существующих в массовом сознании представлений о постсоветской жизни, в которой ее герои (героини) в полной мере усвоили правила игры, принятые в большом бизнесе. В этих условиях реализуются ценности, когда-то отрицавшиеся в советском обществе, но в современном мире ставшие эквивалентом счастья. Достижение этого счастья неизменно венчает путь героя (героини) к успеху на поле бизнеса и в личной жизни, как и требуется по законам популярных жанров, синтезирующих признаки детектива, авантюрного и любовного (женского) романа. Популярность ее творчеству принесло типичное свойство этих жанровых разновидностей - способность вызывать у широкого читателя острые эмоциональные переживания, ощущение сверхкачеств героя как собственных потенций, а также помогать в психологической адаптации к происходящим в обществе переменам. [199]

Критически настроенные рецензенты отмечали однотипность и предсказуемость сюжетов романов писательницы, когда то, что происходит с героинями/героями, не представляет тайны для читателя, прочитавшего несколько ее произведений. Личность Устиновой привлекает внимание, особенно женской читательской аудитории как наглядный пример успешности: она стала медийной персоной, часто появляется в разных популярных передачах, ее жизнь удалась. Вокруг нее аура женщины-писательницы,

²² Ее творчество рассматривается также и как объект для гендерных исследований, поскольку находится в самой толще потока «женской прозы» со всеми ее характерными психолого-эстетическими признаками. [199].

умеющей жить и достойно подавать себя. Она любит говорить, каким «гадким утенком» она была в детстве и юности и как постепенно ей удалось переломить судьбу. О своем творчестве говорит, что пишет для денег, и что все, кто хотел бы заработать, могли бы хоть писать детективы, а не жаловаться на жизнь.

Каковы бы ни были разноречивые оценки творчества и личности Устиновой²³, с точки зрения исследуемой темы интерес вызывает тот факт, что популярные романы Т. Устиновой являются своеобразной формой предпринимательского эпоса. В них продолжается традиция изображения бизнеса как сферы авантюрной, рискованной деятельности, в которой может реализоваться личность, обладающая определенным набором качеств (см. выше). Типология героев в романах Т. Устиновой «Персональный ангел», «Большая игра», «Близкие люди», «Олигарх с Большой Медведицы», подтверждает это наблюдение. Это всегда крупные бизнесмены, и главным критерием, по которому определяется их человеческая и профессиональная ценность, остается отношение к Делу, к работе и всему, что с ней связано. Однако не будь они наделены харизматической притягательностью, вряд ли из них получился бы полноценный литературный герой. Именно в этом пункте Т. Устинова как автор отличается от Л. Улицкой, ибо ее бизнесмен – это отнюдь не прижимистый, методичный, но мелкий накопитель типа швейцарца Мартина из рассказа «Цю-юрихь». Это всегда «удав», «изюбрь» - редкий и опасный зверь [231]

Психологи, [38] изучавшие харизму как неперенное качество настоящего лидера, отмечали также и те приемы, благодаря которым в общественном сознании закрепляется рекламный имидж харизматической личности. Любопытно проследить, как действует механизм создания мифа о

²³ При том, что Устинова не обделена вниманием критики, серьезных исследований ее творчества как самостоятельного художественного явления современной литературы практически нет. Ее, как правило, рассматривают как «типичную представительницу» массовой литературы, «женского романа», «детективщицу», и проч., не заслуживающую отдельного исследовательского внимания. Однако лингвисты и лингвокультурологи охотно используют ее текст в качестве материала для анализа.

такой личности и насколько он близок к приемам создания образа литературного героя харизматического типа. В технологию создания имиджа предпринимателя, возглавляющего крупное предприятие, входит внушение окружающим представления о его уникальности²⁴.

Обращение к анализу конкретных произведений Т. Устиновой показывает, насколько сильно технология практической психологии напоминает набор литературных приемов, используемых писательницей для создания художественных образов ее героев. Это сопоставление также

²⁴ Это могут быть: уникальная внешность, необычайная физическая сила, увлечение необычным видом спорта, желательное связанного с риском. Важной особенностью, которая является в то же время типологическим признаком романа о предпринимателях вообще, представляется способность работать в нечеловеческом режиме, когда уже никто не выдерживает. Годами ходят истории о шефах, которые приходят на работу первыми, а уходят последними. Эти важные качества расцветаются и дополняются такими, как способность подолгу не спать, умение делать несколько дел одновременно. Огромную роль в создании этого мифа играют уникальная память и необычайная интуиция. Шеф всегда знает, с каким потенциальным партнером стоит иметь дело, а с каким – нет, какой проект будет работать, а какой прогорит. На бытовом уровне эта интуиция тоже проявляется: шеф решает в последний момент сдать билет на самолет и остается дома. Самолет разбивается.

Беспроблемным приемом, «работающим» на имидж уникальности, является наличие странностей, необычных привычек и жизненных принципов.

Вариантом формирования имиджа сверхчеловека может быть распространение неясных слухов о подробностях его биографии, дающих простор для воображения. Можно предьявить, что шеф

• Тонул - Был, хоть и недолго в тюрьме (КПЗ) - Был под обстрелом - Был взят в плен • Был заложником - Ему угрожали оружием - Он получал письменные или устные угрозы - Участвовал в разборках с криминалом (лучше, если не на стороне криминала) - Служил в армии в беспокойном регионе в беспокойное время - Его матери предсказывали, что она не сможет забеременеть, или не сможет родить, а она родила - Он родился мертвым, но его откачали, перенес тяжелую болезнь, которая могла кончиться летальным исходом, замерзал во льдах, засыхал в пустыне, заблудился в лесу, но кто-то, случайно проходя мимо, спас, отогрел, отпоил, вывел к людям. – Это значит «пройти через смерть», и этот факт в случае с харизматиками приобретает решающее значение: «перед нами человек необычный, которому судьба сохранила жизнь: значит, он был ей нужен. В мифах о харизматических личностях часто встречаются истории о чудесном избежании неминуемой смерти. Или о том, как смерть прошла стороной, прихватив тех, кто был рядом.

Поскольку визуальная часть имиджа может включать шрамы, ожоги, одноглазость, беспалость – все работает на харизматическую ауру. Тело – отличный носитель вещественных доказательств. Но подойдут и просто фотоснимки. Можно предьявить и снимок «на фоне той самой машины, ну вы знаете...». Зажигалка, сделанная из патрона, или патрон на брелоке могут являться косвенным вещественным доказательством присутствия на войне. Орденовая планка, значок, «та самая пуля», кусочек чего-то. В музеях недаром пылятся простреленные шинели. Визуальный ряд могут также дополнять разного рода «стигматы», т.е. видимые признаки, по которым можно безошибочно идентифицировать персону на фоне других персон. Это могут быть врожденные физические особенности (маленький/большой рост, цвет и фактура волос, пропорции фигуры, щели между зубами, горбы и т.п.), приобретенные физические особенности (лысины, бороды, прически и т.п.), увечья (шрамы, ожоги, одноглазость, беззубость и т.п.), элементы одежды (цвет, фасон галстуков, пиджаков, головных уборов), аксессуары (трубки, сигары, украшения, четки и проч.), Возможны сочетания всех этих пунктов. Все они формируют систему мнений, представлений и заблуждений о харизматической личности.[38]

наводит на мысль об участии массовой литературы в формировании привлекательного имиджа современного предпринимателя, где свою общественную функцию литература выполняет наряду с рекламой. Типология героев в романах Т.Устиновой «Большая игра», «Близкие люди», «Персональный ангел», «Олигарх с Большой Медведицы» подтверждает это наблюдение. Это всегда крупные бизнесмены, и главным критерием, по которому определяется их человеческая и профессиональная ценность, остается отношение к Делу, к работе и всему, что с ней связано. Фанатичная преданность, одержимость, готовность отдавать все силы и время делу, способность жертвовать всеми радостями жизни ради его процветания отличают Павла Степанова («Близкие люди»), Тимофея Кольцова («Персональный ангел»), Дмитрия Белоключевского («Олигарх с Большой Медведицы»). Они все – харизматические личности, обладающие особой притягательной силой. Это крупные, очень сильные люди, на вид неуклюжие и не очень заботящиеся о производимом ими впечатлении. Однако на женщин они производят впечатление всегда: они мужественны, сексапильны, могут быть порывистыми, напористыми и добиваться своего. В прошлом у каждого были эпизоды, неясные слухи о которых вызывают любопытство, интерес и добавляют притягательности. Для мужчин – это всегда босс, чьи деловые качества доказаны успешностью в бизнесе. Каждый из этих героев мог бы про себя сказать словами Шубина, главного юриста империи Тимофея Кольцова из романа «Большая игра»: «Я крутой, тертый, умный, хитрый и злопамятный. Весь набор качеств, необходимых для большого бизнеса, у меня присутствует». [234, с.280] В ткани романов эти качества неизменно отмечаются при характеристике персонажа, рассказе о его прошлом и пути в бизнес.

Наиболее ярким и психологически убедительным является образ олигарха Тимофея Кольцова, героя нескольких романов Устиновой. Рассмотрим характеристики этого образа и признаки интересующего нас концепта, которые в нем представлены.

Тимофей Кольцов, финансовый олигарх, промышленник и политик, владелец заводов Уралмаша начинал в Калининграде, открыл «кооператив» по ремонту иномарок, который сгорел в ходе разборок с местными авторитетами. Заметим, что эта деталь биографии умело используется разработчиками его рекламной кампании в ходе подготовки перевыборов губернатора. Потом наступила эра приватизации, и Кольцов купил родной завод, «помиравший медленной и мучительной смертью». В процессе поэтапного раскрытия жизненного пути будущего олигарха выясняются основные свойства его личности, предопределившие успех: «сумасшедшее честолюбие, «убийственное волчье чутье», цинизм, «особенный мужицкий ум в сочетании с дьявольской хитростью и чудовищным, слоновьим упорством». [233, с. 90] Он (Кольцов) безжалостно уничтожал тех, кто начинал у него воровать. Прокладывал себе дорогу, как танк в джунглях. «Никому и ничего не прощающий, жестокий, упорный и требовательный до одержимости. [233, с. 91] «Он был так чудовищно изворотлив и сообразителен, что у него почти не было неудач, а те, что были, его только закаляли. Он очень хорошо разбирался в людях и умел их использовать так, что они и не догадывались о том, что, расчетливый, как голодная кобра, Кольцов уже давно применяет их именно там, где они были ему нужны. Некоторые пытались бороться, но тех, кто посильнее, Тимофей Ильич заглатывал целиком, а остальных просто затапывал в пыль. На него работали самые лучшие, самые подготовленные, самые пройдошистые профессионалы... Никому из них он не доверял до конца, но виртуозно пользовался их профессионализмом и знаниями». [233, с. 94]

Заметим, что в тексте романа Устиновой сравнения героя с хищным зверем или ядовитой змеей (королевская кобра) мелькают так же часто, как в книжке О. Робски и К. Собчак об охоте на олигархов. В результате читатель видит главных героев ироничными женскими глазами.

Из приведенных выше описаний Тимофея Кольцова складывается объемный образ одного из первых «новых русских», о пути которых в

отечественный большой бизнес не раз говорилось в социологических и политологических исследованиях. Первый вопрос, который задают себе другие персонажи романа и его читатели, звучит банально: как можно сделать такие деньги? «Понятно, что нужно воровать, но воровать исключительно талантливо» [233, с. 10] «...Идиотов с такими деньгами не бывает,- размышляет Катерина Солнцева, глядя на фотографию Тимофея Кольцова, для которого она должна разрабатывать стратегию избирательной кампании.- «Клиент похож на разьевшегося уголовника из зоны» [233, с. 10] - таково ее первое впечатление. «Бандит и жулик, - вторит этим размышлениям бывший директор одного из многочисленных кольцовских предприятий. Журналисты считали его «королевской коброй, с которой просто так не стал бы связываться даже самоубийца. Тимофей Кольцов прославился тем, что никого и ничего не боялся, в большую политику никогда не лез (свойство, работающее на миф о его уникальности) и к олигархам «первого эшелона», которые шеренгами маршировали по телеэкранам, не принадлежал. Управлял своей державой с ловкостью латиноамериканского диктатора. [233, с. 38]

«Великий и Ужасный», могущественный, всеильный, - часто звучит в несобственно-прямой речи персонажей, в цитируемой «народной молве», в результате чего типичная «акула большого бизнеса» превращается чуть ли не в фольклорного, сказочного героя, о котором слагаются легенды. А с исследовательских позиций мы видим в действии те приемы, благодаря которым формируется имидж харизматической личности, эстетизируется и романтизируется современный бизнес. Сам же бизнесмен приобретает признаки романтического героя, обладающего отрицательным обаянием. Отметим, что путь героя в большой бизнес остался за пределами повествования, в далеком прошлом, т.е. именно в тех годах (80-90-х), когда вся страна устремилась к соблазну «прорывного обогащения». Однако это не тот жизненный материал, на котором выстраивается романная реальность в произведениях Т. Устиновой, и о способах вхождения в бизнес таких героев

отечественного бизнеса, как Кольцов, делаются лишь выразительные намеки, (типа криминальных разборок вокруг крупного хозяйственного объекта).

Как и в традиционном повествовании о предпринимателях, главным средством создания узнаваемого образа героя-бизнесмена является изображение среды, в которой он занимает отвоеванное им место. В романах Устиновой, созданных в начале XXI-го в., эта среда показана уже сформировавшейся по всем законам конкурентной рыночной экономики, и героям остается только фиксировать и учитывать ее природные свойства, оправдывая тем собственные и чужие действия и поступки. «Это было время, когда огромные состояния возникали из воздуха и тут же уходили за границу – на счета в швейцарские банки и в недвижимость в Ницце. Бесконечный дележ мест у кормушки – у бюджетной трубы, у газо- или нефтепровода, у шахты с цветными металлами – вот назначение и основной жизненный смысл олигарха. [233, с. 70] «Ни в каком бизнесе невозможны стопроцентно доверительные отношения, - говорится там же. [233, с. 101] «В моем мире порядочных нет и не будет. Волки не бывают порядочными и непорядочными. Они бывают только более или менее удачливыми. Удачливые становятся жожаками, неудачливых загрызают свои или отстреливают в сезон охоты», - так говорит Шубин в романе «Большая игра». [234, с. 140] Героиня этого же романа Лидия Шевелева, опытная журналистка, высказывается о бизнесе не менее резко: «... это какое-то средневековое варварство, бандитские разборки, а не цивилизованный бизнес очень высокого уровня. Или цивилизованный бизнес отличается от нецивилизованного только количеством задействованных в нем стволов и денег?» [234, с. 241]

Негативное впечатление о самой бизнес-среде подкрепляется событиями, связанными с выборами и другими политическими ситуациями. Ирония пропитывает высказывания персонажей, которые сами в них участвуют и во многом определяют их содержание и характер. Подковерные игры, «черный» пиар, компромат – вся подноготная политики показывается в

действию, не оставляя у читателя иллюзий насчет истинной природы ее субъектов: «... в депутаты стремились все, кому нужно прикрытие для различных махинаций...[233, с. 33]; или необходимо отмыть «черные деньги», или лоббировать собственные интересы и подкупить «слуг народа»; ... у всех нынешних политиков физиономии уголовных преступников...[233, с. 31] и т.д. Путь Кольцова в политику тоже весьма типичен. При всем отношении к политике как «на редкость бездарному времяпрепровождению», он решил баллотироваться в губернаторы. Его победа на выборах казалась совершенно невероятной. «Но на него работали ... самые лучшие профессионалы, которых только можно было найти. Все его минусы они ловко и незаметно обращали в плюсы, а недостатки использовали так, что они становились достоинствами. Даже покушение на него было подано пресс-службой не как бандитская разборка, а как попытка избавиться от честного и неподкупного предпринимателя. В этом, по мнению Лидии, проявился «недюжинный талант сказителей из его пресс-службы». [233, с. 54-55]

Так, Катерина Солнцева, рассматривая фото Кольцова, оценивает его как будущего клиента и как мужчину: «Мрачный, хмурый, несимпатичный, очень богатый человек [233, с. 51]. Неприятное лицо и взгляд людоеда из детской сказки. Хотелось спрятать глаза и отодвинуться.» При более близком знакомстве она отметила, что у него грубое лицо с резкими чертами – непривлекательное, но очень мужское...Профессиональный интерес сменяется личным, и вот Катерина отмечает его очень низкий, какой-то воландовский голос. Голос и вправду был хорош, очень низкий, как будто тяжелый, он подходил Тимофею Кольцову идеально.

Далее логика отношений Катерины и Кольцова определяется перипетиями политической ситуации, служебными и профессиональными требованиями и все растущим накалом личного притяжения и отталкивания. Именно конечная оценка олигарха Катериной, ее женская интуиция, открывшая в нем человека страдающего, способного любить, быть хорошим мужем и

прекрасным отцом, и несет в себе главный пафос «женской прозы»: истинное счастье как для женщины, так и для мужчины – в любви, в семье, взаимопонимании, доверии и, что не менее важно – в материальном благополучии. Маскулинный и феминный подходы, однако, примиряются в понятии «созвучность», которая в конце концов открывается герою и героине и объединяет их в счастливое семейство. Контраст этой «созвучности» представляют другие женские позиции: секретарши и бывшей любовницы Кольцова Юлии Духовой и его жены Дианы. Для Юлии Кольцов – босс, роман с которым может дать ей желаемую власть над людьми. Для Дианы он «самый бессердечный, железобетонный, непробиваемый, равнодушный ублюдок» из всех, каких она знала. [233, с. 172]. Эти чисто женские противоречия составляют часть романного конфликта практически во всех произведениях Устиновой. Однако ими, как и вечным противоборством мужского и женского начал, он не исчерпывается.²⁵

Сужение смысла основных нравственно-философских понятий в современных произведениях о предпринимателях приводит к тому, что деление на положительных и отрицательных героев в этой изобразительной системе весьма условно. В набор качеств, составляющих позитив, входят не столько деловые «олигархические», или нормативно-советские производственные, сколько традиционные общечеловеческие: способность любить, быть преданным семье, уметь защитить свой дом, уметь быть хозяином (хозяйкой),

²⁵ Из всего проанализированного выше набора устойчивых признаков художественного конфликта в романах Устиновой о предпринимателях наиболее четко проявляется конкурентное соперничество, которое делает врагами даже самых преданных друзей и коллег. Наиболее типичной ситуацией, запускающей криминально-детективную сюжетную схему, является заговор в самом близком окружении олигарха. «Близость к телу» босса вызывает соперничество его загов, один из которых тайно ведет дело к его устранению или гибели. Распространенным является мотив измены, предательства, что весьма сужает понятия Добра и Зла. Злом оказывается нарушение лояльности, пособничество конкуренту, что равнозначно преступлению против нравственности, гораздо более тяжкое, чем нарушение финансовых или государственных законов. Внутренние противоречия, метания между совестью и корыстью, нравственностью и алчностью, общественными и эгоистическими интересами, - все это остается за пределами повествования и вне читательского интереса. Это, как говорят исследователи [20, 21, 35, 101, 106, 107, 113, 119, 129, 148], вообще типичный признак массовой литературы, и дело не в том, что в ней мало рефлексии о нравственности, а в том, что читателю больше и не требуется.

уметь делать свое дело хорошо, выручить в беде и т.д. Однако в случае с олигархом Кольцовым мы имеем некое приращение социального качества: он навел порядок в области, задавил наркомафию в портовом городе, починил дороги, рыболовную флотилию купил сам и не дал продать за бесценок норвежцам и т.д. В итоге олигарх стал народным героем, о котором говорят: «Может, он чего и нарушал, но, если бы все правители такие бандиты были, у нас бы уж точно давно коммунизм сделался». [233, с. 68] В конечном счете, это тот самый случай, когда личный интерес крупного бизнесмена становится двигателем общественного прогресса – то, о чем мечтали критики романа Гончарова «Обломов». Бизнесмен новой российской формации под пером «криминальной романистки» по-своему отвечает на вызов современности: «он не собирался возрождать былое промышленное могущество отечества, и, не собираясь, все - таки его возрождал». Он решил, что никакой рай он создавать не будет. Он просто заставит всех ... работать на себя, но в то же время и работать на Отечество.

Еще одним воплощением позитивного образа предпринимателя можно считать Дмитрия Белоключевского, героя романа Устиновой «Олигарх с Большой Медведицы». Он бывший глава огромного нефтяного концерна, осужденный, отсидевший, потерявший все, преданный всеми. В статье критика Канавина [81] довольно иронично оценивается попытка писательницы придать этому образу ореол бизнесмена-народника. Она «вывела в свет новую разновидность героя - бывшего олигарха, претерпевшего от властей за неуплату налогов, потерявшего былое могущество и ведущего жизнь отшельника». Подобно своему прототипу Михаилу Ходорковскому, Белоключевский вынужден опроститься и заново обдумывать житье. Канавин увидел в этом романе стремление автора во что бы то ни стало сделать своего героя всеобщим любимцем, увековечить отставного олигарха, который отрекается от прошлого и идет в народ. Это новая ипостась народного героя, сменившего героя эпохи первоначального накопления капитала. «Олигарх вроде бы изгой, но стоит ему

"сесть" - и он из господ сразу попадет в категорию правдоискателей, а то и мучеников за веру... Злорадство - вот-де, попался бывший хозяин жизни! - сменяется восхищенным обожанием». [81]

Романы Т. Устиновой свидетельствуют о том, что традиционный для русской литературы интерес к теме предпринимательства и образу делового человека не иссяк. Благодаря ее писательскому профессионализму героини-бизнесмены новейшей российской формации спустились с классических высот, на которых они находились в литературе предыдущих эпох, и стали узнаваемыми героями повседневности, с вполне понятным бытовым сознанием и жизненными ценностями. Это приблизило «небожителей»-олигархов к простому обывателю, который, кроме личного завистливого недоброжелательства, стал испытывать уважение и сочувствие к их тяжелой социальной доле – давать работу, платить за нее хорошие деньги, развивать отечественную экономику, укреплять финансы и пр., а значит – способствовать росту общественного благополучия. В этой точке и сходятся социальные роли бизнеса, рекламы и литературы, создающих в общественном сознании его позитивный имидж, выполняя при этом назревший социальный заказ, как это уже было на рубеже двух прошлых столетий. В постсоветскую эпоху этот тип литературной продукции демонстрирует, насколько безболезненно беллетристика в ее массовой ипостаси рассталась с «советскостью» как в позитивном, так и негативном смысле. Никто из героев Устиновой не рефлексировал и не скорбит по поводу рухнувшей политической системы и утраченных советских, в частности идеологических ориентиров. Они живут и действуют так, будто их и вовсе не было.²⁶

²⁶ Кроме проанализированных выше романов Устинова создала множество других, в которых отработанная технология создания образов доведена до уровня конвейера. В каждом из них и в целом в творчестве - нехитрые житейские принципы: работайте, станьте лучшим – и богатство придет к вам – это основа нашего общества. Каждая ее героиня не просто занимается зарабатыванием денег, она отражает изменившуюся авторскую самооценку, считает себя не Золушкой, а современной талантливой, самостоятельной, интересной, трудолюбивой женщиной, способной разбогатеть без помощи мужчины. Пафос творчества Устиновой оптимистичен: время неудачников прошло, и пора писать о победителях, тем более что у них тоже столько проблем.

3.7. Юлий Дубов. «Большая пайка». Новейший эпос о российском бизнесе и бизнесменах. Герои нашего времени.

Начнем с цитаты: «Вообще-то типаж олигарха давно занял место в российском фольклорном пантеоне. Этому немало поспособствовал Юлий Дубов, сделавший Бориса Березовского персонажем своей "Большой пайки", - говорится в статье В. Канавина, цитировавшейся выше. [81] Там же упоминается и М. Ходорковский, судьба которого не могла не повлиять на воображение новейших беллетристов. О романе Ю.Дубова «Большая пайка» (1999) было множество откликов как в печати, так и в Интернете, в которых, как правило, отмечался масштаб изображения реальной российской жизни на переломе эпох. Как говорилось в аннотации к книге, выпущенной издательством «Вагриус» :«Впервые в современной отечественной литературе появилась серьезная, умная, безжалостная книга о большом русском бизнесе, которая читается как триллер. Впервые подробно и предельно откровенно вскрыты механизмы зарабатывания денег. Впервые автором выступает предприниматель столь высокого уровня...» [220]

Юлий Дубов, по мнению критиков, представляет собой уникальное сочетание прозаика и бизнесмена, поскольку как бизнесмен он занимал пост генерального директора огромного холдинга «ЛОГОВАЗ», а как автор бестселлера о русском бизнесе стал лауреатом престижной литературной премии «Бизнес-Олимп». Сам он входил в число ближайших соратников Бориса Березовского и считает, что в романе «Большая пайка» образ главного героя Платона Маковского удачно отражает многие черты его реального прототипа. В слове «От автора» говорится, что ни одно из описанных в романе событий не придумано, и хотя реально существующих людей в этой книге нет,... дочитав ее до конца, можно тут же называть фамилии и фирмы.

«Мне хотелось, - говорит в заключение автор, - всего лишь рассказать о формуле удачи. О правилах игры. И о цене победы». [220]²⁷

В современной русской литературе это первое произведение такого типа, аналог которого можно найти среди американских социальных бестселлеров (О.Стрельникова. Нужен ли олигархам тайм-менеджмент? Режим доступа: <http://www.improvement.ru/review/oligarh/chdm>). Содержание и форма романа Дубова «Большая пайка» убеждает нас в том, что перед нами образец новейшего эпоса о российском бизнесе, его природе, механизмах, «человеческом факторе» и проблемах, им порождаемых. «Большая пайка» закономерно завершает главу о новейшем этапе в раскрытии темы «Образ предпринимателя в русской литературе» как произведение, свободное от идеологических крайностей Проханова и от сбалансированной одномерности Устиновой.

Своеобразие романа Дубова определяется тем, что в нем дается политический, финансово-экономический, социологический и нравственно-психологический срез российского общества, начиная с конца 70-х и до конца 90-х гг XX в. Годы, предшествующие смерти Брежнева, приход к власти Горбачева, перестройка, ГКЧП, штурм Белого дома, смена политического строя, - все это реальные вехи на пути отечественного бизнеса и людей, пришедших в предпринимательство из разных слоев российского общества, в частности, из научно-технической интеллигенции. Все, что писали политологи, социологи, психологи об этом времени, а также такие писатели, как В. Пелевин (См. соответствующие разделы), нашло отражение в

²⁷ Роман оказался первым в трилогии о Больших деньгах, Большом бизнесе и Большой политике: за ним последовали «Варяги и ворюги» и «Меньшее зло», которые сам автор называет «непрямым продолжением» первого романа. В «подпольном романе» (авторское определение) «Варяги и ворюги» отечество предстает как тотальная зона, в которой проходит суровую жизненную школу простодушный герой» [195] В романе «Меньшее зло» уцелевшие герои «Большой пайки» Платон и Ларри выходят на политическую арену и участвуют в кампании по подготовке преемника действующего президента. В каждом романе проявляется удивительное сочетание авантюриности и социального анализа, объединяет же их не только тема денег и бизнеса, но и установка на правдивое изображение российской действительности, в результате чего художественный метод Ю.Дубова получил название «капиталистического реализма».

содержании, сюжетно-композиционной структуре и образно - поэтической системе романа. В нем можно обнаружить традиционное для классической русской литературы о предпринимателях (См. главу 1) сочетание анализа социальной среды с глубоким исследованием души человека, живущего интересами Больших Денег. В нем же присутствуют признаки исторической хроники, в которой каждый период жизни российского общества отмечен новым качеством, определяющим судьбу бизнеса в целом и каждого героя в отдельности. Это настоящая энциклопедия бизнеса в России с его национальными особенностями, прихотливыми, не всегда законными путями, своими гениями, героями и жертвами. Роман насыщен стремительным движением, энергией непрерывного действия, огромным количеством реальных судьбоносных событий и лиц, действующих на политической, экономической, деловой арене, в мелких и крупных фирмах и предприятиях, которые либо разоряются, либо перерастают в империи.

В романе «Большая пайка», как ни в каком другом романе на эту тему новейшего периода, показана среда, в которой действует объективный закон естественного отбора. Это касается как предприятия, так и отдельной личности. Герои Дубова живут и реализуют себя в условиях жестокой борьбы за выживание, и выдерживают ее не все. История бизнеса представляется невероятно запутанным клубком то драматических, то абсурдно-фарсовых биографий фирм, банков, торговых предприятий и целого поколения людей, которому пришлось менять род занятий, смысл жизни, ценности. В целом это история страны, общества, личности в тесной взаимосвязи, что, бесспорно, придает этому роману эпопейное («саговое») звучание. Он написан и читается как триллер, но только потому, что российская история сама уподобилась триллеру. Это определяет особенности романного хронотопа: в нем больше временного, чем географического пространства, уплотненное историческое время измеряется значительностью политических событий, втягивающих в себя судьбы социальных групп, политических партий, полулегальных и вполне

законных коммерческих предприятий, профессиональных объединений и отдельных личностей. Это время-движение, время-событие, время ретроспективно-аналитическое, время психологическое, измеряемое суммой страданий, потерь, разочарований, утраты веры.

Первый этап истории бизнеса, описанный в романе, связан с перестройкой и началом кооперативного движения, получившего название Нового НЭПа. Лозунг «Обогащайтесь!» мгновенно перечеркнул всю десятилетиями возвращаемую «советскость», и в рамках доживающей век социалистической системы образовался полигон, где правила устанавливал исключительно корыстный интерес. (Гл. Башли. Бабки. Капуста). Беспредел (слово, вошедшее в обиход именно в этот период) характеризует практику правовых, финансово-экономических, коммерческих, административно-чиновничьих, общественных и частных взаимоотношений. Был все еще советский фасад, за которым без зазрения совести действовали спекулянты, проходимцы, авантюристы, жулье всех мастей, партийная и хозяйственная номенклатура, а дальновидные силовики разрабатывали стратегию превращения власти в капитал. Гомо Советикус учился «крутить дела», и бывшие коллеги превращались в партнеров, конкурентов или «подельников».

В романе множество эпизодов, описывающих конкретные шаги героев в бизнесе, их первые удачи и поражения, когда они оказывались жертвами «трюков» более опытных комбинаторов. Некоторые деловые операции, проведенные в общенациональном и международном масштабах, заслуживают специального юридического изучения как прецедентные дела, а рассказы о них звучат как вставные новеллы, усиливая впечатление всепроникающей криминальности (например, «Сага о жучке-вредителе»). Финансовые потрясения, вызванные денежной реформой, приватизация крупных государственных предприятий, вокруг которых разгорелась настоящая кровопролитная война («Большая война льготников»), фирмы-однодневки и

бандитские «крыши», рождение финансовых пирамид, - не перечислить того, что было пережито страной за эти годы и дало писателю неохватный материал для его произведения, – ничего не пришлось выдумывать.

Особое место в сюжетно-композиционной структуре романа Ю.Дубова занимает «Интерлюдия. Девяносто первый год». В этой главе проблемы отечественного бизнеса отступают на второй план, а на первый выходит судьба России. Большая политика включает выборы президента России, и, как когда-то на экранах и страницах газет, мелькают лица и фамилии реальных политиков, общественных и партийных деятелей, правозащитников, юристов и пр.: Горбачев, Ельцин, Жириновский, Тулеев, Николай Рыжков, Руцкой и др. Решается вопрос: диктатура или демократия? Копятся и активизируются силы, которые в конечном итоге приведут к развалу Советского Союза. Описывая события, связанные с ГКЧП, Дубов не сводит повествование лишь к обвинению путчистов. Он последовательно воссоздает динамику событий, суть и логику которых определяли не только отдельные личности, но процесс развала искусственной социально-политической системы и формирования на ее руинах новых общественных и экономических отношений. В этой новой системе бизнес становится определяющим механизмом исторического, социального, экономического и технического прогресса.

Историко-политическое содержание романа акцентирует те аспекты художественного конфликта, которые не нашли столь объемного отражения не только в классических романах о предпринимательстве, но и в новейшей русской литературе, продолжающей традиции реалистического социально-психологического романа. Дубов этап за этапом воспроизводит конфликтную историческую ситуацию, в которой нет ни одной стороны жизни, где не было бы противоречий: идеологических, политических, экономических, социальных и пр., а общество в целом оказалось в состоянии войны всех против всех. На этом фоне столкновение финансовых или иных деловых интересов, включая конфликт бизнеса и закона и криминальные

разборки вокруг хозяйственных объектов, воспроизводятся автором как естественная составляющая всеобщей борьбы разнонаправленных интересов. Именно в этой доведенной до точки кипения социально-экономической и политической среде действуют герои романа, организуя и расширяя свой бизнес при помощи или вопреки противодействию бывших советских чиновников, партноменклатуры, силовиков, отставных военных, криминальных авторитетов и пр. В этом контексте все криминально-авантюрные мотивы, связанные с судьбой бизнеса и героев романа, совершенно естественно вписываются в его сюжетно-композиционную систему, рассчитанную на максимальное жизнеподобие и типологическое обобщение.

Герои Дубова наделены способностью к анализу и саморефлексии, поэтому многие обстоятельства их личной и деловой жизни они способны объяснить сами. В бизнес они пришли из научной интеллигенции, пережившей взлет в начале 1960-х и оказавшейся не у дел вскоре после смерти Брежнева. Их деловые биографии, этапы карьеры, ситуации, связанные с конкретными коммерческими проектами и операциями, составляют каркас романной структуры «Большой пайки». Само название романа содержит снижено бытовую оценку Большого бизнеса и Больших денег, а в общем контексте трилогии она содержит и угрожающе символический смысл: на «зоне» убивает именно «большая пайка». Шесть самостоятельных, но тесно переплетенных историй одновременно типичны и неповторимо индивидуальны, поскольку каждый из героев - личность яркая и незаурядная, сыгравшая свою роль в становлении отечественного предпринимательства. Судьбы Сергея Терьяна, Виктора Сысоева, Марка Цейтлина, Мусы Тариева, Ларри (Ираклия) Теишвили и Платона Маковского неразрывно связаны с судьбой первых крупных предприятий, схемы которых разрабатывал финансовый гений Платона («дедуктивная методология бизнеса». [220] Он и стал фактическим главой огромной автомобильной империи «Инфокар», монополизировавшей всю торговлю иномарками в стране. Каждая глава (кроме «Интерлюдии») названа

именем героя, деловая биография которого прослеживается от начала до конца. Рассказ предваряет выполненный курсивом финальный эпизод, коротко, в виде полицейской хроники излагающий обстоятельства, при которых оборвалась жизнь этого персонажа. Из шести главных героев в живых остались Платон и Лари: Сергей погиб при трагических обстоятельствах, Марка застрелили, Виктор покончил с собой, а Муса находится на грани жизни и смерти. В самом конце романа герой мысленно разговаривает с погибшими друзьями о той цене, которую все они заплатили за успех, богатство и власть. Они решили подчинить себе деньги, но получилось наоборот – они оказались во власти Больших денег.

Именно в идее неизбежной зависимости человека от порожденного им Дела роман Дубова ближе всего к традиционной проблематике предпринимательского эпоса. Она составляет нравственно-психологическое ядро всей образно-оценочной системы, и каждый герой оценивает себя и других по отношению к Делу, к бизнесу как профессиональному занятию и способности жить по его законам. Последнее качество оказывается решающим, и его наличие или отсутствие разводит друзей и предопределяет трагические развязки. «На глазах создавался и костенел хищно нацеленный на извлечение прибыли аппарат со своей, подчиняющейся одной-единственной задаче, логикой иерархического построения. И в этой иерархии ни уровень образования, ни былые заслуги, ни многолетняя дружба не могли иметь никакой ценности». [220, с. 438] Эти превращения с душевной болью наблюдают Сергей и Виктор, понимая, что старым отношениям приходит конец. «Перемена участи» - это название одной из глав, в которой они начинают ощущать, что в новой системе им не остается места. Внешне они все - одна команда, сохранившая дружеские связи, но противоречия оказались фатальными, и безжалостный естественный отбор отбраковал Виктора и Сергея – слишком совестливы, слишком интеллигентны, негибки там, где бескомпромиссная честность хуже откровенного воровства.

По отношению к «советскости» герои Дубова, как и большинство научной интеллигенции в реальной жизни, были скорее в оппозиции, и их обращение к бизнесу было попыткой окончательно от нее освободиться. Однако немало драматических событий они пережили, пока не поняли, что стать своими в бизнесе им мешает непреодолимый «советский академический снобизм». По сравнению с ними некий Саша Еропкин – пройдоха, жулик и хам – свой в бизнесе, поскольку дело знает и «бабки» делать умеет [220, с. 197]. Разоблачение махинаций того же Еропкина, которое успешно осуществил Сергей Терьян, самому Сергею представлялось «большим, но чертовски сволочным делом», и победа не принесла ни радости, ни удовлетворения. Хуже того, все дальнейшие действия Сергея, севшего на место свергнутого Еропкина, принесли «Инфокару» одни убытки. Это подготовило и запустило в действие множество мелких и крупных событий, сделавших гибель этого героя неизбежной.

Виктора Сысоева, втянутого в войну вокруг таможенных льгот, руководство «Инфокара» во главе с Платоном заподозрило в преступном сговоре с конкурентами. Дальнейшее общение с бывшими друзьями стало для него невозможным, и это толкнуло Виктора на самоубийство. Истории Сергея и Виктора приобретают трагическое звучание на фоне общего развала страны, а с нею и прочных нравственных опор, которые в прошлом им давала их собственная научная деятельность. Они, как когда-то Петр Артамонов, почувствовали себя рабами машины бесконечного преумножения богатства – им столько не нужно. К тому же оба оказались слишком чувствительны к политическим переменам и не могли смириться с тем, что опять власть прибирают к рукам не самые достойные, а самые наглые и беспринципные.

Итак, Ю. Дубов выделяет два типа предпринимателей: «истинные» и «неистинные». Открытого противостояния «истинных» (Платон, Ларри, Муса, Марк) и «неистинных» (Сергей, Виктор) бизнесменов в романе не происходит. Однако внутри компании уже сознательно запущены механизмы выдавливания

Сергея и Виктора из руководства на периферию общего бизнеса. И хотя в минуты опасности Платон готов кинуться на выручку ради спасения дела, в историях Терьяна и Сысоева с одинаковой силой звучит мотив обреченности и одиночества. Оба они чувствуют, что занимают не свое место и что добром это не кончится. «Существовавшего когда-то равенства более нет и никогда уже не будет» [220, с. 308]. Один из персонажей романа, Федор Федорович, бывший сотрудник КГБ, выполняющий в компании разнообразные деликатные поручения, на протяжении трех десятков лет наблюдал взаимоотношения друзей и партнеров и однажды сказал Сергею: «Вам не нравится, что на вашу замечательную и дружескую компанию распространяются законы природы и общества [220, с. 158], имея в виду: «Вы хотите нарушить закон естественного отбора, сохранив дружбу. Не получится». Сам Платон учил своих друзей главному правилу: «Никакого бизнеса на доверии» [220, с. 446]. «В бизнесе, - наставляет Сергея другой искушенный бизнесмен, - нельзя верить ни одному человеку. Другу, брату, матери — никому. Вам это может быть сколь угодно противно, но это правило. ...Любая целенаправленная деятельность, если в ее основе лежит доверие к людям, обречена. Мало того, она просто вредна. [220, с. 174]. «Ураган материального интереса способен разнести в щепы любую старую дружбу», - грустно констатирует повествователь. [220, с. 528].

Разьедающие дружбу эгоистические интересы неизбежно порождают внутреннюю перегруппировку, и вот уже формируются негласные союзы, например, Ларри и Еропкина, направленные против Сергея. Затем все настойчивее звучит мотив предательства, когда Муса идет на сговор с конкурентом «Инфокара», поддавшись соблазну стать его главой вместо Платона. Предательства и измены по отношению к женщинам воспринимаются героями и описываются автором как норма поведения, лишенная истинного драматизма и не заслуживающая эмоциональных затрат. Если сравнить систему отношений между мужчиной и женщиной в романах Ю. Дубова и Т. Устиновой, то можно точно сказать, в каком их них вместо реальной действительности -

сказочный дамский вариант. Никакой идеализации, романтизации бизнеса и бизнесменов в романе Дубова не наблюдается. Любовь не очищается от скверны денежных отношений, она порой пробивается сквозь нее, как у Сергея с Настей, но заранее обречена на гибель. Любовь в системе грубо материальных ценностей бизнеса не спасение и не опора, а скорей обстоятельство, делающее героя более уязвимым перед лицом тотально враждебного мира.

Очевидно, что главным в структуре романного конфликта является не деловое соперничество, а противоречие между природой бизнеса и самыми ценными свойствами человеческих отношений – стремлением сохранить дружбу, доверие, теплоту, любовь. Ни одному из героев не удалось создать или сберечь семью, любовь, дом, свою тихую пристань. Каждый из них остался одинок, у них нет корней, нет наследников и продолжателей дела, нет традиционного конфликта Отцов-основателей с непутевыми потомками, поскольку нет потомков. Нет в структуре романа и персонажа, в котором бы позитив или «праведность» были сконцентрированы настолько, чтобы с подачи автора в общественном сознании укрепилась надежда на нравственное возрождение бизнеса или его цивилизованное развитие. Дубов избегает гиперболизации или упрощения, не злоупотребляет он, как Проханов, физиологическими подробностями или портретным сходством героев с реальными прототипами. Узнаваемыми их делает сама технология делания больших денег, цинизм и абсолютный нравственный и правовой нигилизм. Ни одного из главных героев этого романа нельзя отнести только к положительным или отрицательным, их характеры сложны и противоречивы, как и само дело, балансирующее на зыбкой грани законности. Позицию Дубова можно назвать «полицентрическим релятивизмом»: бизнес не плох и не хорош, он таков, каким его делают люди новой России, унаследовавшей все пороки старой системы. В стране, вступившей в пору дикого капитализма, востребован бизнес в любом варианте, независимо от того, у кого бразды правления – в

интеллигентных руках, как у Платона, или в лапах Ларри, которого прозвали Шер-Ханом.

Итак, в романе Дубова представлены разные типы бизнесменов, отрицательные и с положительной оценкой, но их всех объединяют некоторые признаки, которые можно назвать ядром концепта «предприниматель» в творческом мире современного писателя. Прежде всего, это такие признаки, как целеустремленный, богатый. мужчина; обладает сильной харизмой; никому не доверяет, умеет общаться в людьми и хорошо разбирается в людях, стремится в большим деньгам и большой власти (так, герой говорит, что ему нужно не какое-то количество песка, а «вся песочница»). В то же время, как и у Пелевина, важным признаком концептосферы «предпринимательство» является моральная релятивность: деньги и бизнес не плохи и не хороши, они задают жесткие правила игры и тот, кто рефлексирует, просто проигрывает.

В историко-литературном плане роман Ю. Дубова «Большая пайка» представляет собой роман, написанный в традициях добротного реалистического социально-психологического повествования. В нем присутствуют все проанализированные выше типологически общие черты классического романа о предпринимательстве: бизнес как объект художественного изображения, предприниматели как субъекты этой сферы жизнедеятельности. Это определило типологию основных художественных способов создания образов героев и их среды обитания: тип сюжета, тип конфликта, тип героя, хронотоп. Их сходство с классическими образцами этой жанровой разновидности социального романа доказывает ее жизнеспособность и устойчивость к разрушительным влияниям постмодернистской и массовой литературы. И как бы ни назывался ныне реализм – неореализм, постреализм, «капиталистический» реализм, роман Ю. Дубова «Большая пайка» показывает, что как художественный метод он продолжает развиваться, впитывая в себя самые продуктивные свойства других художественных систем и направлений.

3.8. Выводы

Сравнение романов последнего времени (в частности, Ю.Дубова «Большая пайка») с классическими образцами («Приваловские миллионы», «Дело Артамоновых») показывает, что в новейшей литературе о бизнесе сохранились все ее типологические признаки, порожденные самой природой предпринимательской деятельности. Заметным остается сходство героев-бизнесменов, наделенных особыми талантами делания денег. Неизменным остался принцип изображения этих героев – в их профессиональной среде, отличающейся особой авантюрной напряженностью. Не изменился характер конфликта – конкуренция, деловое соперничество, противоборство материальных интересов. Однако нравственно-психологическая составляющая, выражающая авторскую оценку бизнеса, неоднозначна, релятивна.

В романах Т. Устиновой «Персональный ангел», «Большая игра», «Олигарх с Большой медведицы», «Близкие люди» бизнес представлен также в «гендерном» ракурсе как сфера деятельности, где женщина может найти достойного мужчину, обладающего истинно мужскими и деловыми достоинствами. Эту оценку можно назвать сдержанно одобрительной, понятной и приемлемой для широких читательских масс. Ее герои как герои массовой литературы стали узнаваемыми героями повседневности, с вполне понятным бытовым сознанием и жизненными ценностями. Именно из такого типа произведений в массовое сознание приходит представление о том, что функция бизнеса – это развитие отечественной экономики и рост общественного благополучия. В этой точке сходятся социальные роли бизнеса, рекламы и литературы, создающих в общественном сознании его позитивный имидж, выполняя при этом назревший социальный заказ, как это уже было на рубеже двух прошлых столетий.

Позицию Ю. Дубова по отношению к природе и социальной функции бизнеса можно представить как объективно реалистическую, основанную на глубоком социально-психологическом анализе самой бизнес-среды, ее механизмов и субъектов. Роман Ю. Дубова «Большая пайка» может претендовать на место, в котором встречаются большая литература, которая в нынешние рыночные времена не может не быть массовой, беллетристика и популярные детективно-авантурные жанры. Такая сложная поэтическая природа этого произведения говорит об интенсивном жанровом синтезе, продуктом которого стала объемная и динамичная панорама жизни российского общества за 30 лет его новейшей истории. Это свидетельствует о том, что на реализме как жизнеспособной художественной системе крест ставить еще рано. Что же касается традиции изображения бизнеса и бизнесменов в новейшей русской литературе, то она не просто продолжается в новых социокультурных условиях, но и обогащается за счет обращения писателей к поэтическим возможностям разнообразных жанровых форм – от самого низа до классических вершин по вертикальной ценностной шкале. Можно предположить, что эта тема из литературы не исчезнет, пока существует предпринимательство и предприниматели.

Сравнение новейшей литературы о бизнесменах с классическими образцами произведений на эту тему показывает динамику смыслов, которые вкладывались в их художественные образы. Во второй половине XIX - го века в деловых людях видели силу, способную разрушить отжившую систему социально-экономических отношений в России. Это были новые «герои времени», противопоставленные «лишним людям». Они олицетворяли активное деятельностное начало. Предпринимательство эстетизировалось и романтизировалось как сфера, в которой может проявиться только человек, наделенный чертами харизматического лидера. Историческая судьба такого литературного героя оказалась напрямую связана с судьбами российской буржуазии, и в постсоветскую эпоху на литературной сцене вновь активно

действует «герой нашего времени», который мало отличается от своих предшественников по набору типовых качеств, по способам достижения целей и по характеру самих целей.

Можно предположить, что причина такого типологического и содержательного сходства является сама природа бизнеса, на которой слабо отражается смена политического режима: даже если предпринимателей уничтожают как класс, предпринимательство сохраняет свою авантюрную сущность и эстетическую привлекательность. Криминальный компонент неизменно является частью общей системы изобразительных средств. Новейшие образцы предпринимательского эпоса демонстрируют устойчивые сюжетно-композиционные и образные структуры, в которых нет ни романтизации, ни идеализации бизнеса. Новые «герои времени» концентрируют в себе цинизм и аморализм эпохи отечественной истории, в которой нравственные ориентиры утрачены или размыты. Это герои безвременья, и во всех направлениях новейшей русской литературы именно произведения о предпринимательстве показывают глубину трагедии утраты идеалов.