

Заключение

В ходе проведенного исследования рабочая гипотеза нашла свое подтверждение, были решены намеченные задачи. Рабочая гипотеза заключалась в том, что в русской литературе XIX-XX - начала XXI вв. обращение к проблемам предпринимательства и образам предпринимателей было не случайным и объяснялось пониманием роли этого социально-экономического явления в исторической судьбе России. То есть, образы предпринимателей, созданные крупными писателями репрезентативны в плане выражения концепта «предприниматель». Причем варианты этого концепта для каждой эпохи свои.

В русской классической прозе образы предпринимателей показаны как противоречивые, в них совмещаются плохие и хорошие стороны. В традициях русского критического реализма правдиво показаны характеры, душевные поиски героев. Но, как правило, предприниматель, деловой человек, купец, хозяин-приобретатель изображался как персонаж отрицательный.¹ Обобщенный образ предпринимателя в большинстве классических текстов русской литературы - это образ хитрого, жестокого, беспринципного, безбожного, циничного и страшного человека, даже преступника, - но, с другой стороны, он решителен, умен, деловит, успешен, обладает огромным терпением и работоспособностью. Хотя и немного, но представлены и положительные образы: (Андрей Штольц у И.А. Гончарова, Сергей Иванович у И. Шмелёва, Савва Васильков и Любим Торцов у А.Н. Островского, герои романов П.Д. Боборыкина).

¹ Отрицательную характеристику в русской классической литературе получают представители всех социальных слоёв русского капитализма. Власть денег осуждается русскими писателями и в художественных образах крупной буржуазии (А.Н. Островский "Бесприданница", А.И. Куприн "Молох", А.М. Горький "Дело Артамоновых", А.П. Чехов "Вишнёвый сад", "Три года"), и в купечестве, и у мелкой буржуазии (очерки Г. Успенского "Нравы Растеряевой улицы"), и в образах крестьян-кулаков (цикл Г. Успенского "Без определённых занятий"). Отрицательные образы строятся на основе признаков деловой, но аморальной.[132]

По мере проникновения писателей в тему формировалась особая жанровая разновидность социально-психологического романа, содержание и поэтическая система которой целиком определялась природой предпринимательства. Эта форма оказалась устойчивой и не претерпела существенных изменений ни в советские, ни в постсоветские времена: смещались лишь идеологические и нравственно-философские акценты в оценке бизнеса как такового.

Тема предпринимательства и образ предпринимателя в русской литературе на рубеже XX и XXI вв. приобрели актуальность в связи с общественным интересом к проблемам экономического и социального развития России. Литература играет большую роль как в представлении состояния умов, концептов русского языкового сознания, так и в процессе нравственного усовершенствования российского бизнес-сообщества. Подобная ситуация уже имела место в российской истории на рубеже XIX и XX вв., и ее изучение помогает выяснить многие вопросы, касающиеся закономерностей формирования особого типа повествования со специфической проблематикой, типом героя и системой изобразительных средств.

Образ русского предпринимателя всерьез вошел в русскую прозу, начиная с сер. XIX в. Он встречается в произведениях Н.В. Гоголя, И.А. Гончарова, М.Е. Салтыкова-Щедрина, Н.А. Некрасова, Ф.М. Достоевского, А.Н. Островского, Г. Успенского, П.Д. Боборыкина, А.С. Серафимовича, А.М. Горького, А.П. Чехова, А.И. Куприна, Д.Н. Мамина-Сибиряка, К. Федина, В. Шишкова, М. Булгакова и других авторов.

Положительный образ русского предпринимателя создаётся прежде всего как образ человека, имеющего твёрдые моральные основы характера. Такой герой происходит из провинциальной небогатой семьи, но добивается успеха в результате большого труда и честного ведения дела. Как правило, он играет роль отца, главы семьи для своих работников. Его дело (фабрика, поместье, мельница – его дом, где он днюет и ночует. Таким образом, уже с

середины XIX в. появляется разделение типов представления этого концепта на «истинных, подлинных» и «номинальных» предпринимателей.

«Подлинный предприниматель в русской прозе - это человек, в котором практицизм и рациональность дельца соединены со страстной натурой. Он верит в свою способность изменить мир к лучшему из жажды самой деятельности и желания того, чтобы люди заметили и запомнили его, затем - всепоглощающее трудолюбие, открытость духу перемен [70].

Обобщённый образ предпринимателя в русской классической литературе репрезентирует концепты «предприниматель» и связанные с ним «деньги», «дело», «деятельность», «власть», «душа». Они могут быть представлены как прямо в описаниях автора, так и косвенно – через противопоставления другим персонажам, через их рефлексию, и т.д.

Средствами создания положительных или отрицательных образов выступают имена, фамилии прозвища персонажей. Так, немецкая фамилия Андрея Штольца в романе Гончарова "Обломов", указывает на неисконность и нетипичность такого героя для русского общества и в то же время ее значение – гордый, он может гордиться тем, что он, как и его отец, всего в этой жизни добился сам.

В русской классике представлены типичные для тех эпох лексемы, называющие предпринимателей, деловых людей, как по сословной принадлежности, напр.: купец, помещик, однодворец, крестьянин, так и по функционально-экономическим принципам: приобретатель, подрядчик, торговец, заводовладелец, заводчик, горнозаводчик, фабрикант, промышленник, золотопромышленник, мануфактурщик, пароходовладелец, миллионер, миллионщик), Еще один способ именованья указывает на степень власти над людьми (господин, хозяин, владыка,): Причем слово «хозяин» может репрезентировать и отрицательные и положительные признаки данного концепта. Так, у Гоголя и Гончарова хозяин применительно к Чичикову и Обломову употребляется иронически, у Горького хозяин - жестокий кровосос, в

то же время у Д.Н. Мамина-Сибиряка мотив хозяйской власти связан с компонентом «ответственность перед людьми и перед Богом».

Отсюда у русских писателей находим большое количество оценочной лексики, метафорических номинаций, в т.ч. по аналогии с животными и растениями.² Номинация может быть и положительной: ср. Штольц у Гончарова – лошадь, Бахарев-старший у Мамина-Сибиряка – вол и т.п. Эта традиция активно поддерживается и в современной литературе (змея, кобра, волк, тигр у Т. Устиновой и О. Робски).

Важную роль в создании образа предпринимателя играют перцептивные признаки: внешность и окружающие его вещи. При этом отрицательные персонажи либо никак не выделяются внешне: средних лет, ни красив, ни плох, либо портрет рисуется в темных, страшных тонах, при этом внешность может меняться в ту или иную сторону в зависимости от развития характера (типичный пример – изменение внешности Ионыча у Чехова – от привлекательного молодого человека к образу страшного языческого бога). С внешностью связана и речевая характеристика героя: как правило, все персонажи классической, советской и современной русской литературы во внутренней речи говорят и думают на простом разговорном языке. Никакими другими языками почти все они, за исключением Штольца, не владеют. Для многих типично употребление военной и сленговой лексики.

Важно также и отношение героя к семье, детям. Практически все предприниматели – люди одинокие (кроме героев Д.Н. Мамина-Сибиряка), но положительные персонажи мечтают о семье, детях, проявляя заботу даже о чужом ребенке (Штольц, Гуляев, Бахарев), отрицательные же «наказаны» бездетностью, смертью близких, одиночеством в конце жизни.

² Отрицательные герои называются с помощью метафорических номинаций и сравнений зверь, хищник, гад ползучий. Это могут быть и сравнения с предметным, вещным миром, ср. «прореха на человечестве» о Плюшкине у Н.В. Гоголя.

Однако важнейшую роль в создании образа предпринимателя играет признак «отношение к делу, предприятию». Практически все герои, как положительные, так и отрицательные, одержимы своим делом, способны отдавать ему все силы и время, но и жертвовать ради него людьми, в т.ч. близкими.³

В этом смысле не отошла от традиции и советская литература. Только дело здесь расширилось до построения нового мира и общества. В новейшей же русской литературе дело может становится величиной условной, виртуальной, его инициативный и креативный делец может создать «из воздуха» Дело, дела, проект, фабрика олицетворяются, существуют независимо, даже могут совершать определённые действия. «Дело может и угрожать хозяину, владельцу, может одолеть его, делом нужно править, его нужно взнуздывать, его нужно подавлять. Дело целиком забирает жизнь человека, себе он уже не принадлежит. Дело не разделяет предпринимателей на плохих и хороших. И у плохих и у хороших предпринимателей оно забирает жизнь» [133]

Важным концептом связанным с презентацией образа предпринимателя является концепт «власть». В новейшей литературе борьба за власть – это и борьба за деньги. В то же время власть есть символ самоутверждения, поэтому к ней, так или иначе, стремятся почти все герои.

Но важнейшим при создании образа предпринимателя, является, конечно, концепт «деньги». Лексические единицы, именующие этот концепт, различаются у «положительных» и «отрицательных» предпринимателей. При создании отрицательных образов обнаруживаются наименования денег, подчёркивающие фетишистское отношение: денежки, копеечки, либо же чисто утилитарное, что сопровождается употреблением сленга: беленькая, «Катка,

³ В метафорическом осмыслении дело - зверь, страсть: ...дело - зверь живой и сильный; он был человек, охваченный только неукротимой страстью к работе. Эта страсть горела в нём дни и ночи (Горький "Фома Гордеев"). Дело - стоимость этого дела, его цена, миллионы, капиталы, афёра, махинации, интриги вокруг наследства Привалова: дело по опеке; приваловская опека, родовое имущество, фамильные дела (Мамин-Сибиряк "Приваловские миллионы").

Катенька». В новейшей русской литературе таких слов стало еще больше: «бабки, капуста, зелень, лавэ или лэвэ, лэвэшки и т.д.). Может быть подчеркнуто количество: миллионы, капиталы гуляевские капиталы, приваловские миллионы, богатство, громадные богатства, баснословные богатства, беспримерное, чудовищное богатство, пуды золота; «уйма денег» - у Гоголя и Мамина-Сибиряка в "Приваловских миллионах". Деньги могут представлять как отдельная самостоятельная сила, убивающая и подминающая под себя человека (ср. судьбу героев у В. Пелевина в «Generation П»)

Концепт «душа» подключается к презентации концепта «предприниматель», начиная с текста поэмы Гоголя. Утрата души – явный признак отрицательности героя, рост же души, активное участие души в деле – признак положительности (ср., например, Штольц). К сожалению, в литературе советского периода этот концепт подменяется душой коллективной, как известно за коллективную душу никто конкретно отвечать не может, потому в постсоветский период душа по-прежнему отчуждена от человека, она даже становится товаром. Наряду с другими традиционными ценностями.

С сожалением нужно отметить и тот факт, что в новейшей русской литературе предприниматель и предпринимательская деятельность тесно связаны с такими признаками, как незаконность, нарушение всех этических и юридических норм, утрата чувства ценности человеческой жизни, в т.ч. и собственной. Это выливается у В. Пелевина в фантасмагорию нового мира как мира всеобщей относительности, виртуальности.

Кроме того, поскольку образ предпринимателя в русской прозе еще не стал объектом всестороннего научного исследования, мы не могли обойти вниманием и ряд философских и литературоведческих проблем, имеющих отношение к типологии героев и жанровой природе произведений о предпринимательской деятельности. На примере ряда классических романов XIX в. было показано, как складывалась литературная традиция, в которой

отразилась история возникновения и развития класса предпринимателей со своими героями, конфликтами и нравственно-философскими оценками.

В исследуемых романах и повестях осуществлялся поиск художественной формы, адекватной новому жизненному содержанию. Писатели не просто развивали сложившуюся к этому времени традицию реалистического социального романа, но и разрабатывали новые способы изображения непривычной для литературы предпринимательской среды с ее типичными героями, сюжетами и конфликтами. Прослеживается преемственность в изображении нового типа героя – человека действия, и на каждом новом этапе этот тип обогащается и усложняется за счет более глубокой психологизации образов и многостороннего изображения сферы его деятельности. Героев Гончарова, Мамина-Сибиряка, Горького роднит целый комплекс специфических черт, необходимых для успешной деятельности в деловой сфере, однако каждый из них несет авторский посыл, отражающий оценку как предпринимательства в целом, так и его конкретного субъекта.

Гончаров в образе Штольца представил позитивную модель активной личности, чей материальный интерес облагорожен духовными поисками. Позитивное содержание этого образа в том, что он символизирует действие, направленное на преодоление «колеи», инертности, социальных рамок, несвободы. В модели деловой среды, изображенной Маминым-Сибиряком, встречается большое разнообразие типов, обобщающих позитивные и негативные стороны предпринимательской деятельности. Четко обозначены нравственные критерии, по которым автор судит своих героев. Отрицательные персонажи – это те, кто свою предпринимательскую деятельность строит на принципах безудержного хищнического обогащения, обмане, мошенничестве, незаконных и безнравственных действиях. Как положительные предстают те герои, в которых деловые качества, личные достоинства, честность, высокие моральные устои сочетаются с готовностью служить обществу, по возможности приводя в гармонию экономические и социальные отношения. В романе

Горького наблюдается продолжение этой традиции, которая обогащается за счет изображения фабричного производства как семейного Дела со своим укладом, бытом и нравами. Типизация героев по отношению к Делу стала художественным достоянием современного социально-психологического романа.

Понимание сущности предпринимательства как борьбы экономических интересов отразилось на содержании и структуре художественного конфликта исследуемых романов. В «Обломове», где практически отсутствует изображение предпринимательской деятельности, конфликт имеет многоуровневый нравственно-философский характер: как противопоставление характеров (пассивного и активного), противостояние жизненных укладов («обломовщины» и общественно полезной деятельности) и, наконец, как противопоставление «недействия» (праведности) – «абсолютному действию». В ходе развития социального романа как всеобъемлющего эпического жанра все большее значение в изображении предпринимательства приобретал нравственно-психологический аспект, в результате чего конфликт перемещался в сознание героя. Одним из первых в этом плане стал герой «Приваловских миллионов» Мамина-Сибиряка Сергей Привалов, с которого начинается галерея персонажей, «выпадавших» из своего Дела и среды.

Постепенно внимание писателей к реальным явлениям, сопровождавшим процесс капитализации российского общества, делало художественный конфликт романа о предпринимателях все более сложным и многоаспектным. В него включались политические и идеологические мотивы, связанные с развернувшейся классовой борьбой, с борьбой монархических, либерально-демократических, социалистических и других идей. Социально-экономические противоречия стали неотъемлемой частью содержания огромного массива отечественной литературы этого периода, а в произведениях типа «Дела Артамоновых» они стали частью противоречий

между поколениями. Этот конфликт продолжал сохранять актуальность и в советский период.

Обращение к описанию предпринимательской деятельности дало новый толчок развитию жанра социального романа, а попытки отразить эту среду в сюжетах и портретах привело к углублению психологического анализа. В результате можно говорить о развитии жанра социально-психологического романа, в котором были сильны эпические признаки. Они проявились в частности, в том, что родословные героев и истории жизни поколений связаны с реальными этапами хозяйственно-экономического развития российского общества. Проведенное исследование традиции изображения предпринимателей и предпринимательства в русской литературе второй половины XIX в. показало, что эта традиция стала значительной частью всего классического литературного наследия. Ее значение в том, что литература открыла и отразила новый социальный феномен – класс, наделенный преобразовательной энергией, нацеленной на коренные изменения в обществе. Адекватной формой для его эстетического освоения стал социально-психологический роман, позволявший осуществить синтез романического и нравоописательного романа. Характерным качеством этой ветви русской литературы было жизнеподобие, достигаемое через максимально достоверное описание предпринимательской среды во всем многообразии реалий и порождаемых ею психотипов.

К рубежу XIX и XX веков в русской литературе сформировался солидный корпус репрезентативных художественных текстов, на примере которых можно говорить о специфике и типологии презентации концепта «предприниматель» в рамках особого типа романа о предпринимателях. Традиция изображения предпринимательства не прервалась окончательно в условиях формирования и развития русской литературы советского периода. Она видоизменилась и реализовалась в форме «романа о труде», сложившегося

в 1920-1930-е гг. в связи с началом восстановления народного хозяйства и строительства социализма в России после гражданской войны. В основе поэтической формы, отражающей предпринимательскую деятельность, ранее лежал образ семейного Дела, а сюжетная схема выстраивалась согласно этапам его рождения, роста, накопления собственности и утверждения в обществе в качестве символа больших денег, власти, социального престижа. Внутри этой системы труд изображался как подневольный, рабский, от которого герой стремился освободиться и стать независимым хозяином.

Начиная с романа «Цемент» Ф. Гладкова (середина 1920-х гг.) и до появления «Битвы в пути» Г. Николаевой в середине 50-х гг. XX в., в рамках литературы социалистического реализма сформировалась жанровая модификация «предпринимательского романа», условно обозначаемая нами как роман о труде. В нем Дело и Труд приобрели значение высоконравственных категорий, приравненных к героическому деянию, поскольку именно по отношению к Трудом оценивается личность, ее значение и место в процессе строительства нового мира, общества, воплощающего коммунистические идеалы. Эгоистическая энергия накопительства была отвергнута как идеологически враждебная и заменена творческой инициативой внутри трудового коллектива, массы, которые на глубинном уровне правильно воспринимают основную линию руководящей строительством партии. Такая установка определила типологию героя, типологию конфликта и типологию сюжета. В основе конфликта лежит неантагонистическое противоречие между старым и новым, передовым и отсталым, индивидуалистическим и коллективистским, личным и общественным, показным и истинным. Тип сюжета также формируется из устоявшихся элементов, означающих этапы пути от исходной ситуации, требующей кардинальных изменений, до конечной личной и коллективной победы над всеми экономическими и психологическими трудностями.

Тип героя, как и в традиционном предпринимательском романе, воплощает в себе волю и энергию, рисковость и авантюренность, но направлены они не на конкурентную борьбу за личное обогащение, а на достижение успеха в решении проблем общего Дела. Это – «правильный» человек, наделенный всеми социалистическими добродетелями, талантами и творческим воображением, позволяющими добиться истинного авторитета, почетных званий, общественного признания. Эстетическое ядро в нем явно романтического и мифологического свойства, и только от таланта писателя зависела степень его психологической и эмоциональной достоверности. В старом романе о предпринимательстве поэтизировалось и эстетизировалось некое дерзкое авантюрное действие, деяние, направленное на личное обогащение. Сходный механизм работает и в романе о труде, но в нем воспевается героический бескорыстный подвиг на трудовом поприще, творческое достижение, новаторство, дерзкое разрушение стереотипов, и все это – на благо общества, Родины, будущего. Такая эстетическая близость моделей, заряженных противоположными нравственными смыслами, говорит о том, что в разных исторических и политических условиях успешно функционирует сходная устойчивая модификация социально-психологического романа, выполняющая социальный заказ с идеологически противоположной направленностью.

Изучение новейшей русской литературы (80-90-х гг. XX в. и первых десятилетий XXI-го в.) требует внимания к политическим, социальным и финансово-экономическим процессам, происходящим в российском обществе. Изменение социально-политического устройства, разрушение советского строя, коммунистической идеологии напрямую отразилось на нравственном состоянии общества, общественных и личных ценностях и ориентирах. Все эти процессы нашли самое разнообразное отражение в литературе, в том числе и в романах о предпринимательстве. В новейшей литературе о бизнесе сохранились все ее типологические признаки, которые порождены 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 и характер конфликта – конкуренция, деловое соперничество, противоборство материальных интересов.

Усиление позиций постмодернизма и массовой литературы на современном этапе (1980-1990 - 2000-е гг.) привели к тому, что тема предпринимательства и образ предпринимателя получили несколько иную трактовку. В постмодернистском произведении о предпринимателях, каковым является роман В. Пелевина «Generation 'П'», формально присутствуют все характерные признаки концепта «Предприниматель». Однако 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, да и сами бизнесмены, являются средой, условием и механизмом создания этой абсурдности. Образы бизнесменов и бизнес-среды соотнесены не только с реальными финансово-экономическими, политическими, культурными и социальными процессами, но с категориями философско-мифологического порядка (хаос, космос, Вечность, Вселенная и др.). Это не умаляет значения этого произведения в традиции русской литературы о предпринимательстве, поскольку показывает возможность принципиально иной трактовки как темы, так и самого концептуального материала. Это же относится к творчеству Л. Улицкой, в частности, к рассказу «Цю-юрихь», который в большей степени связан с нравственно-философскими проблемами быта/бытия, чем с предпринимательством как таковым. В этом контексте бизнес и активность деловой женщины – это еще одна система отношений, где легко меняются местами «первые» и «последние» и неизвестно, кто теряет больше при смене статуса.

В романах Т. Устиновой «Персональный ангел», «Большая игра», «Олигарх с Большой медведицы», «Близкие люди», которые относят к массовой литературе, бизнес представлен курсе 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 национальной экономики и рост общественного благополучия, при этом выполняется назревший социальный заказ (показать положительный тип бизнесмена, не ангела, но патриота), как это уже было на рубеже двух прошлых столетий.

В произведениях Ю. Дубова не просто продолжается традиция изображения бизнеса и бизнесменов в новейшей русской литературе в новых социокультурных условиях, но она обогащается за счет обращения писателей к художественным возможностям самых разнообразных жанровых форм – от самого низа до классических вершин по вертикальной ценностной шкале. Можно предположить, что эта тема из русской литературы не исчезнет, пока существуют предпринимательство и предприниматели.

Наблюдается определенное типологическое сходство произведений о предпринимателях в классической и новейшей литературе, которое проявляется на разных уровнях всей повествовательной структуры. Можно предположить, что причина такого типологического и содержательного сходства кроется в самой природе бизнеса, на которой слабо отражается смена политических режимов: даже если предпринимателей уничтожают как класс, предпринимательство сохраняет свою авантюрную сущность и некоторую эстетическую привлекательность. Криминальный компонент (признак

законности/незаконности предпринимательской деятельности) неизменно является частью общей системы презентации предпринимателя в рамках разных изобразительных средств, к какому бы направлению ни принадлежал автор.

Новейшие образцы предпринимательского эпоса демонстрируют устойчивые структуры, в которых нет ни романтизации, ни идеализации бизнеса. Новые «герои времени» массовой литературы вошли в массовое сознание как носители таких типичных признаков новейшей российской истории, как беспредельный цинизм и аморализм. По сути своей это скорее «антигерои», порожденные безвременьем и отсутствием нравственных ориентиров. Идеал, воплощенный в них, редко выходит за рамки личного, весьма ограниченного представления о счастье: супермен, добившийся супербогатства и супервласти. Во всех направлениях новейшей русской литературы - от постмодернизма до массового «женского» романа - именно произведения о предпринимательстве объективно показывают глубину трагедии общества, утратившего нравственные ценности.

Изучение темы образ предпринимателя и предпринимательства в русской литературе еще только начинается, и многие вопросы, связанные с этой темой как в области культурологии, так и литературоведения, лингвистики и когнитивистики, еще ждут своего исследователя и требуют дальнейшего глубокого и всестороннего изучения.