

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ РАКУРС ОБРАЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

¹Бахор Т.А., ¹Зырянова О.Н., ¹Лобанова О.Б., ²Лукин В.А., ³Плеханова Е.М.

¹Лесосибирский педагогический институт - филиал Сибирского федерального университета, Лесосибирск, Россия (662543, Красноярский край, г. Лесосибирск, ул. Победы, 42), e-mail: tamarales@mail.ru;

²Лесосибирский филиал Сибирского государственного технологического университета, Лесосибирск, Россия (662544, Красноярский край, г. Лесосибирск, ул. Победы, 29), e-mail: olga197109@yandex.ru;

³Красноярский государственный педагогический университет им. В.П.Астафьева, Красноярск, Россия (660049, г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89), e-mail: plem9@mail.ru

Рассматривается эволюция образа предпринимателя (купца, негоцианта, фабриканта) в русской литературе конца XIX- начала XX вв. Определяется значение этого образа для понимания аксиологических принципов как русской литературы, так и русского общества, всей отечественной культуры. Анализируя образы купцов в изображении А. Островского, А. Гончарова, А.Чехова, авторы обращают внимание не только на содержание предпринимательской деятельности, но и нравственно-поведенческие признаки этого сословия, репрезентирующие ценностные ориентации личности, отражающие социально-культурные аспекты развития общества. Традиционное для XIX в. представление о предпринимателях основано на перенесении вида их деятельности (купли - продажи) на их отношения с людьми. В конце XIX- начале XX вв. в литературе намечается тенденция изображения предпринимателя как противоречивой личности трагического мироощущения. Анализ образов предпринимателей XIX в. может способствовать формированию имиджа современного делового человека как регулятора массового отношения к предпринимателям и предпринимателей друг к другу.

Ключевые слова: предприниматель, купец, экономические представления, художественный образ, воплощение идеала, прототип, аксиологические принципы.

SOCIO-CULTURAL PERSPECTIVE THE IMAGE OF THE ENTREPRENEUR IN RUSSIAN LITERATURES

¹Bakhor T.A., ¹Zyryanova O.N., ¹Lobanova O.B., ²Lukin V.A., ³Plekhanova E.M.

¹Lesosibirski Pedagogical Institute the agency of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia (662544, Krasnoyarski krai, Lesosibirsk, street Pobedi 42), e-mail: tamarales@mail.ru;

²The Siberian state technological University Lesosibirsk branch, Lesosibirsk Russia (662544, Krasnoyarski krai, Lesosibirsk, street Pobedi 29), e-mail: olga197109@yandex.ru ;

³Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V.P. Astafieva (660049, Krasnoyarsk, street Ada Lebedeva, 89) e-mail: plem9@mail.ru

The evolution of the image of the entrepreneur (merchant, merchant, industrialist) in Russian literature of the late XIX - early XX centuries is examined. We tried to determine the value of this image for understanding of axiological principles of Russian literature, and Russian society, the entire national culture. Analyzing the images of the merchants in the image A. Ostrovsky, A. Goncharov, A. Chekhov, the authors pay attention not only to the content of entrepreneurial activity, but also moral and behavioral characteristics of this class representing the values of the personality, reflecting the socio-cultural aspects of the development of society. The traditional idea of the entrepreneurs of nineteenth century based on carrying their type of activity (purchase - sale) to their relationships with people. In the late XIX - early XX centuries in the literature there is a tendency of the image of the entrepreneur as a controversial personality with tragic attitude to life. Analysis of images of entrepreneurs of the nineteenth century can contribute to the formation of the image of the modern businessperson as a regulator of mass attitudes towards entrepreneurs and entrepreneurs to each other.

Keywords: entrepreneurs, merchants, economic performance, artistic image, the embodiment of an ideal, prototype, axiological principles.

Сегодня предприниматели как никакая другая социальная группа, находятся в центре общественного внимания. В условиях рыночной экономики от предпринимателей зависит развитие производства и инфраструктуры, занятость и весь комплекс производственных отношений. С конца XX в. предприниматель как тип прочно занимает свое место в

социально-экономической системе общества, с которым в обществе соотносится определенный склад сознания и тип культуры. Предпринимательство в осознании читателей ассоциируется не только с содержанием его деятельности, но и с устойчивыми нравственно-поведенческими принципами, свойственными предпринимателям. Ценностные ориентации личности являются важнейшими среди социально-культурных аспектов развития общества. Важно подчеркнуть, что экономика России в будущем должна стать более духовной, патриотичной и нравственной, т.к. предприниматель влияет на жизнь огромного количества людей, обладает большой экономической властью, действует в условиях конкуренции, что неизбежно приводит к ситуации нравственных выборов. Именно поэтому развитие духовно-нравственных ориентиров будущего и состоявшегося предпринимателя, возвращение духовно-нравственных личностных качеств должно быть сегодня в центре внимания [4].

О важности исследования личности предпринимателя свидетельствуют многочисленные исследования, в которых авторы затрагивают различные аспекты этой проблемы:

- речевой портрет предпринимателя (Т.А. Милехина и др.);
 - социально-психологический портрет предпринимателей (Н.Ш. Акаева, О.А. Басова, А.Н. Захарова, В.С. Марченко, Е.А. Панченко, Л.В. Селиванова и др.);
 - нравственные основы культуры личности предпринимателя (В.А. Лукин, О.А. Семерич, Е.М. Плеханова и др.);
 - личность предпринимателя (И.М. Антонов, Е.Ю. Докукина, С.В. Мещерякова и др.);
 - образ предпринимателя в истории: купечество (Г.А. Рыкина, Н.В. Харсеева), предпринимательство в XVI-XVII вв. (Э.Л. Дубман), предпринимательство в XVIII-XIX вв. (Р.М. Кублов, Д.Е. Расков, О.В. Ушакова), предпринимательство конв XIX – начала XX вв. (Е.А. Архипова, Л.В. Васильева, С.В. Ганкина, С.В. Кольчугина, Н.И. Таиров, В.А. Сущенко, Н.А. Шеховцова и др.), меценатство и благотворительность предпринимателей (О.К. Павлова, Н.А. Филаткина, О.Б. Шапошникова и др.), предприниматель периода НЭПа (В.В. Бахтин, Т.А. Иданова, С.А. Пахомов, Г.А. Череминисов и др.).
- В своих исследованиях авторы подчеркивают, что эта социальная группа общества ассоциируется с определённым внешним видом, особенностями речи, характерным поведением, умением принимать важные решения. Особый интерес представляют исследования личности предпринимателя в русской литературе конца XIX – начала XX в. Этой проблеме посвящены исследования А.Я.Кравчука, Э.Ф.Макаревича, Т.А. Милехиной и др. Выбор хронологических рамок исследования не случаен: вторая половина XIX-начала XX вв. – период времени российской истории, когда капитализм достиг высокого уровня развития. В этот переломный период представляет особый интерес изучение социокультурных процессов, протекающих в

обществе. Наше внимание привлекает образ представителя новой социальной группы того времени – предпринимателя-торговца с типичными занятиями, бытовыми и общественными традициями, политической ориентацией и ролью в общественной жизни. Сложившаяся социально-экономическая ситуация двух эпох в России (конец XIX – начало XX вв. и конец XX – начало XXI вв.) имеет некоторые общие характеристики. Отметим, что полного совпадения с характером тех преобразований, которые происходили в России в конце XIX – начале XX вв. нет хотя бы потому, что за прошедший век само мироустройство претерпело важнейшие изменения. Однако о некоторых аспектах, характеризующих аналогичность периодов истории России конца XIX – начала XX вв. и конца XX – начала XXI вв., можно говорить: развитие рыночной экономики, преобладание частной собственности, реформирование разных сфер общественной жизни.

В художественном литературном произведении «экономические отношения не менее важны, чем нравственные, социальные и др.» [5]. Первыми предпринимателями на Руси стали купцы (торговцы, негоцианты), чьи нравственные принципы и правила поведения отражены уже в первых произведениях русской литературы XVII в. Уже Симеон Полоцкий (1629-1680) в стихотворении «Купецтво», описывая 8 грехов купцов, утверждает: «Чин купецкий без грехов едва может быти». Так, с самого начала в сознании читателей образ купца соотносится с ложью, обманом, клятвопреступлением, разбоем и т.д. Правда, уже В.А. Крылов в 1830 г. басне «Купец» указывает на то, что пороки купцов – отражение пороков всего общества: «Почти у всех во всем один расчет://Кого кто лучше проведет, //И кто кого хитрей обманет». Таким образом, психологическая культура купечества как сословия предпринимателей в языковой картине мира [10] соотносится с обманом и хитростью.

Традиция осуждения предприимчивых людей преобладала и в XIX веке, хотя в русские писатели, отражая историческую реальность, стремились к созданию образов предпринимателей, совмещающих противоречивые черты, положительные и отрицательные. Чаще всего купец изображался как тип, индивидуальность же авторами игнорировалась. Эта же тенденция проявляется и в изображении купеческого мира А.Н. Островским, «Колумбом Замоскворечья», в таких пьесах, как «Банкрот», «Гроза» и «Бесприданница», включенных в школьные хрестоматии и формирующих у обучающихся определенные психологические штампы. Слово «купец» воспринимается читателями в контексте следующего ассоциативного поля; кураж, кутеж, деньги, «темное царство», спесивый, чванливый [9, 137]. По мнению исследователей, «содержание концепта «купец» включает в себя в массовом сознании перенесение вида деятельности купечества на характер его отношений с людьми, где всегда присутствует (явно или в подтексте) момент купли – продажи» [2, 83]. Следовательно, «торговая деятельность купечества, те необходимые качества человека,

которые обеспечивали ее успех и т.д., очевидно, менее всего интересовали драматурга» [2, 95]. Убеждения героев А.Н. Островского в том, что «каждая вещь имеет свою цену» или «найду выгоду, так все продам, что угодно», отражает важнейший аксиологический принцип жизни купца (торговца), его отношения к миру и людям.

С выходом русских предпринимателей на более широкую социальную арену, русские писатели второй половины XIX в. стремятся изображать многогранными характеры своих героев, владельцев разнообразных и многочисленных предприятий. Таковы предприниматели в романах И.А. Гончарова, который пытается органично сочетать в своих героях деловые качества, светскость и способность к чувствам. Известно, что представление о содержании предпринимательской деятельности, о том, каким должен быть предприниматель, сформировалось у Гончарова в детстве и юности. В романе «Обыкновенная история» воплощен идеальный предприниматель, законным путем приобретший значительный капитал. Но писателя интересует не столько успешная профессиональная деятельность Петра Адуева как владельца фарфорового завода, сколько его интеллектуальные занятия («читает на двух языках все, что выходит замечательного по всем отраслям знаний, любит искусство, имеет прекрасную коллекцию картин фламандской школы, <...> часто бывает в театре...»), свидетельствующие, по мнению самого героя, о его богатом духовном мире. Но и в этом образе главным остается способность и готовность персонажа включать «в сферу товарно-денежных отношений все без исключения, даже чувства и личную жизнь других людей» [4]. Таким образом, утверждая честность, принципиальность, трудолюбие героя, автор критикует аксиологические принципы предпринимателя. Увлечение профессиональной деятельностью, признание принципа «по расчету» единственно верным приводит, как показывает повествователь, к саморазрушению героя и гибели его окружающих. Отсутствие душевной теплоты и искренности в отношениях Петра Адуева с женой приводят ее к серьезному заболеванию.

Попытка сочетать в персонаже практический ум, предпринимательскую хватку, порядочность с высокими душевными порывами представлена в романе «Обломов» в образе Андрея Штольца. В отличие от эгоцентризма Петра Адуева, Штолец признавал, что для него сфера сердечных переживаний была еще «terra incognita», поэтому он предпочитал продвигаться по ней вместе с Ольгой. И все же критики отказывали в жизненности и правдивости образу Штольца, честного предпринимателя, «деловые занятия которого, по словам А.В. Дружинина, покрыты "мраком неизвестности"». Такое недоверие читателей сер. XIX в. к честному и порядочному предпринимателю Штольцу можно объяснить тем, что «для русской ментальности буржуазность являлась началом, исключаящим духовные ценности, приоритет которых на протяжении долгого периода русской истории был

безусловен» [2, 85]. Представление об идеальном предпринимателе воплощено Гончаровым в романе «Обрыв» в образе Гушина, «чья артель служит моделью возможного приложения сил хватких, толковых предприимчивых людей», которые строят свой бизнес на русской почве без помощи «различных уловок и хитростей» [4].

Самым противоречивым, вызывающим споры у литературоведов и современных читателей, является образ Ермолая Лопахина, представленный в комедии А.П. Чехова «Вишневый сад». Лопахин не может жить без работы. Он предприимчив, удачлив в делах. Известно, что в первой постановке пьесы, осуществленной К.С. Станиславским в Московском художественном театре, при интерпретации Лопахина возобладала инерция традиционного восприятия предпринимателя как отрицательного персонажа. «Станиславский акцентировал грубость, неотесанность его натуры, его врожденное хамство. Затаенная злоба и желчь, прорывавшиеся в нем в момент экстаза или куража, раздражали Станиславского, он не скрывал своей неприязни не только к Лопахину, но ко всем купцам как к сословию, к их упертой сословной общности, которую он презирал. От которой убежал в искусство» [1]. И это несмотря на то, что сам Чехов в письмах О. Книппер и К. Станиславскому неоднократно указывал на первостепенное значение этого персонажа: «Роль Лопахина центральная. Если она не удастся, то, значит, и пьеса вся провалится. Лопахина надо играть не крикуну; не надо, чтобы это непременно был купец. Это мягкий человек» (письмо О.Л. Книппер, 30 октября 1903 г., Ялта); «Лопахин, правда, купец, но порядочный человек во всех смыслах, держаться он должен вполне благопристойно, интеллигентно, не мелко, без фокусов. Эта роль центральная в пьесе...» (К. С. Станиславскому, 30 октября 1903 г., Ялта). При этой характеристике Лопахина как «порядочного человека» нельзя не учитывать рассуждение Чехова о нравственности: «...нет ни низших, ни высших, ни средних нравственностей, а есть только одна, а именно та, которая дала нам во время оно Иисуса Христа и которая теперь мне, Вам мешает красть, оскорблять, лгать и проч.» (письмо Леонтьеву, 22 марта 1890 г., Москва). Вполне возможно, что и это имел в виду писатель, когда представлял своего героя. Также, на наш взгляд, заслуживает внимания мнение литературоведов о том, что Лопахин в «Вишневом саде» - самый близкий драматургу персонаж, в котором Чехов воплотил черты своей биографии: писатель «сам сын и внук рабов», «торговал в лавочке», «был неоднократно бит своим отцом», в 1892 г. «покупал имение Мелихово» и т.д. [7]. Может быть, поэтому Чехов хотел, чтобы роль Лопахина сыграл К. Станиславский- (в миру - купец Алексеев, мануфактурщик, фабрикант), который, будучи по происхождению и социальному положению купцом, предпринимателем, стал выдающимся деятелем русской культуры. Но режиссер отказался: «Не мог разделить чеховской симпатии к купцу и не хотел возродить купца в себе даже на сцене. Он не любил

в себе то, с чем боролся и что из себя выдавил» [7]. Для Чехова же важно было показать в своем герое не только «хищника», но и его «нежную душу». В первой постановке пьесы на сцене был Лопахин - хищник, тогда как его душа зрителю осталась неведома. В дальнейшем, особенно в годы Советской власти, не принято было изображать российских предпринимателей порядочными людьми: «Купец в советском театре всегда был Дикой и никогда Третьяков» [7]. Коренных изменений в интерпретации образа Лопахина не произошло, несмотря на то, что среди исполнявших его актеров были А. Миронов и В. Высоцкий, стремившиеся его «облагородить», придать личности Лопахина черты «цивилизованных купцов: Станиславского, Морозова, Третьяковых» [1]. Критики единодушно отмечают игру В. Высоцкого, у которого основным содержанием роли стала «любовь к Раневской», «исполинская сила безответной любви» [8, 97]. В постановке А. Эфроса, «лопахинская любовь ломала всю социологическую постройку. <...> Один только Лопахин и старался, и тщился ради Раневской спасти вишневый сад. Финальная катастрофа была губительна не для нее <...>, а для него- он ее теряет навеки» [8, 98]. Так, на наш взгляд, в духе Чехова был прочитан образ Лопахина, переросший социальные границы образа купца.

Не замеченной театральными режиссерами осталась способность предпринимателя быть деликатным в отношениях с почти нищими хозяевами вишневого сада, его готовность пожертвовать большим состоянием ради Раневской. Именно поэтому он снабжает Раневскую деньгами без всякой надежды на их возвращение. А когда он покупал на аукционе имение, то сверх того, что должны были хозяева банку, дал 90 тысяч: «Долг заберет банк, где имение было заложено. Все, что сверх долга, - получают владельцы. Он подарил им девяносто тысяч. (За полторы тысячи можно купить 40 гектаров с домом и прудом)» [7]. Получается, что Лопахин дает деньги хозяевам вишневого сада, не заставляя их играть роль жалких просителей. А ведь мог дать «в долг под проценты и забрать бы потом имение за неуплату» [7], но не сделал этого. Так "хищный зверь" уступает "нежной душе". Такого Лопахина, жертвующего своими деньгами ради дорогого человека, советские режиссеры по идеологическим соображениям не могли представить на сцене. Но именно такого предпринимателя создал Чехов и предлагал сыграть Станиславскому, воплотившему в своей жизни многие (не все!) принципы, свойственные Лопахину.

Анализ художественных образов предпринимателей (купцов, негоциантов, фабрикантов и др.), представленных в отечественной литературе, позволяет увидеть, как формировались в массовом общественном сознании их стереотипы, а также выработать механизмы, способствующие созданию привлекательного имиджа современного предпринимателя. На пути формирования культурного делового человека нового времени анализ образов предпринимателей в русской литературе позволит использовать

цивилизованные методы проведения экономических реформ, что повлияет на процесс построения экономически развитого общества. Обращаясь к трудам литературных классиков второй половины XIX – начала XX вв., мы видим, что с течением времени понятие о сущности предпринимательства видоизменилось, но неизменным осталась роль личности предпринимателя: свободной, инициативной, ответственной.

Список литературы

1. Бродская Г.Ю. Алексеев - Станиславский, Чехов и другие. Вишневоградская эпопея: В 2 т. – М.: АГРАФ, 2000. – Т.2. 1902-1950-е. – 590 с. URL: http://teatr-lib.ru/Library/Brodskaya/eroreya_2/ (дата обращения 12.12.2014).
2. Володина Н.В. Концепты, универсалии, стереотипы в сфере литературоведения: монография. – М. : Флинта : Наука, 2010. – 256 с.
3. Кравчук А.Я. Три слагаемых гончаровского идеала российского предпринимателя// Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке.–Выпуск №1 (17).– 2012. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tri-slagaemyh-goncharovskogo-ideala-rossiyskogo-predprinimatelya> (дата обращения 07.12.2014).
4. Лобанова О.Б., Лукин В.А., Плеханова Е.М. Представление современной молодежи о духовно-нравственных ориентирах предпринимательства // Перспективы науки. – 2013. - №7(46). – С. 13-16.
5. Лукин В.А., Бахор Т.А., Лобанова О.Б. Формирование начальных экономических представлений старших дошкольников при чтении сказок // Современные проблемы науки и образования. – 2013. - № 6; URL: www.science-education.ru/113-11794 (дата обращения: 12.12.2014).
6. Милехина Т.А. Образ предпринимателя в русской словесности // Вестник Оренбургского государственного университета. – Вып. 11. – 2005. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/obraz-predprinimatelya-v-russkoy-slovesnosti> (дата обращения 07.12.2014).
7. Минкин А. Нежная душа: «Не отчаивайтесь, мои дорогие, выход есть!». URL: <http://www.mk.ru/old/article/2011/04/18/694915-nezhnaya-dusha.html> (дата обращения 12.12.2014).
8. Рудницкий К.Л. Театральные сюжеты.– М.: Искусство, 1990.– 464 с.
9. Русский ассоциативный словарь / Под ред. Ю.Н. Караулова и др.– М., 1994.– Т.2.– С. 137.
10. Суворова П.Е. Конструирование культурных миров и языковая картина мира // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена.– 2008. - №78. – С. 143–154.

Рецензенты:

Шарифуллин Б.Я., д.фил.н., профессор, зав. лабораторией речевой коммуникации Лесосибирского педагогического института – филиала Сибирского федерального университета, г. Лесосибирск;

Алашкевич Ю.Д., д.т.н., профессор, заведующий кафедрой машин и аппаратов промышленных технологий, Сибирский государственный технологический университет, г. Красноярск.