

ОБРАЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В РУССКОЙ СЛОВЕСНОСТИ

В статье анализируется образ предпринимателя в русском историко-культурном контексте, в русской классике, современной художественной литературе, телевизионных фильмах, СМИ, в материалах опроса студентов СГУ. Доказывается, что сформированный в русском общественном сознании устойчивый стереотип негативного восприятия предпринимателя не отражает объективной реальности. Формулируется необходимость создания реального образа человека-собственника на основе положительных примеров отечественной истории.

В современном обществе России существует негативное восприятие предпринимательства, несмотря на то, что уже довольно большой слой населения занят в частном секторе экономики, несмотря на официально проводимую правительством политику поддержки малого и среднего бизнеса. Причиной негативного восприятия является не только известная нечестность многих предпринимателей, связи некоторых из них с криминалом, но и образ предпринимателя, представленный в художественной литературе и современном кинематографе.

В русской литературе, не только советской, но и дореволюционной, сложился целый ряд стереотипов в изображении предпринимателя, которые глубоко внедрены в сознание многих поколений россиян. К числу таких стереотипов относятся, например, осмысление мира предпринимательства как некоего «темного царства», моральное разложение, сопутствующее миру богатых, осуждение и отторжение дела отцов собственными детьми, отказ от богатства как нравственное противостояние социальному неравенству и так далее.

Коммунистическая пропаганда изрядно потрудилась, чтобы многократно утрировать именно такой облик предпринимателя-капиталиста, что и обусловило особенности преподавания русской словесности в средних учебных заведениях последнего столетия. Из всего многообразия классической литературы советская школа отбирала только те произведения, которые поддерживали бытование таких стереотипов, формировали и, надо признать, успешно сформировали такое представление о деятельности предпринимателей, промышленников, купцов у нескольких поколений школьников. Долгое время советской литературной критикой делался акцент на социальной, классовой природе предпринимательства, изображении предпринимателей как типичных представителей класса буржуазии. Именно так трактовались и объяснялись такие тексты литературной

классики, как «Гроза» и «Бесприданница» А.Н. Островского, «Фома Гордеев» А.М. Горького, «Молох» А.И. Куприна, «Вишневый сад» А.П. Чехова и многие другие [1, с. 127].

Такое осмысление образа русского промышленника и купца уничтожало саму идею предпринимательства как свободного творчества свободной личности. Акцент делался не на главном в человеке-предпринимателе, который, по В.И. Далю, *затекает исполнить какое-либо новое дело, приступает к совершению чего-либо значительного* [2, т. 3, с. 388], но на материальном, денежном эквиваленте работы предпринимателя – прибыли. Деньги в такой классовой трактовке перекрывали дело, становились его сущностью, олицетворением. *Было как бы трое Гордеевых – в теле Игната жили три души. Одна из них, самая мощная, была только жадна, и когда Игнат подчинялся ее велениям, он был только человек, охваченный только неукротимой страстью к работе. Эта страсть горела в нем дни и ночи. Он всецело поглощался ею и, хватая всюду сотни и тысячи рублей, казалось, никогда не мог насытиться шелестом и звоном денег. Он метался по Волге вверх и вниз, укрепляя и разбрасывая сети, которыми ловил золото; скупал по деревням хлеб, возил его в Рыбинск на своих баржах; обманывал, иногда не замечая этого, порою – замечал, торжествуя, открыто смеялся над обманутыми и, в безумии жажды денег, возвышался до поэзии. Но, отдавая так много силы этой погоне за рублем, он не был жаден в узком смысле понятия и даже иногда обнаруживал искреннее равнодушие к своему имуществу* [3, т. 2, с. 5].

Предпринимательская деятельность прочно ассоциировалась с целым рядом негативных характеристик человека, с моральным и нравственным разложением. Купеческое дело в таком осмыслении связывалось не только с обманом, эксплуатацией людей, но и с преступлениями разного масштаба, спектр которых был чрезвычайно широк. *Вот Лун Резников, – он*

начал карьеру содержателем публичного дома и разбогател как-то сразу. Говорят, он удушил одного из своих гостей, богатого сибиряка... Зубов в молодости занимался скупкой крестьянской пряжи. Дважды банкротился... Кононов, лет двадцать назад, судился за поджог, а теперь тоже состоит под следствием за растление малолетней. Вместе с ним – второй уже раз, по такому же обвинению – привлечен к делу и Захар Кириллов Робустов – толстый, низенький купец с круглым лицом и веселыми голубыми глазами... Среди этих людей нет почти ни одного, о котором Фоме не было бы известно чего-нибудь преступного [3, т. 2, с. 254].

Привычными атрибутами купеческой жизни стали в сознании россиян скандалы, безобразия, дикие выходки, кутежи, купеческий разгул и дебош. Но обыкновенной роскоши, обыкновенного мотовства этим неистовым детям природы было мало. Какой-то дикий разгул овладел всеми: на целые десятки верст дорога устилается красным сукном, чтобы только проехать на ней пьяной компании на бешеных тройках; лошадей не только поят, но даже моют шампанским; бесчисленные гости располагаются как у себя дома, и их угощают целым гаремом из крепостных красавиц [4, с. 23].

Глубокая религиозность, свойственная купечеству, осмыслялась как своего рода доступный и покупаемый за деньги способ замаливания грехов. Купец, живя и греша, чувствовал, что его счастье и благосостояние строятся на тех, кто слаб, беспомощен, несчастлив, и купцы не забывали этих несчастных, и, как в старину цари московские в известное время сами посещали тюрьмы и раздавали подаяния заключенным, так и в купечестве сохранился обычай к большим праздникам посылать в тюрьмы и места заключения подаяния – чай, сахар, калачи [5, с. 51].

Их нравственность, как следовало из художественных текстов, являла собой нравственность самого низкого формата, мораль формировалась в той же торговой парадигме «все продается и покупается», культура была низведена до уровня лубочной картинки. Девками торгует. С дочерью спал. У меня 30 целковых выманил. У меня 100 ограбил [6, т. 1, с. 187]; ... что человек, что зверь – одно, и внутренность одна и закон один. Оно, правду сказать, так: либо ты держи за глотку, дави, либо упусти – тебе зубы всодят в глотку. Середки нету [6, т.1, с. 302].

Разумеется, многое из названного имело место в жизни России, но было скорее исклю-

чением из правил, чем нормой, язвенным наростом на теле здорового и сильного нарождающегося русского капитализма. Именно явления такого порядка своей необычностью, возможно, и привлекали внимание писателей. Однако купец-самодур, пьяница и развратник были скорее исключением на ином общем фоне. У того же Островского русский купец и промышленник не всегда предстает отрицательным героем («Последняя жертва», «Не в свои сани не садись»), но эти пьесы не анализируются в школьной аудитории. Даже хрестоматийным Горькому и Серафимовичу приходится уважительно признать мощное лидерство русского купечества в деле обустройства русской хозяйственной и экономической жизни: *Фабриканты, судостроители, торговцы, еще вчера бесправные, смело занимали в жизни место рядом с дворянством. Крестьянская масса, выдвигая таких людей, как бы демонстрировала этим силу и талантливость, скрытую в ней, массе. Но дворянская литература как будто не видела, не чувствовала этого и не изображала героем эпохи волевого, жадного до жизни, реальнейшего человека-строителя, стяжателя, «хозяина»* [3, т.16, с. 253].

С литературными произведениями, в которых мир русского купечества представлен иначе, россияне получили возможность познакомиться совсем недавно, да и то по выбору учителя. К ним относится, например, роман И.С. Шмелева «Лето Господне», в котором создан положительный образ русского предпринимателя, подрядчика Сергея Ивановича. Дело составляет самую сущность жизни главного героя романа, предмет его особой гордости. И если ради дела необходимо лишиться прибыли, не заработать, а наоборот, потратить свои собственные сбережения, это естественно, потому что основное в его деятельности – работа на благо общества. Главный принцип его жизни – не обижать людей и жить по совести, в соответствии с божьим законом. Люди, которые работают на предпринимателя, осмысляются им как часть его большой семьи. Сергей Иванович – ярый противник пьянства, он хороший семьянин. В романе Шмелева деньги занимают значительное место, отношение к ним – уважительное, любовное. Деньги приобретают в романе некоторые характерные дополнительные смыслы: инструмент управления людьми, служащий преимущественно для поощрения работников, средство для тайной благотворительно-

сти. Особенно важен в этом смысле образ «жилетного кармашка», в котором Сергей Иванович всегда носит мелочь для своих работников. Горкин доволен, что ребята так деликатно себя оказывают. Говорит мне, что этого за денежки не купишь, душой любят. И отец рад ребятам. Привык к народу, три недели не видал, соскучился. Без пути не балует, под горячую руку и крепким словом ожжет, да тут же и отойдет, никогда не забудет, если кого сгоряча обидел: как уезжать, тут же и выкликнет, весело так в глаза посмотрит, скажет: «Ну, кто старое помянет...» И всегда пятиалтынный-двугриженный нашарит в жилетном кармашке, – «Валяй!» – скажет, – «только не валяйся» [7, с. 297]; ...с папашеньки пример бери... не обижай... никогда людей. Василь Василчу четвертной билет выдал для говенья... мне тоже четвертной, ни за что... десятникам по пятишине, а работникам по полтиннику, за снег. Так вот и обходишь с людьми [7, с. 618].

Однако такой, положительный образ предпринимателя, имеющий глубоко русскую, христианскую, нравственную сущность, не доступен сегодня массовому читателю. Массовый читатель либо воспитан произведениями Островского, Горького, Серафимовича, либо – молодое поколение – ориентируется на современные, часто псевдохудожественные, но имеющие широкое распространение литературные тексты.

Истинные черты российского предпринимательского класса, лучшие представители которого имели и цепкий ум, и знание экономической конъюнктуры, были инициативны и очень предприимчивы и, самое главное, прекрасно осознавали связь между личным благополучием и общественными интересами, показаны в мемуарной документалистике и в справочно-биографических изданиях последнего времени («Русские Медичи», «Русские миллионщики», «1000 лет русского предпринимательства», «Предпринимательство и предприниматели России от истоков до начала XX века», «Деловой мир России», «Во благо России», «Москва купеческая») [8].

Выдающиеся представители русского купечества были безусловными фанатиками своего дела. Они буквально жили ради своего дела. Дело организовывало и подчиняло себе жизнь этих людей. Савва Тимофеевич Морозов, хозяин Орехово-Зуевской мануфактуры, знал на своем предприятии каждую нитку, каждое движение

рычагов, пробовал прочность пряжи, засовывая руку в самую гущу шестеренок, вынимал ее оттуда невредимой, учил подростков, как нужно присучивать оборванную нитку. К нему подходили инженеры, мастера, рабочие, о чем-то его спрашивали неслышными сквозь стук голосами, он отдавал какие-то распоряжения, писал записки, указывал куда-то руками, похлопывал рабочих по плечу и угощал папиросами из большого кожаного портсигара [9, с. 186]. Двери кабинета в банке Алексея Ивановича Путилова открывались в самую раннюю пору, а свет в окнах гас далеко за полночь, но это не означало, что хозяин отправился отдыхать, он только менял место работы, теперь в его доме, в кабинете продолжалось дело порой до рассвета. Ведь за каждым документом стояли тонны цемента, табака, сотни верст железных дорог, миллионы рублей. Каждую бумагу надо было изучить, обдумать, обсчитать [9, с. 329]. О работе Петра Ионовича Губонина, известного железнодорожного строителя, ходили легенды. Понимающий инженер, осмотрев сделанную им дорогу, мог сказать: «Губонина глаз смотрел, его рука!» [9, с. 348]. Ефим Федорович Гучков, владелец шерстопрядильной фабрики, не оставлял без внимания, указаний и замечаний ни одну из сторон сложного механизма управления фабрикой. Впоследствии многие из служащих Гучкова сами сделались купцами и составили себе значительные состояния [9, с. 157].

Для организации и поддержания крупного промышленного или торгового предприятия требовались недюжинный ум и большие управленческие и инноваторские, как сейчас бы сказали, способности. Федор Алексеевич Гучков первым в Москве начал производить шали наподобие турецких и французских – из шерсти, шелка и бумаги. Незаурядные организаторские способности Алексея Ивановича Абрикосова проявились в создании четкой инфраструктуры его кондитерской империи. Фруктовый сад в Крыму производил сырье для изготовления конфет и сладостей. На фабрике в Симферополе производились полуфабрикаты, которые поставлялись в Москву. Оборот компании рассчитывался на три года – доход, полученный от деятельности в первый год, только после трехлетнего срока становился чистой прибылью. Каждые десять лет фабрика полностью обновлялась, чтобы поменять свое оборудование и, следовательно, улучшить качество продукции [9, с. 93].

Работать будущие купцы и промышленники начинали, как правило, в раннем возрасте. Многие из них, как, например, Петр Арсеньевич Смирнов, основатель династии производителей «столового вина №21», были мальчишками для поручений в купеческой лавке или мальчишками на побегушках в трактире. *В лавке мальчишки не имели ни минуты отдыха, наказывали и били их все, кому не лень, начиная с хозяев и кончая дворниками: заступиться за них было некому. По строго заведенному порядку мальчишки, придя домой, тотчас снимали с себя платье и сапоги и облачались в посконные грязные халаты, подпоясывались веревками, на ноги надевали опорки. В таких арестантских нарядах они приступали к своей работе. Таскали воду, чистили платье и сапоги хозяевам и приказчикам. Оправляли и зажигали лампы, чистили и ставили многочисленные самовары, кололи дрова, катали белье. Спали на нарах, на тюфяках, набитых соломой.* [9, с. 167].

Для большинства известных русских купеческих династий характерна прозрачность источников дохода. Например, основатель Трехгорной мануфактуры С.И. Прохоров в течение нескольких лет отказывал себе во всем, чтобы сколотить небольшой капитал и начать новое дело. Основатель товарищества «Братья Елисеевы», крупнейший поставщик иностранных вин в Россию, родоначальник династии ярославский мужик Петр Елисеев был крепостным садовником у графа Шереметьева, откупился и, добравшись до столицы с коробом товара за плечами, начал торговать мелочью с лотка [9, с. 199].

Русское купечество за редким исключением являлось носителем самых высоких нравственных христианских категорий: порядочность, скромность, воздержание от питья и сквернословия, строгий, чтобы не сказать патриархальный, образ жизни. Купеческие семьи, как правило, были большими, например, А.И. Абрикосов имел 8 сыновей и 14 дочерей [9, с. 95]. Биографии знаменитых купеческих династий пестрят такими характеристиками, как: *не мог терпеть сквернословия и неблагопристойных разговоров; никогда не употреблял никаких хмельных напитков; не мог жениться повторно из-за любви к своим детям* [9, с. 86]. Жена одного из купцов, винооторговца С.И. Прохорова, не могла молиться за успех торгового предприятия мужа, так как это значило бы желать народу больше пить и через это разоряться [9, с. 131].

Характерно отношение предпринимателей к находящимся у них в подчинении людям: *«При открытии Казанского стеаринового завода мы братски делили со своими сотрудниками труды, – вспоминал П.К. Крестовников, – а в досужее время – и удовольствие. Мы составляли как бы одну семью. Обедали за общим столом, и, помнится, на меня была возложена обязанность метродотеля, которую я исполнял, если не ошибаюсь, безупречно»* [9, с. 106].

Владение собственностью было неразрывно связано с целым рядом общественных обязанностей. Предприниматели были попечителями больниц, училищ, детских приютов, комитетов призрения, опекунских советов благотворительных организаций. Общеизвестна роль купечества в русской культуре, благотворительности, их широкое и щедрое меценатство.

Однако ни мемуарная литература, ни исследования историков широкому читателю неизвестны, в их сознании господствует созданный классической русской литературой негативный образ предпринимателя.

Современное общество, оказавшееся в ситуации необходимости освобождения частной предпринимательской инициативы, столкнулось с общественным неприятием и даже отторжением такого рода деятельности. Формирование положительного образа предпринимателя приобрело характер государственного заказа. Так, преподаватели, работающие в финансово-экономических вузах, вынуждены при подготовке специалистов современного экономического профиля – менеджеров, управленцев ориентироваться на западные, чаще всего американские стандарты и ценности, хотя в прошлом нашего собственного государства этот положительный опыт существовал, и не одно столетие, как и образ предпринимателя, купца, промышленника и шире – русского делового человека.

Современная литература пытается осмыслить процессы, происходящие в реальности, но серьезно и глубоко разобраться в них сумел, пожалуй, только А. И. Солженицын. В своем рассказе «На изломах» [10] писатель поставил диагноз происходящим в стране переменам, назвав основную особенность эпохи *купи-продай* *недельем*. Российский предприниматель, оказавшийся в условиях тяжелого прессинга перестройки, на самом высоком государственном уровне прикрывавшей реальную циничную вседозволенность обмана и беззакония, морально раздвоен. Его угнетает противостояние между нравствен-

ным долгом и условиями, принуждающими делать дело нечестным путем: *А успех как покатит – то только держись, волна взносит и взносит... А на душе гадко. Видно же, что вмазываешься в одно, другое, третье не вовсе чистое, а то и нечистое дело. А без этого не продвинуться. Но может быть – до некоторого рубежа, а потом удастся, став на ощутимых деньгах, эту грязь с себя стряхнуть, и дальше бы – только честно? Получить и проявить свободу действий? Если бы удалось – начал бы тогда делать и добрые дела: первое – школьному образованию помочь, может быть, где когда поддержать бастующих рабочих, чтоб своего добились, или, наоборот, поддержать полезный заводик, чтоб не развалился, вот сушку овощей сверхвысокими частотами? Живем не одним днем – где-то пожертвуем, а где-то выиграем. Только вряд ли когда вырваться из этих тягивающих прокрутов. По делам уже и таких грязнохватов коснулся – озноб от них [10, С. 569]. Герой Солженицына задает сам себе нелегкий вопрос: *И возможно ли у нас честное предпринимательство, когда именно и только его давит государство?* [10, с. 567] – и не получает на него ответа.*

Однако в массе своей современная литература рисует совсем другой образ предпринимателя, в котором самым ярким является криминальный компонент (см. произведения Акунина, Константинова, Белова и др.) [11]. Это представители теневой экономики, которые к реальному предпринимательству не имеют никакого отношения. Это бандиты, сущность дела которых – убийство, разбой, грабеж. Дела собственно-то и нет, поэтому оно скрыто, суть его цинично прячется. Типичные рабочие ситуации теневых бизнесменов: наезд, разборка, стрелка, важнейшая особенность их существования – опасность, страх смерти, наиболее приемлемый способ решения деловых проблем – пистолетный выстрел. Деньги – мерило всего в их жизни [12, с. 732].

Такая же ситуация складывается и в современном кино [13, с. 140]. Под давлением законов рыночной экономики, в силу социальных обстоятельств современного российского общества телевизионный экран заполнили киллеры и рэкетеры, воры в законе и бандиты-беспредельщики («День рождения Буржуя», «Next», «Бригада», «Антикиллер», «Бандитский Петербург»). Собственно предпринимателя, простого русского человека, желающего на свой страх и риск заняться частным бизнесом,

с его серьезными повседневными проблемами – столкновениями с налоговой инспекцией, непомерными налогами, выплатой дани представителям различных инстанций, взятками чиновникам разным рангов, растущей инфляцией, – на экране не увидишь. Такое зрелище слишком скучно и откровенно страшно смотреть. Установка же современного кинематографа – зрителя не расстраивать, а развлекать.

Таким образом, и современная литература и современный кинематограф оказались бессильными в изображении героя времени – человека-предпринимателя, нарождающегося частного собственника в силу двух обстоятельств: давления рынка и специфики современной ситуации – криминального характера экономики. Невозможно не заметить сходства современной ситуации в отношении к предпринимательству с советскими временами. Как тогда, так и сейчас эту профессию, сущность которой не обман, не нажива, не разбой, а тяжелый труд, и литература и кино представляют для массового читателя и зрителя, искажая действительность.

Положительный, привлекательный образ предпринимателя можно найти в современной публицистике, в периодических изданиях, посвященных вопросам деловой, экономической и политической жизни страны [14, с. 81]. Однако широкому читателю эта публицистика («Карьера», «Инфобизнес», «Компания», «Профиль», «Общественное мнение») неизвестна. Именно здесь предприниматель – это в первую очередь человек дела, но и в этом случае наблюдается определенная специфика. Основная задача прессы – создание образа нового человека, способного переделать окружающую действительность, что можно, безусловно, считать выполнением социального общественного заказа. Правда жизни ретушируется, игнорируются жесткие условия современной реальности: высокая стоимость хорошего образования, протекционизм, различные условия жизни в регионах страны и т.п.

Поэтому среди молодежи, о чем свидетельствуют результаты проведенного среди студентов Саратовского университета опроса, распространено негативное отношение к предпринимательству, и студенты не выражают желания стать предпринимателями. На вопрос, хотите ли вы быть предпринимателем, 12 человек из 15 ответили отрицательно. Среди мотивировок

отказа имеют место различные факторы экономического, психологического и социального характера. Экономическими факторами выступают: *отсутствие стабильного заработка, мифические доходы, низкий уровень развития экономики, большой риск начала нового дела*, так как, по мнению опрошенных, *в бизнесе остается только 30% людей, остальные прогорают в первый месяц работы*. Психологические факторы: *особый склад характера, отсутствие необходимых для профессии предпринимателя качеств – честолюбия, целеустремленности, контактности, активности, сильного характера*. Социальные факторы: *не нравится этот вид деятельности, так как связан с получением выгоды, не хочу быть предпринимателем, так как нельзя в этом виде деятельности быть честным*.

В том, как студенты ответили на вопрос: *предприниматель – это кто, по вашему мнению?* – проявилось представление молодых людей о том месте, которое занимает человек этой профессии в обществе. Некоторые высказали сомнения вообще в существовании в России такой профессии: *в нашей стране понятие «предприниматель» имеет искаженное значение; начинающим предпринимателем быть в России невозможно*. Другие отметили неprestижность этой профессии: *предприниматель – торгош, что мне о нем говорить; в предприниматели идут те, у кого нет образования, поэтому нет большие никакого выбора*. Третьи прямо написали, что предприниматель занимает униженное положение в обществе: *предприниматель выступает в роли терпильи везде – во всех фильмах; я не знаю ни одного современного фильма или книги, где бы был герой-предприниматель. В основном в последнее время фильмы идут либо на блатную тематику, либо про спецслужбы, либо про супергероев-одиночек. А предпринимателям в них место только как стручку, из которого вынимают деньги, либо противнику закона, который укрывается от налогов, а то и вовсе обиженный, пострадавший, за которого все сделает супергерой*. Реальный же портрет предпринимателя ребята дали не в письменных анкетах, а в устном диалоге: *знает, кому давать деньги, правильно общается с верхними людьми, и тогда едет за границу, отдыхает, живет шикарно*.

11 человек из 15 опрошенных считают, что главным в профессиональной деятельности предпринимателя является *зарабатывание денег, получение дивидендов, прибыли, выгоды, по-*

лучение меньшими усилиями больших денег, некий объем прибыли или убытков, получение высокого дохода, направление работы главным образом на заработок денег. Только один студент написал, что предприниматель – *это человек, который ищет новые идеи, зарабатывает, изобретая новые и интересные идеи, находится в движении параллельно развитию рынка*.

Самым распространенным качеством предпринимателя студенты считают *предприимчивость* (10 упоминаний). 8 раз упоминаются смелость, решительность, способность к риску: *волевой; собранный; решительный; жесткий; рискованный в меру; устойчивый к стрессовым ситуациям; верно реагирующий на нестандартные ситуации; приспособленный к современным условиям рынка и государства*. На третьем месте (7 упоминаний) располагаются организаторские способности предпринимателя: *умение руководить; грамотное руководство; умение заставить работать других; умение подбирать кадры*. Далее отмечаются такие качества, как *умный* (6 раз) и *честолюбивый* (3 раза). Особо надо отметить, что только по одному разу отмечены такие свойства, как *любовь и понимание своего дела; желание и возможность много работать; четко представлять свою работу*. Только один человек из пятнадцати считает, что предприниматель должен быть *воспитанным*, только один из пятнадцати думает, что он должен быть *интеллигентным* (*предприниматель должен быть ... в идеале с высшим образованием, интеллигентным*), только один написал, что предприниматель *должен быть честным, хотя это очень наивно, честные предприниматели быстро банкротятся*.

Таким образом, в языковом сознании современного молодого человека, студента понятие *предприниматель* ассоциируется прежде всего с волевой составляющей личности человека, с умением приспособливаться, рисковать, учитывать ситуацию и очень редко со способностью знать, понимать и любить дело. Очень тревожит также представление об абсолютной свободе предпринимателя от честности, которую информант практически приравнивает к наивности. Многозначительна также оговорка одного из студентов о том, что *предприниматель в идеале должен быть интеллигентным*, то есть в реальности таковых он не видит. Проявление навязанного стереотипа, что является результатом влияния кинофильмов, заключается в нежелании студентов быть предпринимателя-

ми, так как роль предпринимателя в современном российском обществе малопрестижна, а главное в работе предпринимателя – деньги и шикарная жизнь.

Данные, полученные с помощью анкеты, целесообразно сопоставить с данными социологов и экономистов. Так, по мнению социологов, только 34% российских бизнесменов отмечают первостепенность богатства в своей деятельности, тогда как главная мотивация их жизнедеятельности – профессиональные ценности (73%). На первом месте для них не прибыль,

но возможность иметь собственное дело [15, с. 259]. По мнению же студентов, *предприниматель – это человек, зарабатывающий деньги*. Таким образом, сущность предпринимательства в сознании предпринимателей и в созданном словесным искусством образе, навязываемом обществу, принципиально различна, а глянцевого журнала, где этот образ положительно представлен, воспевается, население не читает.

Вместе с тем бизнесмены разные, и новые русские – это вовсе не большинство, они отнюдь не характеризуют весь этот слой людей.

Список использованной литературы:

1. Милехина Т.А. Образ предпринимателя в контексте ценностных изменений российского общества // Русский язык: исторические судьбы и современность: 2-й Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы. – М., 2004.
2. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М., 1956.
3. Горький М. Фома Гордеев // Горький М. Собр. соч. в 16-ти томах – М., 1997.
4. Мамин-Сибиряк Д.Н. Приваловские миллионы: Избранные сочинения – М., 1949.
5. Белоусов И.А. Ушедшая Москва: Воспоминания. – М., 2002.
6. Серафимович А.С. Город в степи // Серафимович А.С. Собрание сочинений в 4-х томах – М., 1978.
7. Шмелев И.С. Лето Господне // Шмелев И.С. Избранное. – М., 1989.
8. Самые знаменитые предприниматели России. – М., 2003; Бурышкин П.А. Москва купеческая. – М., 1990.
9. Самые знаменитые предприниматели России. – М., 2003.
10. Солженицын А.И. На изломах // Солженицын А.И. На изломах. Малая проза. – Ярославль, 2000.
11. Акунин Б. Сказки для идиотов. – М., 2003; Константинов А. Бандитский Петербург: Адвокат. Судья. Журналист. – М., 2000; Белов А. Бригада. – М., 2003.
12. Милехина Т.А. Новый слой общества и его речь // Предложение и слово. – Саратов, 2002.
13. Милехина Т.А. Предприниматель на телевизионном экране // Проблемы речевой коммуникации: Вып. 3. – Саратов, 2003.
14. Милехина Т.А. Образ предпринимателя в деловой публицистике // Проблемы речевой коммуникации: Вып. 2. – Саратов, 2003.
15. Кравченко А.И. Социология для экономистов. – М., 2000.