



*На правах рукописи*

**ХАРСЕЕВА Цаталня Вячеславовна**

**МОСКОВСКОЕ КУПЕЧЕСТВО  
НА РУБЕЖЕ XIX-XX ВЕКОВ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ**

специальность 24.00.01 - теория и история культуры

**АВТОРЕФЕРАТ**  
**диссертации на соискание ученой степени**  
**кандидата культурологини**



Краснодар 2009

Работа выполнена в Краснодарском государственном университете культуры и искусств на кафедре теории и истории культуры.

**Научный руководитель:** доктор философских наук, профессор  
Волкова Полина Станиславовна.

**Официальные оппоненты:** доктор культурологии, профессор  
Павелко Надежда Николаевна;

кандидат культурологии  
Жуков Григорий Владимирович.

**Ведущая организация:** ФГОУ ВПО «Южный федеральный  
университет»

Защита состоится «3» марта 2009 г. в 15 часов на заседании диссертационного совета Д. 210.007.02 по специальности 24.00.01. - «Теория и история культуры» (философия и культурология) в Краснодарском государственном университете культуры и искусств по адресу: 350072, Краснодар, ул. 40-летия Победы, д. 33, ауд. 116.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Краснодарского государственного университета культуры и искусств.

Автореферат разослан «30» января 2009 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор философских наук,  
профессор



В.И. Лях

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** На сегодняшний день формирование хозяйственной культуры в России тесно связано с проблемой определения пути экономического развития страны: ориентироваться на западный образец или делать ставку на сохранение национальной специфики. Время показало, что многие страны (Япония, Тайвань, Северная Корея, Гонконг, Сингапур и др.) достигли достаточно высокого экономического статуса, совмещая традиционные культурные ценности с активным освоением западных технологий.

Соответственно, чтобы сохранить собственный социокультурный облик, России не стоит увлекаться заимствованием этических норм и регулятивов предпринимательской культуры из стран Запада. Становление современной хозяйственной культуры невозможно без серьезного и вдумчивого изучения прошлого своей страны, в том числе опыта московского купечества 80-х годов XIX - начала XX века.

Данный период выбран не случайно. Во-первых, это время, когда произошел распад традиционного, аграрно-патриархального устройства страны и началось формирование нового типа индустриального общества, а вместе с ним и особой социокультурной прослойки - русской деловой элиты. Во-вторых, будучи событийно многообразным, рассматриваемый период остается, тем не менее, еще малоизученным. Имеется в виду тот факт, согласно которому история купечества - одна из самых поучительных и ярких страниц нашей культуры - долгое время замалчивалась, либо грубо искажалась. В-третьих, с событиями конца XIX - начала XX века перекликаются и проблемы современной России, вследствие чего социокультурный опыт русского купечества, его образ и стиль жизни, ценностные ориентации, традиции, деловые качества, особенности предпринимательской культуры, морально-нравственные устои, быт приобретают особое значение. Наконец, интерес к периоду конца XIX - начала XX века представляется важным с точки зрения сохранения культурной памяти сегодняшних поколений россиян, для которых имена многих лучших представителей купечества ушедшей эпохи остаются неизвестными.

Актуальность исследования, таким образом, определяется необходимостью изучения хозяйственной культуры московского купечества как одной из исторических форм культуры зрелого производительного предпринимательства. Современность и своевременность подобного исследования в эпоху глобализма заключаются еще и в том, что от достойного, культурного, цивилизованно функционирующего предпринимательства зависит становление эффективной рыночной системы, способной вывести Россию на путь динамического экономического роста и социального прогресса.

Помимо этого, обращение к социокультурному анализу московского купечества рубежа XIX-XX веков представляется актуальным и в связи с необходимостью стабилизации социально-экономического положения в стране, когда остро встал вопрос о ценностном, нормативном, мотивационном обосновании экономического развития. Его значимость особенно заметна на фоне реформирования российской экономики, а также существенной модификации социокультурной

структуры нашего общества, что привело к резкому росту числа хозяйствующих субъектов, и прежде всего предпринимателей малого, среднего и большого бизнеса. Станут ли они так называемым средним классом - покажет будущее. Но очевидно одно: развитие предпринимательской деятельности требует не только адекватной финансовой, правовой, экономической инфраструктуры, но и, в первую очередь, соответствующей хозяйственной культуры.

**Степень научной разработанности проблемы.** Первые работы, посвященные проблеме развития культуры хозяйства и социокультурного формирования предпринимателей, появились еще до революции. Так, Е.П. Карнович в книге «Замечательные богатства частных лиц в России» (1874), помимо биографических сведений о богатейших людях страны и об особенностях российского делового мира, приводит статистические наблюдения, связанные с уровнем участия тех или иных сословий в предпринимательстве. В работах К.А. Пажитнова, А.О. Ерманского, А.А. Котлакова подробно рассмотрено становление российского предпринимательства и степень политической организованности буржуазии в конце XIX - начале XX в. Экономическое развитие России с марксистской точки зрения представлено в книге Г.В. Плеханова (Н. Бельтова) «К вопросу о развитии монистического взгляда на историю» (1895). В 1898 году выходит книга В.И. Ленина «Развитие капитализма в России», в которой дается подробная характеристика промышленной революции в пореформенной России, показывается значение рынка в формировании капитализма, исследуется создание комплекса отечественных отраслей тяжелой индустрии, крупномасштабной сети железных дорог, модернизация промышленности в период 90-х гг. XIX века.

Теоретические концепции взаимодействия культуры и хозяйственной деятельности разработали такие отечественные философы, как Н.А. Бердяев, С.Н. Булгаков, В.В. Зеньковский, П.А. Флоренский, С.Л. Франк, Н.Н. Алексеев и др. В созданной отечественными мыслителями философии хозяйства первое место в предпринимательской деятельности отводилось духовным потребностям человека, христианской любви, памяти о его высшем предназначении и служению высшим ценностям. Данные положения нашли свое выражение не только в различных областях культуры, но и в русской экономической науке.

Идею комплексного подхода и системности в изучении социально-экономической проблематики, в том числе и вопросов предпринимательства, выдвигали такие ученые, как И.Т. Посошков, А.В. Суворов, Н.П. Гиляров-Платонов, М.И. Туган-Барановский, П.А. Берлин, Н.Х. Бунге, Д.И. Менделеев, П.В. Воронцов, П.Б. Струве, И.И. Янжул, Н.Д. Кондратьев, А.В. Чаянов и др.

Социокультурные проблемы предпринимательства рассматривали в своих работах М. Вебер, Д. Рикардо, Э. Дюркгейм, Дж. С. Милль, В. Зомбарт, М. Оссовская, Й. Шумпетер, Д. МакКлелланд, А. Смит, Ф. Хайек, Э. Фромм, Р. Мертон и др.

Анализ влияния культуры на экономическое действие осуществляют в своих работах А.Г. Аганбегян, В.И. Бахштановский, В.Н. Сагатовский, Ю.В. Селонин, Д.Н. Приходько, С.С. Шагалин. При этом понятие «хозяйственная культура» оказывается в центре внимания В.А. Сапрыкина, а также Н.Н. Зарубиной и В.В. Радаева, которые отождествляют данное понятие с экономической культурой. В

частности, Н.Н. Зарубина рассматривает хозяйственную культуру как «систему ценностей, смыслов, символов, знаний, традиций, обеспечивающих мотивацию и регуляцию хозяйственной (производственной, предпринимательской, финансовой, коммерческой и т.д.) деятельности, определяющих форму ее осуществления, а вместе с тем и восприятия ее обществом»<sup>1</sup>. В.В. Радаев под «хозяйственной культурой» понимает совокупность профессиональных знаний и навыков, хозяйственных норм, ценностей и символов, необходимых для самоидентификации и выполнения самых разнообразных хозяйственных ролей<sup>2</sup>. По мнению Ю.Н. Попова, «хозяйственная культура той или иной нации представляет собой совокупность ценностей и норм, являющихся регуляторами хозяйственной жизни и ориентирующими ее субъектов на те или иные формы экономической активности. Хозяйственная культура реализуется в менталитете человека, формируя у него определенную «картину мира» - особый взгляд на мир хозяйства»<sup>3</sup>. Аналогичным образом и Р.В. Рывкина справедливо указывает, что экономическая культура - это «проекция» культуры на сферу социально-экономических отношений<sup>4</sup>.

Подробное рассмотрение экономической культуры в контексте отечественной истории представлено в трудах Т.И. Заславской, А.И. Пригожина и др.

Культуру предпринимательства российские исследователи изучают в нескольких направлениях. Г.Л. Бажев, В.В. Томилов отождествляют ее с корпоративной культурой; И.М. Модель, Б.С. Модель акцентируют внимание на профессиональной культуре, для развития которой от предпринимателя требуется знание профессиональной этики. О.Г. Леонова, вслед за М. Вебером, указывает на внутреннее ограничение предпринимательской активности, религиозные и духовные традиции.

Большой интерес представляют работы А.С. Ахизера, В.И. Бакштановского, Ю.В. Согомонова, Н.Н. Зарубиной, А.С. Панарина, К.Х. Замошкина, обобщающие исторический опыт российского предпринимательства и народного хозяйства и анализирующие его значение для решения современных проблем.

Влияние религии на хозяйственную жизнь исследуется в работах Т.Б. Коваль, М.И. Лапицкого, В.В. Керрова, В.П. Лизунова, В.А. Писемского и Ю.Н. Калашникова, И.В. Поздеевой, А.С. Проворихина, П.Г. Рындзюнского.

В связи с признанием предпринимательства в качестве важного инструмента социальных преобразований резко возрос интерес к его истории, увеличилось количество публикаций по данной проблематике, в числе которых можно назвать следующие: работы российских ученых, представленные в книге «Менталитет и культура предпринимателей России XVII-XIX ввек», изданной в Москве в 1996 г.; сборники статей, подготовленные на основе выступлений на конференциях, организованных факультетом менеджмента НИИМ СПбГУ «История предпри-

---

<sup>1</sup> Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М., 1998. С. 11.

<sup>2</sup> Радаев В.В. Экономическая социология: курс лекций. М., 1997. С. 80.

<sup>3</sup> Попов Ю.Н. Современная экономика и социология труда. М., 2003. С. 148.

<sup>4</sup> Рывкина Р.В. Экономическая культура: ее сущность и функции // Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина. Социология экономической жизни. М., 1991. С. 110.

нимательства в России: XIX - начало XX века» (2005, 2006, 2007).

Феномен московской благотворительности рассмотрен в работах Н.Г. Думовой, Г.Н. Ульяновой, А.Н. Боханова, С.А. Кабанова, Л.К. Кулевского, Н.Н. Молевой, И.В. Крылова. А.А. Глаголев в работе «Экономическая философия великих русских меценатов конца XIX - начала XX века» рассматривает религиозные основы русского меценатства и раскрывает особенности экономической философии русского купечества.

Такие ученые, как А.В. Михалков, С.Д. Мартьянов, И.В. Поткина, М.Л. Гавлин исследовали историю московского купечества, В.Б. Перхавко - московских купцов-строителей, Ю.А. Пестров собрал документы о личных состояниях крупных московских предпринимателей конца XIX - начала XX в., Ю.М. Гончаров изучил быт и образ жизни купеческой семьи второй половины XIX - начала XX в., А.П. Корелин сфокусировал внимание на дворянском сословии и торговом-промышленном предпринимательстве в пореформенной России. Работы Г.Н. Ульяновой, С.М. Садкова, М.К. Шацкило знакомят нас с духовным обликом и образом жизни предпринимателя конца XIX - начала XX века. Помимо этого авторы осуществляют философско-культурологический анализ менталитета торгово-промышленного сословия. И.Р. Федоркова провела социокультурный анализ психологических и социально-психологических особенностей дореволюционного купечества как большой социальной группы, а также выявила социально-психологические особенности деятельности Московского Купеческого Общества как субъекта предпринимательской, общественной активности. Г.С. Рыкина обозначила ментальные особенности московского купечества.

Однако, несмотря на значительное число исследований по истории российского предпринимательства, в настоящее время практически отсутствуют работы, посвященные культурологическому анализу московского купечества.

**Теоретико-методологические основы исследования.** Методологическую основу данного диссертационного исследования составляют принципы научной объективности, историзма и системности. В исследовании использовались диахронный, статистический, сравнительный, типологический методы анализа исторической действительности, а также метод последовательного социокультурного анализа в контексте историко-культурного генезиса, социальных взаимодействий, ценностных детерминаций, обусловивший необходимость рассмотрения предпринимательства с позиций детерминизма и историзма. В рамках социокультурного анализа культура хозяйства рассмотрена как специфическая сфера реальности, имеющая первостепенное значение для понимания механизмов хозяйственной деятельности - от воспроизводящей обществу и государственности до формирующей повседневность. Исследование купечества как носителя определенной культуры и социальных отношений осуществляется на основе синтетического подхода, который раскрывает социокультурный опыт русского купечества, его образ и стиль жизни, ценностные ориентации, традиции, деловые стратегии, особенности предпринимательской культуры, морально-нравственные устои, быт.

При анализе ценностно-мотивационных аспектов хозяйственной культуры использовались принципы понимающей социологии, а также методы феноменологической социологии в том ее ракурсе, где она практически слита с социологией

повседневности.

Объектом исследования является московское купечество как социокультурная общность и носитель национально-культурных ценностей. Предметом - хозяйственная культура московского купечества.

Целью настоящей диссертационной работы является социокультурный анализ хозяйственной деятельности московского купечества как представителя российского предпринимательства.

Реализация поставленной цели предопределила последовательность ряда исследовательских задач:

- 1) рассмотреть субкультуру московского купечества сквозь призму идеологии западников и славянофилов;
- 2) проследить отображение процессов социальной трансформации купечества в русской художественной литературе;
- 3) раскрыть основные черты, характеризующие московское купечество;
- 4) показать купеческую Москву как социокультурный организм;
- 5) артикулировать социокультурные аспекты предпринимательства московского купечества;
- 6) изучить вопрос о преемственности современными предпринимателями культуры хозяйства, сформированной московским купечеством на рубеже XIX-XX всков.

Источниковая база исследования. Определенную часть в источниковой базе диссертации составляют воспоминания представителей крупного московского купечества второй половины XIX века - П.А. Бурышкина, Ю.А. Бахрушина, Н.П. Вишнякова, В.П. Рябушинского, А.П. Боткиной, Вл.И. Немирович-Данченко, а также работы В.А. Гиляровского. При этом наиболее ценными источниками исследования явились такие произведения П.Д. Боборыкина, как роман «Китай-город», «Письма о Москве» и воспоминания. Обращая особое внимание на творчество П.Д. Боборыкина, мы руководствовались положением, согласно которому история общества не существует отдельно от литературы, поскольку последняя - «это не отражение реальности, но сама реальность в тех своих моментах, когда она стала чувственно доступной посредством различного рода коммуникативных стратегий произведения»<sup>5</sup>.

Научная новизна заключается прежде всего в том, что диссертация представляет собой комплексное исследование, в котором автор осмысливает культурно-хозяйственную специфику московского купечества конца XIX - начала XX века, используя данные таких областей социогуманитарного знания, как история, экономика, философия, социология, филология при главенствующем положении культурологии. К результатам исследования, обладающим признаками новизны, можно отнести следующие положения:

- 1) в числе факторов, оказавших влияние на формирование отечественной хозяйственной деятельности, выявлены присущие идеологии западников и славянофилов мировоззренческие установки (в их числе: поддержка национальной культуры, подъем русской национальной промышленности, уменьшение роли

<sup>5</sup> Подорога В.А. Мимесис. Материалы по аналитической антропологии литературы. В 2-х т. М., 2006. Т. 1. С. 11.

иностранных в хозяйственной жизни России, исключительность пути развития страны; стремление к образованию, изучению зарубежных технологий производства);

2) рассмотрены различные аспекты отношения писателей XIX - начала XX века к купечеству;

3) установлено, что московское купечество выделяется своей специфической социокультурной средой, обусловленной как его местом и ролью в экономической системе в целом, так и традициями и историческими обстоятельствами;

4) купеческая Москва представляет собой сложный социокультурный организм, определяющий способ социокультурной идентификации, специфику образа жизни, повседневности: одежду, прически, проведение досуга, средства передвижения и прием пищи;

5) культурная обусловленность предпринимательства связывается нами, во-первых, с этноконфессиональной структурой, во-вторых, с представлениями о рационализме, практицизме, собственности, богатстве, индивидуализме и традициях, в-третьих, с общественно-религиозной деятельностью.

6) ценностные приоритеты и культурно-этнические традиции купечества могут рассматриваться в качестве ориентира, определяющего перспективы развития хозяйственной культуры в современной России.

Эти элементы новизны конкретизируются в следующих положениях, выносимых на защиту:

1. Несмотря на присутствие в купеческом мировоззрении идей славянофильства и западничества, которые стали отправной точкой в коллекционерской, меценатской и творческой деятельности, ни западники, ни славянофилы не сумели понять прогрессивной роли купечества в развитии страны, вследствие чего предпринимательская деятельность не получила в их взглядах должного идеологического оправдания и не воспринималась ими как социально-полезная.

2. Объективное отражение процессов социальной трансформации русской буржуазии, ее отход от прежнего патриархализма, переход к новым формам хозяйствования мы находим в творчестве П.А. Плавильщикова, Ф.В. Булгарина, И.А. Крылова, В.А. Соллогуба, Н.А. Некрасова и А.Я. Панаевой, А.Н. Островского, М.Е. Салтыкова-Щедрина, П.И. Мельникова-Печерского, А.П. Чехова, П.Д. Боборыкина, Д.Н. Мамина-Сибиряка, М. Горького, А.В. Амфитеатрова. Независимо от социальной оценки образа нового капиталистического деятеля, они воздали купечеству должное в хозяйственном и политическом плане, признавая в числе достоинств расчетливость, рациональность, деловую предприимчивость, стремление к образованию, проницательность и сметливость, энергичность, работоспособность, профессиональную честность и скромности. Однако положительные образы российского купечества встречаются в русской литературе значительно реже, чем отрицательные. Точно так же благотворительная и меценатская деятельность купеческого сословия практически не нашла отображения в русской литературе.

3. В отличие от петербургского купечества, чьи предприятия были заняты в тяжелой промышленности и транспорте, московское купечество в большинстве своем управляло легкой промышленностью. При этом все дело держалось на



династии, сохранившей свое значение вплоть до 1917 г. Вследствие того, что многие представители московского купечества имели старообрядческие корни и поэтому не были привязаны к государству, именно в их среде формируется индивидуальный, независимый от государства дух российского предпринимательства. В московском торгово-промышленном сословии с его религиозной, социальной и культурной спецификой наиболее сильно выразилось стремление к профессионализму, к образованию, к социальной и политической активности. Обладая подлинным, а не мнимым патриотизмом, в 1905-1917 гг. московское купечество стало основным выразителем политических интересов российского купечества в целом, носителем либеральных идей преобразования России на основе гражданских свобод и развития экономики.

4. В связи со вступлением России конца XIX века в индустриальную эпоху произошла трансформация образа Москвы - «Третьего Рима» в «Москву купеческую» - сложный социокультурный организм со своим историческим опытом, отличительными чертами быта, отдыха, увлечений, деловыми и культурными традициями, образом жизни и менталитетом. Лидерами, формирующими культурно-хозяйственный облик города, модель жилой предметной среды, приобретающими дорогие потребительские товары, становятся купцы. Все это отражалось на промышленной специализации и организации экономической жизни, сказывалось на особой психологии и менталитете представителей различных сословий, в том числе на деятельности профессионалов-градостроителей. Москва купеческая выступает средоточием динамичных трансформаций во всех сферах общественного бытия. Этот, развивающийся опережающими темпами даже в сравнении с Петербургом, город - наглядный прообраз будущего, к которому при определенных условиях могли приблизиться как русские города, так и все Российское государство в целом.

5. Основными социокультурными аспектами предпринимательства в дореволюционной Москве были профессионализм и нравственность, которые включали в себя активность, новаторство, смелость, способность к риску, оптимизм, деловитость, честность, образованность, культуру личности, самоконтроль, наличие веры, чувство долга, независимость, индивидуализм, рационализм и практицизм. Несмотря на то, что стремление к выгоде, обогащению, наживе, к материальному благополучию, к демонстрации своего состояния, к обустройству и организации жизненного пространства было существенным мотивом предпринимательской и хозяйственной деятельности, оно никогда не представляло собой главную ценность в купеческом сословии. Существовала высшая идея, которая вывела утилитарную деятельность за бытовые рамки, придавала ей некий духовный, нравственный смысл - служение обществу, которая основывалась на православно-культурной культуре, являющейся ограничителем дестабилизирующих факторов предпринимательской активности.

6. Как для купечества, так и для современных российских предпринимателей признание богатства, доход, социальное уважение выступали и выступают показателями деловых качеств, успешности и престижа в обществе. В то же время хозяйственная культура представителей «делового мира» двух периодов отличается тем, что у последних нередко отсутствуют христианские ценности, идея слу-

жения обществу и эмоционально-психологическое переживание причастности как к настоящему своему Отечеству, так и к его будущему (эмиграция, экспортирование капиталов, недвижимость за рубежом и т.д.). При этом меценатство и благотворительность редко становятся следствием внутренней потребности.

**Научно-практическая значимость** диссертации состоит в возможности использования полученных результатов в процессе изучения следующих лекционных курсов: «История русской культуры», «Культура повседневности России», «Теория культуры», «Социология культуры», «Российское предпринимательство: социально-философский анализ», «Социокультурные основы хозяйства» и других.

**Апробация работы.** Диссертационное исследование обсуждалось на кафедре теории и истории культуры Краснодарского государственного университета культуры и искусств. Основные результаты и выводы работы докладывались на международных, всероссийских, межвузовских и внутривузовских научных, научно-методических и научно-практических конференциях в Краснодаре (2006-2007), в Иванове (2007), в Горячем Ключе (2008). Материалы диссертации опубликованы в учебном пособии «Московское купечество на рубеже XIX-XX веков: социокультурный анализ» и 14 статьях общим объемом 6,8 п.л. Из них в изданиях, рекомендуемых ВАК Минобрнауки Российской Федерации, 4 работы объемом 1,0 п.л.

**Структура работы.** Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения и списка литературы на русском и иностранных языках.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **«Введении»** обосновывается выбор и актуальность темы, раскрывается степень ее разработанности, определяются основные цели и задачи исследования, формулируются присутствующие в диссертации элементы научной новизны и излагаются положения, выносимые на защиту, методологические основы и структура диссертации, приводятся сведения об апробации результатов.

В первой главе «Московское купечество в социокультурном пространстве эпохи» реконструируется социокультурное пространство, в котором развивалось московское купечество.

В **параграфе 1.1. «Субкультура московского купечества в идеологии западников и славянофилов»** последовательно проводится мысль о том, что идеи славянской общности, народности, самобытности, развиваемые видными славянофильскими деятелями (И.В. и П.В. Киреевскими, А.С. и Д.А. Хомяковыми, К.С. и И.С. Аксаковыми, А.И. Кошелевым, Ф.В. Чижовым, Ю.Ф. Самаринным и др.), во многом способствовали подъему общественных настроений в купеческой Москве в поддержку национальной культуры, литературы и искусства, которые основывались на обращении к истокам народного творчества, а также подъему русской национальной промышленности, уменьшению роли иностранцев в хозяйственной жизни России. Неслучайно поэтому личные контакты купцов со славянофилами нередко перерастали в ряд совместных экономических, общественных и культур-

но-просветительских просектов, неизбежно оказывая влияние на формирование купеческой идеологии. Несмотря на то, что в целом купечество разделяло взгляды славянофилов на исключительность пути развития России, сложившаяся в конце XIX века ситуация была во многом обусловлена и собственным историческим опытом отечественного купечества, его генетической связью с национальной традицией. Имеется в виду тот факт, согласно которому многие из представителей московского купечества были выходцами из крестьянства и глубоко чувствовали свою связь с корнями народной жизни, с национальными истоками. Осознание своей генетической принадлежности к народной массе служило предметом гордости многих предпринимателей.

В свою очередь, именно западноевропейское влияние в культурной области не позволило перейти разумные границы увлечения сугубо национальными формами, вследствие чего Западная Европа воспринимала русскую культуру, финансируемую купечеством (например, дягилевские проекты), как самобытную разновидность общечеловеческого культурного наследия. При этом собственно русская душа была в равной степени как понятной и близкой сердцу любого европейца, так и непостижимо загадочной.

Помимо этого, влияние западничества было заметно и в стремлении купечества подражать дворянству. В частности, на мировоззрение многих представителей купеческого сословия существенное влияние оказали взгляды либералов-западников из кружка профессора Московского университета Т.Н. Грановского. Кроме того, непосредственные контакты купечества с европейской культурой привели к резкому повышению уровня образования в этой среде, а также к широте кругозора. Неслучайно поэтому значительное количество представителей молодого поколения купеческого сословия сменило «дедовское ремесло» на творческую или иную деятельность (С.В. Бахрушин, С.П. Боткин, К.Т. Солдатенков, С.И. Щукин, М.А. и И.А. Морозовы, Н.П. Рябушинский и др.).

Вопреки тому, что в конце XIX века идеи славянофильства и западничества соединились в купеческом мировоззрении, которое определило направление коллекционерской, меценатской и творческой деятельности, ни западники, ни славянофилы не понимали прогрессивной роли купечества в развитии страны. Более того, предпринимательская деятельность не воспринималась ими как социально-полезная. Подобное отношение порождало в купеческой среде неуверенность в социальной праведности их жизни и деятельности, в незыблемости права собственности на накопленные ими капиталы. Это проявлялось в таких крайних формах, как чувство «неоплаченного долга», заставлявшее некоторых из них даже финансировать революционные организации, боровшиеся за уничтожение основ их собственного бытия, либо выражалось в чувстве «стыда своего богатства». Как справедливо писал Н.А. Бердяев, «русский купец, который нажился нечестным путем и сделался миллионером, склонен был считать это грехом, замалчивал этот грех и мечтал о монашестве. Поэтому купец был плохим материалом для образования буржуазии западноевропейского типа»<sup>6</sup>.

И хотя в процессе экономической модернизации России купцы-предприниматели выполняли функции, аналогичные функциям западноевропейской буржу-

<sup>6</sup> *Бердяев Н.А. Истоки и смысл русского коммунизма. М., 1990. С. 119.*

азии, их деятельность не получила должного идеологического оправдания. В результате в стране создалась ситуация, когда предприниматели, по словам С.Л. Франка, не имели «собственного мировоззрения», бескорыстной и сверхличной веры в святость принципа собственности<sup>7</sup>. Особенно это проявилось в годы Первой мировой войны, когда, как свидетельствует П.П. Рябушинский, «частное предпринимательство, благодаря которому расцвела экономическая жизнь в России к 1913 г., в момент кризиса ассоциировалось у народа с бандой спекулянтов, наживающихся на народном горе»<sup>8</sup>. Будучи изолированной от народного большинства, российская буржуазия в 1917 г. не сумела консолидироваться на основе единого мировоззрения, оказавшись неспособной не только убедить правящие круги в необходимости развития страны по пути цивилизации, но и защитить себя.

В параграфе 1.2. «*Образ купечества в русской художественной литературе*» анализируется отношение писателей к изображенному им миру купечества на материале таких текстов культуры, как пьеса П.А. Плавильщикова «Сиделец», роман Ф.В. Булгарина «Иван Иванович Выжигин», басни И.А. Крылова, роман А.Ф. Вельтмана «Соломея», повесть В.А. Соллогуба «Тарантас», романы Л.Н. Толстого, стихотворения Н.А. Некрасова, результат совместного творчества Н.А. Некрасова и А.Я. Панаевой роман «Три страны света», произведения Н.В. Гоголя, пьесы А.Н. Островского, «Губернские очерки» М.Е. Салтыкова-Щедрина, хроника П.И. Мельникова-Печерского «В лесах» и «На горах», произведения А.П. Чехова, романы П.Д. Боборыкина «Дельцы», «Китай-город», «Василий Теркин», роман Д.Н. Мамина-Сибиряка «Хлеб», М. Горького «Фома Гордеев», А.В. Амфитеатрова «Девятидесятники». Отмечается, что не все крупные представители русской литературы останавливались на изображении купеческого быта. У некоторых авторов были лишь короткие, но емкие и выразительные характеристики, данные представителям купечества. Но были писатели, которые большую часть своего творчества посвятили бытописанию «торгового люда» (А.Н. Островский, П.И. Мельников-Печерский, М.Е. Салтыков-Щедрин, Н.С. Лесков, Глеб Успенский, Д.Н. Мамин-Сибиряк, М. Горький и др.). Их заслуга в том, что они исследовали торгово-промышленное сословие, а также процессы ломки и перестройки купеческого патриархализма.

Знаменательно, что, как свидетельствуют Левадовские, в «отношении к купечеству писателей, творивших на протяжении полувека, в тоне, которым характеризуется это сословие, в подходе к теме и даже в изобразительных средствах так много общего, что на страницах разновременных произведений создается удивительно цельный, можно сказать, монолитный образ «темного царства»<sup>9</sup>. По всей

<sup>9</sup> Левадовская А.А., Левадовский А.А. «Темное царство»: Купец-предприниматель и его литературные образы // Отечественная история. 2002. № 1. С. 147. См. также по данному вопросу: Бурыйкин П.А. Москва купеческая. М., 1991. С. 50-63; Милехина Т.А. Образ предпринимателя в русской словесности // Вестник ОГУ. 2005. № 11. С. 108-114; Бухарев В.М., Аккуратов В.С. От неприятия скопидомства до борьбы с «контрреволюцией быта» // Отечественная история. 2002. № 1. С. 163 и др.

<sup>7</sup> Франк С.Л. Духовные основы общества. М., 1997. С. 56.

<sup>8</sup> Петров Ю.А. Павел Павлович Рябушинский. Россия на рубеже веков: исторические портреты. М., 1991. С. 119.

видимости, подобное положение дел обусловлено следующим. На восприятие писателями этого социального явления часто влияли реликтовые черты их собственного сознания, которые, в общем, сводились к понятию антибуржуазности. Причем, нельзя сказать, что негативное отношение складывается исключительно к купеческому сословию. Вспомним - в русской литературе достаточно произведений, в которых и дворянство изображено с явным недоброжелательством (например, антидворянские басни Крылова, «нравственно-сатирические» романы Булгарина, комедии Островского и др.). Тем не менее, наряду с отрицательными характеристиками, которые давались «купцам-толстосумам» представителями отечественной литературы, прослеживается и традиция изображения положительно-го (хоть и не во всём) образа делового человека.

Как справедливо писал Н.А. Солодовников: «Фигура купца с настойчивым упорством начинает овладевать вниманием русских писателей... И чем дальше, тем больше... И воспеваемое, и ненавидимое купечество упорно врывается в русскую жизнь. Оно приковыляло к себе вниманию»<sup>10</sup>. При этом положительные образы встречаются в русской литературе значительно реже, чем отрицательные. На наш взгляд, причина кроется в том, что, по сути, генетически присущие деловым людям качества, в числе которых в первую очередь следует назвать расчетливость, рациональность, деловую предприимчивость, хотя и не были маргинальными, но не пользовались в России таким уважением, как на Западе. Культ энергичного делового человека, сильной личности никогда не был распространен в российском обществе. Неслучайно в одной из своих работ П.А. Бурыйшкин признается в том, что ему «на собственной шкуре, пришлось испытать ту разницу отношений, которые еще были применительны к дворянским и купеческим делам»<sup>11</sup>.

В параграфе 1.3. «Специфические особенности московского купечества» раскрываются основные черты, характеризующие представителей хозяйственной культуры Москвы.

Московская буржуазия формировалась в конце XVIII - начале XIX в. в основном из крестьян, которые начинали свою деятельность с мелких мастерских или так называемых рассеянных мануфактур, состоящих из «домашних» рабочих. В первой половине XIX в. родоначальники московских промышленных династий Морозовых, Прохоровых, Рябушинских, Бахрушиных, Коноваловых, Коншинных, Третьяковых и др. приступили к организации фабричных предприятий, развитие которых стало основой семейного богатства купечества. Именно таким путем - от мелкого крестьянского промысла до крупного текстильного производства - складывалась элита московского торгово-промышленного мира, чьи предприятия, как правило, сохраняли до 1917 г. семейный характер - паевые товарищества по форме (по сути - акционерные компании), на деле принадлежавшие узкому кругу родственников - пайщиков. Представители молодого поколения этих династий сумели заметно приумножить дедовские и отцовские капиталы.

Одним из ценностных и поведенческих стереотипов, постепенно закреплявшихся в пореформенные десятилетия в сознании крупной московской буржуазии,

<sup>10</sup> ОР РГБ. Ф. 686. Карг. 3. Д. 1. Л. 10, 12.

<sup>11</sup> Бурыйшкин П.А. Москва купеческая. М., 1991. С. 100.

стала благотворительность. «Ни в каком другом русском городе, даже в Петербурге, нельзя пайти столько благотворительных учреждений, созданных на частные средства, как в Москве. Сотни тысяч ежедневно жертвуются московским купечеством на дела благотворения. Клиники, больницы, богадельни, приюты с каждым годом умножаются в Москве»<sup>12</sup>.

Для одних благотворительность была модой, дыханием времени, а для других - нормой жизни. Стремление избежать внутреннего душевного разлада, жить в согласии со своей совестью, повышенная религиозность купечества, желание обрести благодать в жизни вечной через добродетели в жизни земной, следуя евангельской формуле: «Кто одел голого, накормил голодного, посетил заключенного, тот Меня одел, Меня накормил, Меня посетил», - были главнейшими побудительными причинами расцвета российского купеческого меценатства и благотворительности.

Конечно, были и другие причины: поощрительное налоговое законодательство, богатство, честолюбие, стремление выделиться, заслужить милости двора, жажда почестей и наград, льгот и привилегий, желание оставить о себе память среди живых. Очень часто лишь благотворительность открывала возможность купечеству получать чины, ордена, звания.

Само понятие «купец», которое появилось в российском законодательстве в XVIII в., изначально трактовавшееся как торговец (не учитывая более раннюю Русскую Правду), к концу XIX в. приобретает иное значение. Как правильно заметил А.Н. Боханов: «По мере расширения масштабов, усложнения форм хозяйственной деятельности, и с изменением российского законодательства, регулировавшего социальный статус купечества, эта сословная группа начала объединять представителей всех форм и видов предпринимательства»<sup>13</sup>. Теперь торговля - не основная деятельность купечества, как прежде. Основной становится промышленность, а также банковское дело и транспорт. Именно собственная промышленность стала не только экономической, но и политической задачей, краеугольным основанием протекционной системы страны.

Быстрое развитие экономики Москвы и России в целом вызвало огромный интерес Запада. Внимательно наблюдая за ходом и темпами экономических процессов в России, Запад видел реальную возможность появления на мировом рынке сильного конкурента. Известный в то время французский экономический обозреватель Эдмон Тэри писал, что «если у больших европейских народов дела пойдут таким же образом между 1912 и 1914 годами, как они шли между 1900 и 1912, то к середине настоящего столетия Россия будет доминировать в Европе как в политическом, так и экономическом и финансовом отношении...»<sup>14</sup>.

Лучшие представители купеческой Москвы после революции в эмиграции до конца жизни были уверены в высоком потенциале хозяйственной системы, которая сложилась в России до 1917 года. П.П. Рябушинский говорил: «Русская буржуазия численно слабая, не в состоянии была выступить в ответственный

<sup>12</sup> Век. Русский альбом XIX-XX. Общественная жизнь. Искусство. Литература и наука. Торговля. Промышленность. Одесса, 1901. С. 49.

<sup>13</sup> Боханов А.И. Деловая элита России 1914 г. М., 1994. С. 19.

<sup>14</sup> Тэри Э. Россия в 1914 году // Знание - сила. 1991. № 2. С. 20.

момент той регулирующей силой, которая помешала бы событиям идти по неслучайному пути... Вся обстановка прошлого не способствовала нашему объединению, и в наступивший роковой момент стихийная волна жизни перекадилась через всех нас, смела, размела и разбила»<sup>15</sup>. Более того, упомянутая П.П. Рябушинским «стихийная волна жизни» уничтожила не только последнее поколение купцов, но и плоды труда многих поколений предпринимателей.

Во второй главе «Хозяйственная культура купеческой Москвы» рассматривается влияние хозяйственной культуры московского купечества на становление Москвы как социокультурного организма. Помимо этого, в данной главе осуществляется сравнительный анализ хозяйственной культуры, актуальной для двух периодов: дореволюционного и современного.

В параграфе 2.1. «Москва купеческая как социокультурный организм» в русле традиции полидисциплинарного изучения города купеческая Москва рассматривается как социокультурный организм. При этом акцентируются следующие показатели: функции города, его «физиономия», особенности общественно-культурной среды, образ жизни городского населения, вещественно-бытовая и социальная природа, культурно-хозяйственный облик, который не только определяет культурный и экономический потенциал города, но также предоставляет возможность обозначить конкретные направления современного и будущего развития Москвы.

Состав народонаселения позволил многим ученым и общественным деятелям (например, Н.М. Карамзину, В.Г. Белинскому, А.С. Пушкину и др.) еще в начале XIX века признать, что Москва - это купеческий город, который в отличие от чиновничьего Петербурга, выполняющего государственную функцию, выполняет функцию промышленную. Именно этот статус, непосредственно связанный с функциональным назначением города, определял культурно-историческую специфику Москвы.

Москву конца XIX века стали называть купеческим городом во многом

<sup>15</sup> Цит. по: Петров Ю.А. П.П. Рябушинский. С. 152.

<sup>16</sup> При оценке творчества П.Д. Боборыкина автор руководствовался мнением таких представителей отечественной культуры, как А.П. Чехов, который писал: «Боборыкин - добросовестный труженик, его романы дают большой материал для изучения эпохи» [Куприна-Иорданская М.С. Годы молодости. М., 1960. С. 9] и А.М. Горький, отмечавший в «Беседах о ремесле»: «Я - верил ему <Боборыкину>, находя в его книгах богатый бытовой материал» [Горький М. Собр. соч.: В 30-ти т. М., 1953. Т. 25. С. 346]. В свою очередь, В.П. Крайхфельд, проведший долгие годы в ссылке, вспоминал, что «... чтение каждой январской книжки «Вестника Европы» ссыльные интеллигенты начинали непременно с г. Боборыкина... Газеты и журналы того времени освещали русскую жизнь далеко не полно, непосредственных сношений со столицами у нас не было, и г. Боборыкин был для нас единственным лицом, от которого мы получали сведения о сменах столичных настроений и течений» [Крайхфельд В. Журнальные отголоски // Мир божий. 1906. № 3. отд. II. С. 84]; «Произведения Боборыкина, - свидетельствует историк литературы Д.Н. Овсянко-Куликовский, - по праву заняли в нашей литературе особое место и получили значение своего рода исторических документов» [Овсянко-Куликовский Д.Н. П.Д. Боборыкин // История русской литературы XIX века: В 5 т. М., 1923. Т. 5. С. 135].

благодаря произведениям П.Д. Боборыкина<sup>16</sup>. «До шестидесятых годов нашего века читающая, мыслящая и художественно-творящая Москва была исключительно господская, барская. Хозяйство города к половине семидесятых годов очутилось уже в руках купца и промышленника, а не в руках дворянина»<sup>17</sup>.

Понятие «купеческий город» впервые введено в оборот Г.Н. Потаниным в очерке «Города Сибири» в 1908 году<sup>18</sup>. Это - комплексное понятие, которое включает несколько взаимодополняющих характеристик: торгово-промышленный центр; административный центр губернии; расположение на пересечении торговых путей; руководящие места в городском управлении занимают представители промышленности и торговли; лидирующая роль купечества в экономической, общественной и культурной жизни; принадлежность («хозяев города») преимущественно к купеческому сословию.

Заметим, что город всегда привлекал внимание представителей различных областей научного знания: философов, социологов, историков, политологов, экономистов, ученых-естественников и др. В 20-х годах XX века И.М. Гревс и Н.П. Анциферов наметили конкретные пути комплексного, синтетического изучения города как «цельного социального и духовного организма», определив три подхода к его исследованию: анатомию (местоположение, топография), физиологию (городские функции), психологию (познание физиологии, индивидуальных, уникальных черт города, включающих не только настоящий момент, но и то, что сложилось исторически; познание пейзажа города, визуальное исследование)<sup>19</sup>.

Роман Боборыкина «Китай-город» как никакой другой источник дает возможность осуществить комплексный анализ купеческой Москвы, потому что в нем впервые представлен облик Москвы купеческой, капиталистической, дворянской, студенческой, биржевой, мануфактурной, канцелярской, фабричной, богатой и нищей, будничной и праздничной, деловой и разгульной, европейской и азиатской, во всех ее измерениях и проявлениях. Автор показывает образ мышления людей разных поколений, разных социальных слоев, их представления о социальных ориентирах и идеалах, личном счастье, моральных и материальных ценностях, характере связей различных людей, стиль взаимоотношений, поведения и т.д.: знакомит нас с тем, как одевались, что ели и пили предприниматели конца XIX века. Это позволяет судить о различных сторонах их жизни, изучать проблемы повседневности и ментальности, конкретные исторические реалии. При этом сама

Современник Боборыкина П.Д. Быков предрекал особую ценность его произведений для будущих исследователей прошлого [Быков П. Летописец современности. (К 50-ти летию литературной деятельности П.Д. Боборыкина) // Нива. 1910. № 44. С. 777-778]. И действительно, сегодня такие ученые, как Н.Б. Хайлова, С.С. Секринский, Л.И. Сараскина, Ю.А. Петров, Н.Н. Зарубина и др. используют художественные произведения писателя в качестве источника для своих исследований.

<sup>17</sup> Боборыкин П.Д. Письма о Москве // Москва - Петербург: pro et contra. СПб., 2000. С. 263-264.

<sup>18</sup> Потанин Г.Н. «Города Сибири» (1908) // Земля иркутская. 1995. № 3. С. 57-58.

<sup>19</sup> См.: Гревс И.М. Монументальный город и исторические экскурсии // Экскурсионное дело. 1921. № 1; Его же. История в краеведении // Краеведение. 1926. № 4; Анциферов Н.П. Душа Петербурга. Пб., 1922; Анциферов Н.П., Анциферова Т.Н. Жизнь города. Л., 1927.



Москва, будучи городом Российской империи, выполняла в конце XIX в. функции торгово-промышленного, религиозно-церковного, образовательного центра, определяя не только характер хозяйственной культуры своих обитателей, но и образ жизни горожан.

О том, что средний предприниматель, по крайней мере в Москве, мало чем отличался от своего европейского коллеги, сохранились многочисленные свидетельства современников и подтверждения мемуаристов. Тем не менее стремящееся к роскоши купечество нередко несло на себе отпечаток чрезмерного и порой безвкусного украшения. Дело в том, что, выбирая костюм, духи, экипаж или район, в котором построить или купить дом, они, по сути, опирались на определенные социальные стереотипы. Понятие престижа - одно из важных в социальной мифологии.

Как правило, одежда представителей московского купечества играла роль не только предметно-бытовой детали, но и несла в себе определенную социально-знаковую функцию. Костюм в целом или отдельные предметы туалета характеризовали социальный статус владельца: указывали на его богатство или бедность, принадлежность к купечеству или дворянству, старшему или младшему поколению. мода становится средством достижения социального признания купечества дворянством, составной частью образа «Я», мотивацией в конструировании собственной идентичности высшему обществу. Костюм и аксессуары, манера держаться, речь, а также посещение модных трактирных заведений - все это было неотъемлемой частью образа делового человека.

Поскольку на обедах, ужинах деловые отношения не прекращались, уважающему себя предпринимателю нельзя было пренебрегать возможностью находиться в кругу коллег. Как свидетельствует П.Д. Боборыкин, «за исключением двух-трех домов построже, все держится «за кампанию» в широком, московском значении этого слова. Без приятелей, питья брудершафтов, без «голубчика» и «мамочки» никогда не войдешь в нутро колоссальной машины, выкидывающей рубли, акции, тюки хлопка, штуки «пунцового «товара»<sup>20</sup>.

В Москве едят везде: и в трактирах, и на улице, - не только купцы и дворяне, но и простой мужик. В городе царит своя особая «желудочная жизнь». Поэтика стола, открывшаяся автору, не доступна этим людям. Но здесь живет радость поглощения пищи, наслаждение. Таков закон природы: «Чтобы жить - надо есть». В Москве купеческой, чтобы жить хорошо, надо быть сытым всегда. Сытые жители, а следовательно, количество трактиров, ресторанов, а также запах города - наилучший показатель богатства любой страны.

Образ «барской Москвы» трансформировался в «Москву купеческую» - «ядреную купчиху» - сложный социокультурный организм со своим историческим опытом, отличительными чертами быта, отдыха, увлечений, деловыми и культурными традициями, образом жизни и менталитетом. Но, несмотря на происходящие изменения, москвичи сохраняли «свой особый отпечаток», они лелеяли приверженность к московской старине, ее традициям, быту, языку.

В параграфе 2.2. «Социокультурные аспекты московского предпринимательства» анализируются образовательные особенности предпринимательских

<sup>20</sup> Боборыкин П.Д. Китай-город. Краснодар, 1956. С. 216.

групп, представления о рационализме, практицизме, собственности, богатстве, индивидуализме и традициях; общественно-религиозная деятельность; проблема социальной стратификации; этноконфессиональная структура; отношение к труду; деловая этика.

Купечество в конце XIX века являло собой подлинную элиту, получившую образование в лучших гимназиях, российских или зарубежных университетах, отлично говорившую на иностранных языках и внешне мало отличавшуюся от представителей родового дворянства. При этом большинство купцов имели старообрядческие корни.

Старообрядчество представляло в России религиозное меньшинство (20% российского населения). Изолированность и положение «малой общины» привели к тому, что старообрядцы стали в какой-то степени больше индивидуалистами, чем остальные россияне. Испытывая притеснения со стороны государства, они, как правило, искали иную сферу деятельности, кроме государственной службы. И такой сферой оказалось предпринимательство, торгово-промышленная деятельность. Как отмечал М. Вебер, «религиозные меньшинства, противостоящие в качестве «подчиненный» какой-либо другой, «господствующей» группе, обычно - именно потому, что они добровольно или вынужденно отказываются от политического влияния и политической деятельности, - концентрируют все свои усилия в сфере предпринимательства...»<sup>21</sup>. Подобно протестантизму на Западе, старообрядчество дало в результате капиталистический тип личности.

Будучи ортодоксальными православными, старообрядцы, тем не менее, не отождествляли святость с бедностью, как это было принято в православии. Вместо культа бедности они создали новый для России культ труда. Их зажиточность и материальное благополучие стали его естественным результатом. Именно старообрядцам мы обязаны созданием трудовой этики. До них труд в России рассматривался исключительно как подневольная повинность, «каторга»<sup>22</sup>. У купечества труд - это святое дело и добродетель, исполнение которой есть высшее жизненное наслаждение, потому что посредством труда человек приближается к Богу, преодолевая свою греховную основу.

Богатство в этике русских предпринимателей не являлось самоцелью и дорогой к наслаждению жизнью (что допускалось), это было прежде всего средство для созидания добра и служения людям. Именно так национальная психология русского предпринимателя смиряется с греховностью богатства.

Купечество непротиворечиво соединило религиозность (духовность) с рационализмом, разделив духовную жизнь и практическую деятельность. Если в первой «торговое сословие» строго соблюдало предписания веры, занимаясь благотворительностью и меценатством, то во второй - проявляло вполне «западный» рационализм, прагматизм, трудолюбие и личный интерес.

<sup>21</sup> Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения. М., 1990. С. 64.

<sup>22</sup> Сергеева О.Б. Старообрядчество как архетип российского предпринимательства // Международная научно-практическая конференция Российское бизнес-образование: зарождение евразийской концепции. URL: <http://www.forleader.ru/konf/Sergeeva.htm> (дата обращения: 17.01.2007).

Индивидуализм и практицизм в дореволюционной Москве играли весьма заметную роль. Стремление к выгоде, обогащению, наживе, к материальному благополучию, к демонстрации своего состояния, к обустройству и организации материального мира выступало существенным мотивом предпринимательской и хозяйственной деятельности. Однако такое стремление само по себе не становилось культурным образцом, поскольку наряду с ним существовала высшая идея, суть которой заключалась в служении государству.

У московских предпринимателей сформировался своеобразный кодекс чести, который осуждал все виды развития ростовщического, паразитического, спекулятивного капитала. Как свидетельствует В.П. Рябушинский, предприниматели по неписаному табелю о рангах делились на две почтенные и одну исподпочтенную, презираемую группы. К первой группе относились промышленники, крупные и мелкие фабриканты, крупные торговцы-оптовики, имевшие также и свои промышленные предприятия, а позднее финансисты и предприниматели в области страхования и кредита. Ко второй - крупные, средние и мелкие торговцы, ведущие дело «по чести и без обмана». А к третьей, «презираемой», группе относились разнообразнейшие спекулянты, перекупщики, процентщики, наживающиеся путем махинаций и обмана. Предприниматели, разбогатевшие на сомнительных финансовых операциях, как правило, уважением в деловых кругах не пользовались<sup>23</sup>.

По сути, именно купеческое сословие сыграло значительную роль в формировании предпринимательской этики. Примечательно, что авторитет многих купцов-староверов был настолько велик, что для совершения сделки им не требовалось подтверждения кредитоспособности, расписок, договоров, достаточно было честного слова, скрепленного крестным знаменем.

В Москве происходило сближение дворянского и купеческого сословий. Это явление получило в философии и социологии название «интерференция» (лат. *interferentio* - взаимодействие, взаимовлияние) образов и поведенческих стереотипов. Из такого, пусть и нежелательного союза, появилось новое поколение, которое приняло образованность от дворянства, а деловую хватку от купечества. К сожалению, это новое поколение, называемое буржуазией, не успело вылиться в определенный класс. Для согласования противоречий между дворянами и купцами требовалось время, которое позволило бы окрепнуть людям новой «расы», чтобы создать уже свой кодекс чести, свою мораль, свою единую сильную группу.

Одну из причин того, что социокультурная и нравственная легитимизация российского предпринимательства не была завершена до конца, П.А. Бурыйшкин видит в отсутствии в России «того культа богатых людей, который наблюдается в западных странах»<sup>24</sup>. Для большинства населения частный предприниматель, особенно в сфере фабричного производства, продолжал оставаться фигурой с чуждыми и даже враждебными, эксплуататорскими и стяжательскими мотивами. Это и повлекло за собой столь массовое выступление против частного предпринимательства и частной инициативы вообще. Вместе с тем, существовали и другие

<sup>23</sup> *Рябушинский В.П.* Старообрядчество и русское религиозное чувство. Русский хозяин. Статьи об иконе. М.; Иерусалим, 1994. С. 125-126.

<sup>24</sup> *Бурыйшкин П.А.* Москва купеческая. М., 1991. С. 113.

причины, в том числе тяжелые условия на многих предприятиях, длинный рабочий день, низкая заработная плата, которые влекли за собой социальные конфликты, например волнения рабочих на фабриках Хлудовых: в 1880 г. на Ярцевской мануфактуре, в 1893 г. на мануфактуре в Рязанской губернии; или прогремевшую на всю страну в 1885 г. стачку на Никольской мануфактуре Морозовых в Орехово-Зуеве. Естественно, что подобные события формировали негативное отношение к купечеству в либерально-демократических кругах общества, заслоня подчас опыт таких, заботившихся о благе своих рабочих, купцов, как С.И. Четвериков, Н.Н. Прохоров, А.И. Коновалов, по чьей инициативе была создана социальная инфраструктура с жильем, лечебницами и народными домами.

Несмотря на то, что «аристократия капитала» обладала огромной финансовой силой, она продолжала находиться на принижённых позициях, так и не осознав, в отличие от дворянства, своего значения. Помимо этого, московское купечество не являлось классом с осознанной психологией, ни даже профессиональной группой, сплоченной и мыслящей в унисон. В нем встречались и консерваторы-монархисты и либералы, склонные к социально-экономическому реформированию, кто-то сочувствовал правым (Союз русского народа, Русское собрание, Русский народный союз имени Михаила Архангела, Русская монархическая партия), а кому-то ближе были либеральные ценности. А.И. Гучков возглавлял «Союз 17 октября», П.П. Рябушинский и С.И. Четвериков создали фракцию «Умеренно-прогрессивной партии» (умеренные прогрессисты), а А.И. Коновалов - партию прогрессистов. В то же время существовали и мелкие партии российских промышленников и предпринимателей<sup>25</sup>. Неслучайно поэтому общественные позиции российского купечества выражались главным образом в материальной поддержке тех или иных политических сил во время выборов в I-IV Государственные думы и органы местного самоуправления, а также в финансировании ряда периодических изданий.

Все приведенные примеры имеют ряд общих черт: социальную значимость, демократическую направленность, давние традиции, что было обусловлено принципами, убеждениями, личностными качествами купечества.

В параграфе 2.3. *«Культурно-хозяйственный опыт и традиции предпринимателей: история и современность»* проводится сравнительный анализ развития хозяйственной культуры двух периодов, прослеживается преемственность и разрыв традиций между поколениями современных и дореволюционных предпринимателей.

Буржуазия дореволюционной России представляла собой генетически выросшего собственника, у которого была семейная преемственность, дело держалось на династии, уходящей своими корнями глубоко в прошлое. Значение духовно-нравственного фактора в их деятельности выдвигалось на передний план. Напротив, у современной российской буржуазии процесс накопления в большин-

<sup>25</sup> См. подробнее: Вишневецки Э. Капитал и власть в России. Политическая деятельность прогрессивных предпринимателей в начале XIX века. М., 2006; Партии российских промышленников и предпринимателей. Документы и материалы 1905-1906 гг. М., 2004; Шелухаев В.В. Идеология и политическая организация российской либеральной буржуазии. 1907-1914 гг. М., 1991.

стве случаев осуществлялся не столько благодаря интеллекту и умению работать, сколько в результате махинаций и приближенности к властным структурам. Не стесняя себя никакой моралью, современные нувориши нередко получали заводы, предприятия, оборудование, сырье практически задаром, свободно распродавая национальные ресурсы и богатства страны (нефтяные и газоносные месторождения, золотоносные рудники и т.п.).

Далее, в дореволюционной России носителями предпринимательских ценностей и высоких трудовых традиций были купцы-старобрядцы, которые составляли более 70% торгово-промышленного класса. Они обладали высокой нравственностью, трудолюбием и рачительностью. Современные бизнесмены - часто «случайные люди» в торгово-промышленной деятельности. Представляя самые разные социальные слои, они, с одной стороны, находятся в зависимости от политики, с другой - от криминала, что обеспечивает свободу от нравственных и религиозных норм.

Личностные качества основной части купечества, их духовные потребности и круг интересов, образование и воспитание, наконец, высоконравственные мотивы благотворительности дают возможность утверждать, что большая часть представителей купеческого сословия была подлинно интеллигентной, полностью соответствующей известным критериям, о которых писал Д.С. Лихачев. Имеются в виду восприимчивость к интеллектуальным ценностям; любовь к приобретению знаний; интерес к истории; эстетическое чутье; способность отличать настоящее произведение искусства от грубой «штучовщины»; способность восхищаться красотой природы; понять характер и индивидуальность другого человека, войти в его положение, а понять другого человека, помочь ему; стойкий иммунитет к грубости, равнодушию, злорадству, зависти; обладание навыками воспитанного человека и т.д.<sup>26</sup> К сожалению, к современным предпринимателям эти характеристики подходят не в полной мере.

В конце XIX - начале XX века благотворительность составляла нравственный стержень общественной деятельности. Предприниматели участвовали в благотворительности каждый день, год за годом, часто без рекламы, многие из них скрывали свои имена. Причем, всякий, отказывающийся участвовать в ней, подвергался негласному осуждению, не зависимо от величины его капитала. Поскольку в России традиции русского купечества были прерваны на 80 лет, опыт общественной деятельности, нацеленной на служение Отечеству, необходимо возродить. По всей видимости, говорить о том, что в России сложилась культура благотворительности, можно будет лишь тогда, когда дающие будут рассматривать пожертвования не как убытки, а как инвестиции в общество, без которого их бизнес не осуществим.

В социальном и мировоззренческом плане отличие российского купечества от современного российского предпринимательства заключается в следующем: если купечество было русским по духу, сохранив манеры, обычаи, привычки русского народа, то современные российские предприниматели развиваются под влиянием западных идей, методов и стиля ведения бизнеса, утратив связь с

<sup>26</sup> См.: Лихачев Д.С. Письма о добром и прекрасном. М., 1989. (Письмо двенадцатое: Человек должен быть интеллигентен).

историческим прошлым. При этом если в XIX - начале XX века государство активно влияло на развитие экономики, вследствие чего частное предпринимательство пользовалось его поддержкой и покровительством, принимая со стороны государства прямое и косвенное вмешательство в деловую жизнь, то в XXI веке государственная политика, направленная на поддержку и развитие отечественного производителя, представляется недостаточно гибкой.

На наш взгляд, формирование нового предпринимательства на этических нормах, отвечающих национальному характеру и ценностям российского народа, невозможно без учета и адаптации к новым условиям информационного общества всего лучшего, что было в практике предпринимательства в истории России. Отношения между бизнесом и государством должны строиться на взаимном доверии, «ибо пока не налажен прочный тандем «предприниматель - государственная власть», когда предпринимательство в первую очередь зависит от своей среды и от личных контактов - цивилизованный бизнес будет оставаться лишь отдаленной перспективой. Для более полного развития потенциала социального слоя предпринимателей необходимо на уровне государства создать экономико-правовые условия, способствующие органическому сочетанию предпринимателей с интересами общества в целом»<sup>27</sup>. Именно государство в состоянии предоставить выгодные условия для благотворительной деятельности.

В свою очередь, бизнес-сообществу следует объединить усилия с тем, чтобы выработать систему мер по повышению социального статуса предпринимателя. В их числе такие, как: соблюдение профессионально-правственных норм деятельности и определенных морально-этических правил, обеспечивающих доверительные, партнерские отношения; проведение различных благотворительных акций; конструктивный диалог со средствами массовой информации; создание литературных премий, поддерживающих произведения о российских предпринимателях. Вместе с тем одним из важнейших факторов развития и формирования социальной группы предпринимателей является профессиональное образование, которое требует существенной перестройки для того, чтобы обеспечить формирование специалиста с заданным набором профессионально важных качеств, ценностей и норм морали.

В «Заключении» подводятся общие итоги работы, формулируются основные выводы.

**Основное содержание диссертации отражено  
в следующих публикациях:**

1. Харсеева Н.В. Специфика, социальный облик и статус московского купечества // Социально-гуманитарные знания. 2006. № 11. (0,3 п.л.)
2. Харсеева Н.В. Хозяйственный опыт московского купечества в кон-

---

<sup>27</sup> Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д. Российский предприниматель: некоторые аспекты современной жизни // Социологические исследования. 2006. № 11. С. 37.

тексте современной России: к постановке проблемы // Социально-гуманитарные знания. 2006. № 12. (0,3 п.л.)

3. Харсеева Н.В. Влияние русской литературы и современного кинематографа на формирование стереотипа предпринимателя // Социально-гуманитарные знания. 2007. № 7. (0,2 п.л.)

4. Харсеева Н.В. Предпринимательская и социальная деятельность женщины в дореволюционной России // Социально-гуманитарные знания. 2008. № 4. (0,2 п.л.)

5. Харсеева Н.В. Влияние позитивизма на мировоззрение и творчество П.Д. Боборыкина // Труды молодых ученых: Сб. ст. Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2006. (0,3 п.л.)

6. Харсеева Н.В. Москва в романе П.Д. Боборыкина «Китай-город» как социальный организм // Общество и право. 2007. № 2 (16). (0,5 п.л.)

7. Харсеева Н.В. Москва купеческая в романе П.Д. Боборыкина «Китай-город» и в «Письмах о Москве» // Материалы V Всероссийской читательской конференции молодых ученых. Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2006. (0,3 п.л.)

8. Харсеева Н.В. Творчество П.Д. Боборыкина как социальное исследование жизни // Теория и практика общественного развития. 2006. № 3 (6). (0,2 п.л.)

9. Харсеева Н.В. Благотворительность московского купечества: история и современность // Актуальные вопросы социогуманитарного знания. Краснодар, 2007. Вып. 2. (0,3 п.л.)

10. Харсеева Н.В. Влияние западников и славянофилов на идеологию и становление социального облика купечества // Актуальные социально-политические и правовые проблемы развития российского общества: Сборник материалов 1-ой всероссийской научной читательской конференции молодых ученых. Краснодар, 2007. (0,3 п.л.)

11. Харсеева Н.В. Женская мода в купеческой Москве как социальный феномен // Теория и практика общественного развития. 2007. № 1 (7). (0,2 п.л.)

12. Харсеева Н.В. Социокультурные аспекты предпринимательства в купеческой Москве рубежа XIX-XX веков // Материалы международной практической конференции: Гуманитарные аспекты народного образования. Иваново: Ивановский институт ГПС МЧС России. 2007. (0,3 п.л.)

13. Харсеева Н.В. Культурно-хозяйственный опыт предпринимателей: история и современность // Межвузовский сборник научных трудов: Материалы ежегодной конференции гуманитарного научного центра. Горячий Ключ, 2008. (0,2 п.л.)

14. Харсеева Н.В. Семиотика купеческой Москвы в романе П.Д. Боборыкина «Китай-город» // Семиотика культуры и искусства. Материалы Пятой международной научно-практической конференции: Семиотика культуры и искусства. Краснодар, 2007. Т. 2. (0,2 п.л.)

15. Харсеева Н.В. Московское купечество на рубеже XIX-XX веков: социокультурный анализ: Уч. пос. Краснодар, 2008. (3 п.л.)

Всего 6,8 п.л.

---

Подписано в печать 26.01.2009 г. Формат 60x84/16. Бумага офсетная.  
Ризография. Объем 1 печ. л. Тираж 110. Заказ № \_\_\_\_.

---

Отпечатано в типографии  
ООО Агрофирма «Центральная»  
350901, Калинино-1, г. Краснодар,  
ул. 40 лет Победы, 39