

УДК 94:316.613.4:364(47+57)"18/19"

DOI: 10.18324/2224-1833-2022-1-123-128

## Образ российского предпринимателя-мецената как социокультурное явление в переходный период развития общества (*сравнительно-исторический анализ*)

Н.Р. Новосельцев

Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева, пр. им. газеты Красноярский Рабочий, 31, Красноярск, Россия  
Snoopy87@mail.ru

Статья поступила 15.03.2022, принята 17.03.2022

*В статье проводится анализ купцов-меценатов в дореволюционной России и современных предпринимателей. До 1917 г. меценатство было развито намного больше, чем в современное время. Купцы жертвовали до 50% своих доходов на благотворительность. Так как после революции эти традиции были потеряны, после 1991 г. образовался новый слой предпринимателей, у которых еще не до конца сформировалась идентичность и, несмотря на ряд общих черт, многие черты расходятся.*

**Ключевые слова:** меценат, благотворительность, менталитет, предпринимательство, социальная идентичность, имидж, общественная деятельность, переходная эпоха.

## The image of a Russian patron entrepreneur as a sociocultural phenomenon in the transitional period of society development (*comparative historical analysis*)

N.R. Novoseltsev

Siberian State University of Science and Technology named after M.F. Reshetnev; 31, Krasnoyarsky Rabochy Ave., Krasnoyarsk, Russia  
Snoopy87@mail.ru

Received 15.03.2022, accepted 17.03.2022

*The article analyzes the activities of patron merchants in pre-revolutionary Russia and modern entrepreneurs. Until 1917 the patronage was developed to much greater degree than in modern times. Merchants donated up to 50% of their income to charity. Since these traditions were lost after the Revolution, after 1991 a new layer of entrepreneurs appeared, whose identity has not been fully formed yet, and despite a number of common features, many of them diverge.*

**Keywords:** philanthropist, charity, mentality, entrepreneurship, social identity, image, public activity, transitional era.

Феномен меценатства хорошо известен с давних времен. Было проведено немало исследований, посвященных анализу меценатства как социального явления [1], изучению различных форм его проявлений [2], обоснованию роли меценатства и возрождению его традиций в современной России [3], а также обращению к опыту богатых традиций дореволюционного меценатства [4]. Таким образом, благодаря произошедшим с начала 1990-х гг. общественным изменениям появились научные работы как в форме диссертационных исследований, так и монографий и статей, выполненных на стыке исторических, культурологических, философских и социологических наук.

В них явно прослеживается желание авторов провести параллели с современностью, актуализировать некоторые вопросы предпринимательской этики.

В рамках данного исследования будет рассмотрен образ российского предпринимателя-мецената в контексте его отличительных черт, характерных для общества, вступившего в переходный период своего развития. Как в таком обществе должен был действовать меценат, как в этих условиях складывался кодекс его поведения. Какие характерные и общие черты можно выделить. А также спроецировать данный подход на современных меценатов и увидеть, как трансформировались черты образа

дореволюционного мецената. Как изменились внутренние побуждающие мотивы.

Для данного исследования были выбраны два периода с интервалом в 100 лет. Первым переходным периодом стал промежуток с начала 1890-х гг. до 1917 г. В это время, как известно, набирал силу процесс модернизации. На это же время приходился так называемый «Золотой век меценатства». Вторым переходным периодом можно назвать начало рыночных реформ в Новой России с 1991 г. по первое десятилетие 2000-х гг. и связанного с этим возрождение предпринимательства и поиском его представителями своей идентичности в новых условиях, что включало и обращение к дореволюционному опыту.

Составляющую образа предпринимателя, его типичные черты и особенности следует искать в мотивах, побуждавших заниматься меценатством. В России благотворительность как организованная общественная система начала складываться с принятием христианства. В монографии Аронова А.А. отмечается, что характерные особенности российского предпринимательства были определены исторической традицией: едва зародившись, оно надолго связало себя с благотворительностью [5]. Однако стоит учитывать, что меценатство как вид общественно-полезных действий являлось частью благотворительности - более широкой по содержанию и охвату целенаправленной деятельности на пользу другим [6]. В целом меценатство подразумевает под собой поддержку и развитие объектов культуры, видов профессиональной культурной деятельности (искусство, наука, образование, просвещение). Такая деятельность, ее результаты и люди, осуществляющие ее, составляют национальное культурное достояние, тот пласт культуры, где создаются и сохраняются культурные ценности, значимые для воспроизведения общества в его своеобразии и равноправном участии в мировом культурном процессе [7].

Действительно, на менталитет российского предпринимателя православие оказало существенное воздействие. Меценатов из купеческих семей, выходцев из крестьянской среды и старообрядцев объединяла искренняя религиозность, так данные группы долгое время находились в стороне от секуляризационных процессов духовной жизни страны, не являлись выраженными адептами западной культуры, как дворянство. Сформированные таким образом религиозные воззрения предполагали и определенное отношение к богатству, наличие которого в отличие от протестантской этики, не рассматривалось как критерий успешности и избранности Богом. Скорее наоборот его видели отягчающим душу бременем, которое не позволяет полностью очистить совесть, поэтому важно с помощью него помочь тем, кто

нуждается. Таким образом, будучи глубоко верующими людьми, меценаты согласно православным представлениям о богатстве в наживе видели грех, способом искупления которого являлось пожертвование.

Конец XIX – начало XX вв. стало временем бурного развития капитализма в Российской империи. Великие реформы создали условия модернизационных процессов в экономике, значительно увеличилось число людей, занятых в предпринимательской деятельности. На рубеже веков среди меценатов числилось множество фамилий. Семейственность бизнеса была своеобразной чертой той эпохи. Поэтому образ предпринимателя-мецената трудно рассматривать отдельно от его династии.

Как отмечал в своих воспоминаниях Рябушинский В.П., почти все видные московские купеческие фамилии были крестьянского происхождения [8]. Поэтому добиться успеха в предпринимательской деятельности представлялось возможным лишь, полагаясь на собственные таланты и развивая интеллектуальный капитал. «Под талантом наличность и ума, и воли, и это в известном равновесии... Воля выражалась в выдержке и убийственном хладнокровии при удаче и неудаче [9]», - так характеризовал своего отца Владимир Павлович. К тому же успешный предприниматель должен был обладать чутьем и интуицией. Недаром В.П. Рябушинский сравнивал экономическую деятельность с войной, а московское купечество сравнивал с первыми московскими князьями [10]. Таким образом, одними из критериев определения феномена предпринимателя-мецената переходной эпохи следует рассматривать успешность и деловые качества (сочетание ума и силы воли).

Традиционные черты купеческой сословной замкнутости и профессиональной направленности нашли свое выражение в способах презентации своего бизнеса. В названии фирмы, как правило, встречалась фамилия основателя (Товарищество мануфактур, основанных И.И. Скворцовым), либо чаще несколько имен, говорящих о династических традициях того или иного семейства (Фабрично-торговое товарищество «А.И. Абрикосова и сыновья», торговый дом под фирмой «А.Н., Г. и Д. Ивана Хлудова сыновья», ткацкая фабрика под фирмой с 1883 г. «Вдова С.М. Шиббаева Е.В. Шиббаева», а позже с 1899 г. «Н-ки вдовы С.М. Шиббаева, Е.В. Шиббаевой»). Число семейных предприятий на рубеже веков, как было подсчитано Гаковым В. доходило до 60% от общего количества фирм [11].

Переходная эпоха, как известно, оказывает определенное воздействие на мотивы и цели тех или иных социальных действий. Как отмечалось в более ранних исследованиях, в частности Ароновым

А.А, не случайно значительные суммы перечислялись на образование. Предприниматели были заинтересованы в квалификации рабочих, способных овладеть новым оборудованием, новейшими технологиями в условиях растущей конкуренции [12]. Будет уместно привести несколько примеров, показывающих направления такой поддержки: М.С. Кузнецов, имевший 4 завода по производству фарфора, организовал школы с рисовальными классами [13], семья Шелапутиных – гинекологический институт при Московском университете, мужская гимназия им. Г. Шелапутина и ремесленное училище им. А. Шелапутина [14].

За многими преуспевающими фамилиями закреплялась репутация «потомственный благотворитель», что подразумевало и находило выражение в поддержке культуры, просвещения, медицины, науки, а также общественное признание. По мнению Г.Ф. Шафранова-Куцева, в основе русского меценатства переплелись предпринимательская смекалка, глубокая православная вера, общинный коллективизм, патриотизм, широта и щедрость русского национального характера. А в основе русской благотворительности были не только экономические возможности, но в первую очередь духовно-нравственные устои русского народа, некоторые особенности его национального характера [15]. Однако в мотивах общественной деятельности меценатов переходной эпохи следует видеть некоторые отличия, связанные с одной стороны с мировоззренческими трансформациями, а с другой с переосмыслением своей роли в истории страны.

Тем самым, во-первых, благодаря их уровню образованности и воспитанности стал возможен более широкий спектр реализации духовных потребностей, что привело к складыванию типажа интеллигента [16]. На примере семьи Рябушинских отчетливо прослеживается тенденция к повышению роли образования как критерия и залога успешной деятельности. Если Павел Михайлович, сын основателя династии Рябушинских, еще имел домашнее образование, то его дети уже получали необходимые знания в академиях и университетах. Сергей Павлович, Владимир Павлович, Павел Павлович, Степан Павлович, Дмитрий Павлович и Михаил Павлович окончили Московскую практическую академию коммерческих наук. Некоторые из них обучались за границей. Например, Сергей Павлович учился в Крефельде (Германия), а Владимир Павлович в Гейдельберге (Германия) [17]. Кроме того, Дмитрий Павлович стал крупным ученым-исследователем в области аэродинамики, а впоследствии и Членом-корреспондентом Французской АН. Безусловно, не каждый преуспевающий предприниматель-меценат мог являться профессионалом в области

искусства. Однако именно на рубеже веков стала заметна тенденция к появлению таких деятелей, которые в совокупности с глубокой образованностью и широтой кругозора являлись профессионалами в той или иной области (Например, знаменитый коллекционер И.А. Морозов или театральный деятель К.С. Станиславский).

Во-вторых, такой типаж сложно представить без идеи служения процветанию отечественной культуры. Как отмечала А.Л. Свердлова, российские буржуа, не имея высокого и более или менее официального статуса, стремились проявить себя в области, пользующейся общественным престижем. В данном случае служить процветанию российской культуры [18]. Однако необходимо и учитывать, что становление меценатства не всегда проходило стихийно. Известно, что имело место и влияние со стороны властей. Был придуман стимул – генеральский чин, который жаловался за пожертвование коллекции в пользу Академии наук [19]. В числе возведенных в дворянское достоинство можно выделить Бахрушина А.А. за переделку музея Академии наук, а также Шукина П.И., за передачу коллекции документов русской старины Историческому музею. Несмотря на сохранение сословного деления общества, к концу XIX в. в общественном сознании сохранялось двойственное отношение к купечеству. С одной стороны, тратящем на увеселения огромные суммы, а с другой – люди, добропорядочные и поглощенные своим делом, помогающие ближнему [20].

К началу XX в. дворянство постепенно исчерпало свой потенциал и утратило роль двигателя российского общества. В этом отношении наиболее ясно и последовательно показал происходящие общественные изменения А.П. Чехов в своем романе «Вишневый сад». Собирательный образ деятельного и успешного предпринимателя Лопахина был поставлен писателем в противовес дворянству, жившему прошлыми воспоминаниями и неспособному отвечать на новые вызовы. Отсюда становится понятным, почему не все меценаты стремились к получению дворянства, а тем более не превращали это в самоцель. Стремясь сохранить купеческую самобытность и более значимую для себя корпоративную принадлежность, Павел Михайлович Третьяков отказался от предложенного ему потомственного дворянства, также как и знаменитый коллекционер древностей А.А. Бахрушин. А социальный престиж уже зависел не только от происхождения, но и от личного успеха и активной общественной деятельности. Поэтому на уровне полемики в Государственной Думе А.И. Гучков мог открыто и с чувством собственного достоинства ответить своему оппоненту В.М. Пуришкевичу: «Я не только сын купца, но и внук крестьянина, который из крепостных

людей выбился в люди своим трудолюбием и упорством [21]».

В-третьих, деятельность меценатов имеет смысл рассматривать, как общественную. Считается, что общественная деятельность была необходима купечеству. К тому, чтобы быть на виду и решать социально значимые проблемы, их подталкивала жизнь, так как создать богатство было нелегко, а сохранить еще труднее. К тому же занятие меценатской деятельностью позволяло разнообразить свой досуг и самообразовываться, расширять кругозор [22]. Но помимо активной жизненной позиции и богатого кругозора требовались и бойцовские качества для борьбы за своих авторов с рутинной и бюрократизмом. Новикова С. приводит в своей статье следующие примеры: долгая борьба за открытие Народного университета им. Шанявского его вдовы Л.А. Шанявской [23]. Кроме того, недостаточная разработанность в законодательстве России вопроса об авторском праве и патентах и тем более смутное представление о нем творцов вынуждало меценатов принимать оригинальные меры в целях защиты от нечистошлотных издателей. Так петербургский купец-лесопромышленник М.П. Беляев официально регистрировал свои музыкальные издательства в Лейпциге в нотопечатне Рёдера. Тем самым, авторы-композиторы оказывались под защитой германских законов [24].

Как видно, под влиянием различных духовных запросов, а также зачастую и склонностей, деятельность меценатов отличалась богатым разнообразием. Издательство: литературно-художественный журнал «Золотое Руно» (Рябушинский П.Н.), Щепкинская библиотека (Солдатенков К.Т.). Коллекционирование: Хлудовская библиотека рукописей и старопечатных книг при Никольском монастыре (Хлудов А.И.), коллекция древностей разных эпох и периодов (Боткин М.П.). Музыка, театр, опера: Оперный театр Зимина на Большой Дмитровке (Зимин С.И.), новая театральная система (К.С. Алексеев-Станиславский). Наука: стипендии студентам, организация экспедиции кружка молодых биологов в Южную Америку (Н.В. Мешков), финансирование экспедиции 1908-09 гг. по изучению Сибири и Камчатки (Ф.П. Рябушинский).

Как было отмечено в более ранних исследованиях, к 1900-м гг. обозначилась тенденция к объединению буржуазии с интеллигенцией с целью подготовки программы к экономическому развитию России. С 1908–1912 гг. в особняках Коноваловых и Рябушинских проводились «экономические беседы» [25]. Отсюда можно сделать вывод о том, что в переходную эпоху предпринимателем-меценатом осознавалась необходимость упрочнения своего социального престижа и значимости. А

также необходимость занять выгодную социально-статусную позицию в меняющихся условиях.

Следовательно, можно выделить конкретные направления деятельности преуспевающих меценатов:

1) основная хозяйственная деятельность по накоплению и сохранению, сочетавшая одну или несколько отраслей производства;

2) общественная деятельность (члены коммерческого суда, почетные члены совета коммерческого училища, председатели или члены биржевых комитетов и обществ, члены религиозных общин), причем не исключалось и продвижение по Табели о рангах;

3) поиск внутреннего самовыражения, реализация своих культурных запросов в сочетании с традиционными представлениями о благотворительности, что отчетливо проявлялось в форме меценатства;

4) наконец, относительно новый способ заявить о себе – политическая деятельность после 1905 г. (деятельность партии «Союз 17 октября» во главе с А.И. Гучковым, а в особенности, созданной в 1912 г. Прогрессивной партии, партии бизнеса, одними из лидеров которой были П.П. Рябушинский и А.И. Коновалов).

Делая промежуточные выводы, можно говорить о том, что образ дореволюционного мецената во многом был связан с традиционными ценностями и особенностями менталитета жителей России, но в то же время на него существенно повлияли и дали своеобразный импульс Великие реформы и последовавший за ним процесс модернизации экономики страны. В то же время бесспорна его социальная значимость, связанная с искренним служением своему Отечеству, за судьбу которого предприниматели видели личную ответственность. Вместе с тем, понимая свою роль, как определенную идею служения, выраженную в том, чтобы не только самим иметь доступ к тем или иным достижениям науки и искусства, но и предоставить такую возможность остальным гражданам, тем самым осознавая национальную значимость своих действий и укрепляя национальную гордость народа.

В процессе рыночных реформ 1990-х гг. произошло возрождение рыночных отношений, в том числе и традиций меценатства. Однако, по мнению некоторых исследователей, 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 [26]. В эту переходную эпоху перед

начинающими предпринимателями стояла та же самая проблема – поиск социальной идентичности. Одной из ее черт была, безусловно, ориентация на опыт их предшественников столетней давности. Но, тем не менее, образ современного мецената имеет свои особенности.

Во-первых, была утеряна неповторимая религиозность, воспитанная поколениями, которая сочетала в себе идею служения и помощи ближнему. Во-вторых, были забыты семейные традиции ведения бизнеса. В-третьих, в силу утраты большинства традиций русской благотворительности приходилось набираться опыта ведения бизнеса, корпоративной и деловой этики на западных образцах. В силу этого возникли инновационные формы благотворительности: эндаумент, франдайзинг, спонсоринг, венчурная благотворительность [27].

Как корпорация предприниматели находились и находятся в процессе становления. Современный предприниматель-меценат, как и 100 лет назад, заинтересован в повышении социального престижа. Как полагают современные исследователи, в современные отношения благотворительности между ее объектом и субъектом все чаще встраивается рационализм, прагматизм, расчет ситуативной выгоды [28]. Кроме того, в традициях современного российского предпринимательства пока нет практики формирования представлений о влиянии неэкономической деятельности на его экономические показатели [29]. Но вместе с тем можно проследить постепенное развитие социальной ответственности бизнеса и социального партнерства. Что связано с институциональным оформлением предпринимательства и развитием гражданского общества.

Для современного мецената имеют значение каналы распространения информации. Прежде всего, разнообразные СМИ (как способ поиска рыночной ниши через выстраивание позитивного имиджа) [30]. Таким образом, меценаты обеих эпох рассматривали благотворительность как способ выстраивания связей с окружающей средой. Но при этом отличались побуждающие мотивы, что следует искать в различиях образования, менталитета и влияния традиций.

По направлениям сфер деятельности сохранилась традиционная поддержка искусства: «Фонд развития Эрмитажа» (В. Потанин), художественная премия им. Кандинского (Шалва Бреус), музей русской иконы (М. Абрамов), фестиваль русского искусства «Неизвестная Сибирь (М. Прохо-

ров). Музыка, театр, литература: литературная премия «Дебют» (А. Скоч), руководство Михайловским и Новосибирским театрами (В. Кехман). Разные направления: Фонд искусство, наука, спорт (А. Усманов), Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» (А. Мамут, С. Адоньев). Поддержка кино: генеральный директор «Росгосстрах» М. Хачатуров. Поддержка науки осуществляется в основном в форме грантов.

В целом у современных меценатов до сих пор продолжается поиск самоидентичности, для которого требуется примерно три поколения, когда профессиональные качества могут выразиться наиболее ярко. Поэтому современные меценаты, несмотря на их деятельность не вполне готовы к широкой и систематической деятельности по поддержке искусства и науки.

Подводя итог, можно сказать, что меценатство как социокультурный феномен переходной эпохи, как тогда, так и сейчас, определенным образом ориентировано на поиск социальной идентичности, что приобретало формы духовного поиска и мировоззренческого выбора. На фоне неоднозначной общественной оценки феномена меценатства, а шире благотворительности в дореволюционной России, его непосредственным представителям была необходима непрерывная общественная деятельность и активная жизненная позиция, а также богатые духовные запросы и потребности, наконец, интуиция. Во многом перспективы развития современного предпринимательства, с точки зрения его нравственной, этической и профессиональной оценки связаны с общественной деятельностью современных успешных предпринимателей в качестве благотворителей, меценатов или спонсоров. И как уже было отмечено, важным критерием деятельности меценатов обеих эпох являлась их успешность в делах и профессиональная компетенция. В конце концов меценатов отличало и должно отличать особое понимание своей роли в судьбе Отечества по сохранению и распространению национальной культуры. Однако, сравнивая внутренние побуждающие мотивы меценатов разных эпох, важно помнить о ментальной составляющей образа делового человека. Поэтому феномен меценатства должен исследоваться комплексно, включая его культурологическое и философское переосмысление, так как его социальная значимость очевидна, но перспективы могут иметь место только при сохранении и накоплении позитивного опыта, развитии социального партнерства и ответственности бизнеса.

*Литература*

1. Свердлова А.Л. Меценатство как социальное явление: российская традиция и современность: дис. ... канд. социол. наук. М., 2000. 216 с.
2. Анисина Е.А. Формирование моделей меценатства в России: дис. ... канд. культ. наук. Саранск, 2009. 184 с.
3. Мальгина М.В. Благотворительность и меценатство как социальные формы бизнеса в социокультурном развитии России: дис. ... канд. социол. наук. Омск, 2011. 186 с.
4. Гаков В. Жизнь удалась? М.: Добрая кн., 2007. С. 200.
5. Аронов А.А. Золотой век русского меценатства. М.: Изд-во МГУКИ, 1995. С. 55.
6. Боханов А.Н. Исторические портреты: Савва Мамонтов // Вопросы истории. 1990. № 11. С. 48-67.
7. Пешкова Н.Н. Традиционные и инновационные формы благотворительности в России // Омский науч. вестн. 2011. № 5 (101). С. 43-44.
8. Рябушинский В.П. Купечество московское (отрывки из воспоминаний) // Родина. 1992. № 8-9. С. 173-174.
9. Рябушинский В.П. Купечество московское (отрывки из воспоминаний) // Родина. 1992. № 8-9. С. 173.
10. Рябушинский В.П. Купечество московское (отрывки из воспоминаний) // Родина. 1992. № 8-9. С. 174.
11. Гаков В. Жизнь удалась? М.: Добрая кн., 2007. С. 300.
12. Аронов А.А. Золотой век русского меценатства. М.: Изд-во МГУКИ, 1995. С. 70.
13. 1000 лет русского предпринимательства: из истории купеческих родов / сост. О. Платонова. М.: Современник, 1995. С. 300.
14. 1000 лет русского предпринимательства: из истории купеческих родов / сост. О. Платонова. М., 1995. С. 400.
15. Шафранов-Куцев Г.Ф. Благотворительность в России: традиции и современность // Вестн. Тюменского гос. ун-та. 2009. № 4. С. 20-32.
16. Аронов А.А. Золотой век русского меценатства. М., 1995. С. 100.
17. Рябушинский В.П. Купечество московское // Родина. 1992. № 8-9. С. 175.
18. Свердлова А.Л. Меценатство в России как социальное явление // Социс. 1999. № 7. С. 134-137.
19. Новикова С. Из истории отечественного меценатства // Посев. 1992. № 2 (1406). С. 106-107.
20. Милехина Т.А. Образ предпринимателя в русской словесности // Вестн. ОГУ. 2005. № 11. С. 108-110.
21. Аронов А.А. Золотой век русского меценатства. М., 1995. С. 105.
22. Новикова С. Из истории отечественного меценатства // Посев. 1992. № 2 (1406). С. 108-109.
23. Новикова С. Из истории отечественного меценатства // Посев. 1992. № 2 (1406). С. 109-110.
24. Новикова С. Из истории отечественного меценатства // Посев. 1992. № 2 (1406). С. 110-111.
25. Петров Ю. Предприниматели и русское общество в начале XX века // Свободная мысль. 1992. № 17. С. 47-48.
26. Милехина Т.А. Образ предпринимателя в русской словесности // Вестн. ОГУ. 2005. № 11. С. 110-114.
27. Пешкова Н.Н. Традиционные и инновационные формы благотворительности в России // Омский науч. вестн. 2011. № 5 (101). С. 44-46.
28. Петрова А.В. Социально-ролевое партнерство в современной российской благотворительности // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. СПб., 2003. С. 491-502.
29. Вандышев М.Н., Петрова Л.Е. Экономическая мотивация благотворительной деятельности (на примере предприятий Екатеринбургa): сб. ст. СПб.: Лики России, 2003. С. 503-510.
30. Вандышев М.Н., Петрова Л.Е. Экономическая мотивация благотворительной деятельности (на примере предприятий Екатеринбургa): сб. ст. СПб., 2003. С. 510-520.