

УДК 070"18"
ББК 76.01(2)

А.И. Станько

**А.П. ЧЕХОВ
О РЫНОЧНЫХ
ОТНОШЕНИЯХ В РОССИИ
ПОСЛЕ РЕФОРМЫ
1861 ГОДА**

В статье исследуются произведения А.П. Чехова 1880–1890-х годов, отражающие в художественной и публицистической форме сложный процесс становления рыночных отношений в пореформенной России.

Ключевые слова: рыночные отношения, рекламный бизнес, сенсация, финансовая грамотность населения, фелетон, пародия.

Станько Александр Иванович – доктор филологических наук, профессор кафедры истории журналистики Южного федерального университета, действительный член Академии наук региональной печати России
Тел.: (863) 264-16-38

После введения крестьянской реформы 1861 г. в России нарастающими темпами развиваются капиталистические отношения. Вслед за опубликованием «Положения 19 февраля» начинается выкуп земли крестьянами, сначала зажиточными, потом победнее. Но «откупившись» от помещиков, крестьяне должны были платить долг правительству за полученную ссуду на покупку земли. Сумма недоимок по выкупным платежам росла из года в год.

Крестьяне, получившие от помещиков худшие участки земли в результате реформы, отказывались в ряде случаев подписывать уставные грамоты или бросали свои наделы, не имея возможности их обрабатывать, и пополняли армию пролетариев. Протесты крестьян против реформы принимали различные формы – от жалоб на помещиков до открытого неповиновения властям.

Происходило расслоение крестьянства на бедняков, середняков, кулаков. На Дону богатые крестьяне арендовали станичные войсковые земли, ускоряя процесс расслоения казачества. Чтобы нести военную и полицейскую службу, казак должен был купить себе коня и снаряжение. Источником доходов служил пай, который сокращался в связи с ростом семьи и последующими разделами. Приходилось отдавать пай в аренду. Объявления о продаже, купле и аренде земли вышли на передний план в прессе.

Если сельский житель, приспосабливаясь к новым веяниям в эко-

номике, вынужден был осваивать такие понятия, как уставные грамоты, выкупные платежи и т.п., то обитатели городов, в том числе устремившиеся на промышленные предприятия в поисках заработка бывшие крепостные крестьяне, сталкивались с такими явлениями, как биржа, банковская контора и др., определявшими жизненный уклад капиталистического общества. В очерке «Велик Бог земли русской», опубликованном в демократическом журнале «Современник», В. Якушкин убедительно изобразил типичную психологическую коллизию: получившие личную свободу крестьяне слушают текст манифеста и не в силах уразуметь не только отдельных слов, но и его смысла в целом.

В условиях становления российской рыночной экономики возросло число обманутых вкладчиков, держателей акций, жертв финансовых пирамид из среднего сословия и малоимущих граждан. Немаловажную роль при этом играла реклама в прессе. Русский читатель, привыкший к официальным изданиям, воспринимал печатное слово как санкционированное властями. Реклама являлась важным источником материального существования для частных изданий, и проверка финансового состояния, нравственного облика рекламодателей не входила в компетенцию издателей, заинтересованных лишь в ее получении. Таким образом, реклама фактически играла роль пособника мошенникам, если обещала доверчивым читателям скорое обогащение без достаточных на то оснований.

История российской пореформенной прессы свидетельствует о постановке прогрессивными публицистами актуальной проблемы – финансовой грамотности населения как противовеса спекулятивной деятельности в области рекламного бизнеса и экономического мошенничества. Одним из способов решения этой проблемы являлось публичное разоблачение механизма обмана населения при оказании ему финансовых услуг.

Другой путь решения насущной проблемы заключался в популяризации экономических знаний среди населения. Подобные публикации появлялись на страницах демократических журналов «Отечественные записки», «Русская мысль», газеты «Неделя». С целью финансового просвещения населения периодические издания вводили специальные рубрики, консультировали читателей по экономическим вопросам, разъясняли такие явления рыночной экономики, как акции, дивиденды и т.п.

В раннем творчестве Чехова особое место занимает цикл его отчетов о заседании московского окружного суда «Дело Рыкова и комп. (от нашего корреспондента)», помещенный в «Петербургской газете» за подписью «Рувер» (1884, № 324–338, 340).

Чехов документально освещает ход нашумевшего процесса о судьбе одной из первых в России финансовых пирамид. Ее организаторы собрали мизерный капитал, объявили проценты, которые «не снились нашим

мудрецам», дали «шестиэтажную рекламу», и сумма вкладов превысила 11 млн рублей. С этими вкладами производились «фокусы», так что в конце концов в банке осталось всего 4000 рублей.

Перед читателем предстает портретная галерея обвиняемых, защитников, свидетелей. Главная фигура процесса директор общественного банка Рыков – толстый, приземистый мужчина с короткой шеей и огромной лысиной: «Его маленькие, почти китайские глаза, утонувшие в морщинах, пугливо бегают по сукну судейского стола» [Чехов, т. 16, с. 180]. Портрет Рыкова дан в динамике, автор вводит новые детали. Черты характера Рыкова высвечиваются из показаний потерпевших и реакции на них подсудимого, равнодушного к судьбам обманутых им людей.

Писателя волнует нравственная сторона происходящего. Среди «объегоренных» вкладчиков духовенство, мелкие чиновники, военные, учителя: «На удочку попадались большею частью малоимущие» [Чехов, т. 16, с. 183]. Как раз это обстоятельство мало кого интересует. Среди публики преобладают дамы, которые в бухгалтерии ничего не понимают и пришли «созерцать». Их бинокли бегают по лицам, как испуганные мыши, воцаряется скука: начинается монотонное чтение длиннейшего в мире обвинительного акта, цифр в нем больше, чем букв.

Поставленная в отчетах Чехова нравственная проблема, прозвучавшая при раскрытии им новой формы финансового мошенничества, была замечена современниками. В. Гиляровский, освещавший ход процесса в газете «Русские ведомости» и акцентировавший в своих репортажах внимание читателя на внешней стороне дела, назвал отчеты Чехова «прекрасными».

В рассказе «Житейские невзгоды» (1887) Чехов рассматривает аналогичную историю на примере судьбы одного человека, однако название и содержание произведения свидетельствуют о злободневности случившегося для большого круга обывателей.

Лев Иванович Попов, «несчастный на службе и в семейной жизни», «приобрел в банкирской конторе Кошкера выигрышный билет 1-го займа на условиях погашения ссуды частями в виде ежемесячных взносов и теперь высчитывал, сколько ему придется заплатить за все время погашения и когда билет станет его полною собственностью» [Чехов, т. 6, с. 137].

Насыщенная специальной терминологией завязка рассказа преследует пародийные цели, основанием для этого является, скорее всего, рекламная приманка финансовой авантюры, которой поддался герой произведения. Доверчивость и наивное желание Льва Ивановича решить жизненные проблемы с помощью выигрышного билета создают в дальнейшем конфликтную ситуацию.

Лев Иванович пытается, следуя логике финансового документа, вывить искомый результат, сулящий ему прибыль. Однако хитросплетене-

ния условий залоговой квитанции заводят его в тупик: «Билет стоит по курсу 246 рублей. Дал я задатку 10 рублей, значит, осталось 236. Хорошо-с... К этой сумме нужно прибавить проценты за один месяц в размере 7% годовых и $\frac{1}{4}$ % комиссионных, гербовый сбор, почтовые расходы на пересылку залоговой квитанции 21 коп., страхование билета 1 руб. 10 коп., за транзит 1 руб. 22 коп., за элеватор 74 коп., пени 18 коп.». Начинается цифровая круговерть, от исхода которой теперь зависит благосостояние и психическое здоровье героя.

Житейские невзгоды одолевают Льва Ивановича во время напряженной умственной работы: за перегородкой стонет больная жена, сверху доносится музыка, за стенкой студент-медик бормочет заданный урок. К звуковым раздражителям добавляются запахи карболки, йода и других лекарств. Цифры, которыми оперирует Лев Иванович, наряду со звуками и запахами, символизируют безысходность жизненной ситуации, в которой пребывает герой рассказа.

По мере продолжения расчетов финансовые (и не только) термины нарастают как снежный ком, и Лев Иванович уже не в силах совладать с ними. Вслед за репликами «Хорошо-с» и «Ну-с!» он бросает «Тьфу!», приближаясь к развязке: «Значит, в феврале 1903 года я буду должен 208 руб. 7 коп. Хорошо-с. Теперь, прибавляя 7% годовых, $\frac{1}{4}$ % комиссионных, куртажа 74 коп. ... Тьфу! $\frac{1}{4}$ % комиссионных ...то есть, что же я? За вычетом прибыли от купонов, с прибавлением 7% годовых за месяц вперед, $\frac{1}{4}$ % комиссионных...». Только «часа три спустя Попов подвел последний итог. Оказалось, что за все время погашения придется заплатить банковской конторе Кошкера 1 347 821 руб. 92 коп., и что если вычтешь отсюда выигрыш в двести тысяч, то все же останется убытку больше миллиона». Крах в расчетах на успех привел к нервному срыву: «Увидев такие цифры, Лев Иванович медленно поднялся, похолодел... На лице у него выступило выражение ужаса, недоумения и оторопи, как будто у него выстрелили под самым ухом... Попов вытер холодный пот, опять сел за стол и, встряхнув счеты, сказал: – Надо проверить... Очень возможно, что я немного ошибся... Наутро его свезли в больницу».

Выдержанная в стиле ранних чеховских фельетонов за подписью «Антоша Чехонте» юмористическая и одновременно драматическая развязка наглядно иллюстрирует судьбу «незаметного» (О.Л.Книппер-Чехова) человека, ставшего жертвой новой формы искусно маскируемого банковского мошенничества. Финансовые расчеты, приведенные в «Житейских невзгодах», дали основание современному ученому-экономисту назвать этот рассказ «экономическим шедевром Антоши Чехонте» и признать его актуальность для нынешних «российских банков с предоставлением кредита на затуманенных условиях» [Мамедов, 2008].

После введения крестьянской реформы 1861 г., открывшей путь к быстрой капитализации экономики России, наступил новый этап в раз-

витии рекламного дела. Постановление 1862 г. «Временные правила по цензуре (с особыми прибавлениями)» снимало ограничения на частные объявления и разрешало продажу газет в розницу. Тем самым создавались благоприятные условия для получения их владельцами новых источников доходов. Погоня за барышами побуждала издателей увеличивать объем коммерческой рекламы, совершенствовать формы ее подачи и способы привлечения рекламодателей. Существование частных изданий ставится в прямую зависимость от количества подписчиков и доходов от рекламы. Определяется тесная связь этих двух факторов в движении прессы по пути коммерциализации и растущей конкуренции.

Формы и методы рекламной деятельности вызвали критические замечания современников, обусловленные как низким уровнем профессионализма копирайтеров, так и меркантильными интересами издателей. Выявляются такие негативные стороны рекламы, как примитивность, навязчивость, недобросовестность. На это обратил внимание Чехов.

Своеобразным комментарием к отделу объявлений «Донской пчелы» служила небольшая чеховская юмореска «Америка в Ростове-на-Дону», опубликованная в журнале «Зритель» (1883, № 21): «Последние номера “Донской пчелы” украшены следующими курьезными объявлениями: жена моя, Ефросинья Александровна, сбежала, “где ее жизнь и ее счастье” с одним прапорщиком, а как мне и без нее хорошо, то прошу, во-1-х, никогда ко мне не возвращаться, во-2-х, кто разыщет ее – также не доставлять ко мне и в-3-х, дальнейшего прибавления к моему роду – не признаю, за исключением двух наших детей Александра 4-х лет и Евгении 4-х месяцев. Яков Сильвестрович Рыбалкин.

Это объявление навело нас на следующие благочестивые размышления:

- 1) А что, если кто-нибудь разыщет вероломную и не послушается, доставит ее почтенному Якову Сильвестровичу? Что тогда будет?
- 2) Сколько получил за строчку почтенный Яков Сильвестрович? “Анекдот из его жизни” так интересен, что число читателей “Донской пчелы” по его милости в эти последние дни по меньшей мере утроилось... Но вернее всего, что гонорар за это объявление получил сам г. Тер-Абрамиан, “издатэл и редахтур»... Этот редактор считает вышеописанную статью только объявлением. Он не признает юмористом никого, кроме себя...
- 3) Слог объявления слишком напоминает слог г. Тер-Абрамиана... Не пошутил ли над публикой сам маститый “издатэл”?»

Чеховский юмористический комментарий пародирует форму и стиль газетного объявления. В нем три пункта, как и в тексте первоисточника, обыграна полуграмотная подпись, сатирически представлена личность малокомпетентного редактора

Чеховская пародия привлекала внимание к важному социальному явлению: внедрению рекламы в интимную сферу межличностных отношений. Спустя 23 года в России появилась «Брачная газета», в которой подобная практика стала обыденной.

Помимо иронических насмешек над содержанием и стилем объявлений ростовской газеты, чеховская юмореска «Америка в Ростове-на-Дону» касалась общих проблем и перспектив развития рекламного дела. Не случайно автор дал ей такое заглавие, никак не обыгранное в тексте, хотя сам факт контрастного географического сопоставления города и страны носит сатирический характер.

Реклама в местной прессе вслед за столичной обрела черты, присущие журналистике капиталистических стран. «Петербургский листок» писал в статье «Реклама в Америке», что «нигде реклама не достигает таких грандиозных размеров», как в этой стране. Торговые и промышленные фирмы затрачивают ежегодно на объявления суммы, представляющие собой целые состояния, как, например, фабрика швейных машин Зингера – 335 тыс. долларов. «Фабрика паровых машин и земледельческих орудий, принадлежащая Стюарту и К°, – сообщал далее «Петербургский листок», – издает очень интересно составленный литературно-художественный журнал, который в числе 50 000 экземпляров бесплатно рассылается в самые отдаленные уголки Северной Америки. На полях и в промежутках между статьями отпечатаны разноцветными красками следующие фразы: “Покупайте изделия только фабрики А.Т. Стюарта и К°” или “Кто желает мало пахать, но много собрать и дорого продать, тот должен исключительно покупать земледельческие орудия, изготовленные на фабрике А.Т. Стюарта и К° в Бруклайне” и т.д». (1892, № 304).

Хотя приемы подачи рекламы в отечественной прессе не были столь изощренными, как в американской, в ней комплексно использовались языковые средства для зрительного, слухового, кинестического воздействия на читательское восприятие, возрастала роль увещевания и внушения, усиливалась эмоциональная, рациональная, эстетическая, утилитарная, престижная мотивация, применялись игра шрифтов, контрастность, цвет, «воздух» и прочие оформительские средства. Приманкой для читателя служили ссылки на авторитеты и высказывания потребителей, указания на умеренные цены и дополнительные бесплатные услуги, апелляция к корпоративным или патриотическим чувствам, ситуация «цейтнота» и иллюзия выгодного выбора, опора на архетипы и т.д.

Формы и методы подачи такой рекламы сатирически изобразил Чехов в рассказе «Общее образование (Последние выводы зубоврачебной науки)», опубликованном в «Петербургской газете» (1885, № 268): Преуспевающий дантист советует неудачливому коллеге, как поставить дело: «...нужна реклама. Продай последние брюки, а напечатай объявление».

ние. Печатай каждый день во всех газетах. Ежели кажется тебе, что простых объявлений мало, то валяй с фокусами: вели напечатать объявление вверх ногами, закажи клише “с зубами” и “без зубов”, проси публику не смешивать тебя с другими дантистами, публикуй, что ты возвратился из-за границы, что бедных и учащихся лечишь бесплатно» [Чехов, т. 14/15, с. 150].

Заголовок чеховской юморески «Общее образование (Последние выводы зубоврачебной науки)», имеет отношение не только к карьере начинающего дантиста, но и к роли рекламы в постановке собственного дела в рыночных условиях. Как и в юмореске «Америка в Ростове-на-Дону», в этом рассказе Чехов охарактеризовал сущность и место рекламного бизнеса в русской пореформенной жизни.

Наряду с бумом рекламного бизнеса, характерным явлением столичной и местной прессы 1880–1990-х гг., прежде всего бульварной, стало увеличение удельного веса сенсационных публикаций с целью привлечения внимания массового читателя, а значит, и рекламодателей. Сообщения об убийствах, кражах, пожарах подавались газетами в сводках первоочередных новостей, отчеты о судебных заседаниях с разбором криминальных дел занимали целые полосы.

Тяготение прессы к сенсационным новостям стало предметом сатирических выступлений Чехова. В небольшой юмореске «Письмо к репортеру», опубликованной в журнале «Осколки» (1884, № 23) под псевдонимом «Человек без селезенки», Чехов воспроизвел весь арсенал сенсационных сообщений, постоянно присутствующих на страницах бульварных газет: «М.г! Мне все известно! На этой неделе было шесть больших и четыре маленьких пожара. Застрелился молодой человек от пламенной любви к юной девице, эта же девица, узнав о его смерти, помешалась в мыслях. Повесился дворник Гускин от неумеренного употребления. Потонула вчерашнего числа лодка с двумя пассажирами и маленьким дитем... Бедное дите! В “Аркадии” какому-то купцу прожгли на спине дыру и чуть шеи не сломали. Поймали четырех прилично одетых жуликов, и произошло кораблекрушение товарного поезда. Все мне известно, милостивый государь! Сколько разных приятных случаев, сколько у вас теперь денег и вы мне ни копейки!.. Этак хорошие господа не делают! Ваш портной Змирлов» [Чехов, т. 3, с. 23].

В этой маленькой юмореске представлен не только номенклатурный перечень сенсационных сообщений бульварных газет, которым ограничивались их новостные отделы, но и содержался намек на меркантильный характер таких публикаций, от которых, однако, нет никакой пользы для обывателя.

Изображая русскую действительность после 1861 г., Чехов отметил ее характерную черту: симбиоз новых явлений капиталистической формации со старыми крепостническими порядками. Эта тема получила твор-

ческое воплощение в его художественно-публицистических очерках «Остров Сахалин». Такие уродливые явления сахалинской жизни, как телесные наказания ссыльных, наличие каторжной прислуги у частных лиц, злоупотребление властью местными чиновниками, дают основания для вывода, что каторгу на острове свели к крепостничеству.

Быт семейства тюремного зрителя напоминает описанную Гоголем картину барской жизни: «Зритель все ходит от амбара к амбару и все звенит ключами – точь-в-точь как помещик... Жена его сидит около дома в палисаднике, величественная, как маркиза, и наблюдает за порядком. Ей видно, как... с выражением рабского усердия ходит каторжный садовник, ... как с реки, где арестанты ловят рыбу, несут отборную, здоровую кету, ... которая идет ... на балычки для начальства. Около палисадника прогуливаются барышни, одетые, как ангельчики; на них шьет каторжная модистка...» [Чехов, т. 14/15, с. 150]. По этому поводу Чехов замечает: «Отдача каторжных в услужение частным лицам находится в полном противоречии со взглядами законодателя на наказание: это не каторга, а крепостничество».

Сахалинские чиновники ничем не отличаются от столичных: здешний окружной начальник окончил курс по юридическому факультету, а зритель тюрьмы служил когда-то в петербургской полиции. «В новой истории Сахалина, – пишет Чехов, – играют заметную роль представители позднейшей формации, смесь Держиморды и Яго, – господа, которые в обращении с низшими не признают ничего, кроме кулаков, розг и извозчичьей брани, а высших умиляют своей интеллигентностью и даже либерализмом» [Чехов, т. 14/15, с. 320].

Чиновники развращают каторжан. Чехов упоминает о каторжнике Золотарева, «который водил компанию с чиновниками, кутил с ними и играл в карты; когда жена этого каторжника заставляла его в обществе чиновников, то начинала срамить его за то, что он водит компанию с людьми, которые могут дурно повлиять на его нравственность» [Чехов, т. 14/15, с. 319].

Существующие на каторжном острове порядки являются продолжением беззакония, бездушно-полицейского отношения к человеческой личности, отсталого судопроизводства, буржуазной алчности, которые царят на материке.

Угольными копиями на острове владеет акционерное общество «Сахалин». Отмечая «исключительную тяжесть рудничных работ», Чехов делает такое сопоставление: «Кто знаком с постановкой дела в наших донецких шахтах, тому дуйский рудник не покажется страшным» [Чехов, т. 14/15, с. 139]. По закону акционеры обязаны использовать труд каторжан, но они предпочитают привлекать к работе вольнонаемных, труд которых производительнее, и состоятельные каторжане нанимают вместо

себя поселенцев, что известно администрации. Сахалин – это Россия в миниатюре, таков итог наблюдений и размышлений автора.

Таким образом, представленные в разных жанрах Чеховым явления пореформенной действительности раскрывают социальную и нравственную сущность сложного процесса становления рыночных отношений в России.

Литература

1. *Мамедов О.* Экономический шедевр Антоши Чехонте // Академия. Ростов н/Д, 2008. № 12.
2. *Чехов А.П.* Полное собрание сочинений и писем. Сочинения в восемнадцати томах. М., 1974–1984.