

RU

Искусство как бизнес: дискурс предпринимателя в романе М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея»

Плахин Н. С.

Аннотация. В данной статье впервые проводится комплексный анализ дискурса предпринимателя в романе М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея» в контексте трансформации американского предпринимательского идеала. Статья исследует эволюцию образа предпринимателя-творца в американской литературной традиции от Б. Франклина до современности на примере главных героев романа, создающих комиксы в «Золотой век» этой индустрии. Научная новизна исследования заключается в выявлении уникальной модели взаимодействия художественного самовыражения и коммерческой деятельности в произведении современного американского автора, а также в раскрытии архетипических черт «предпринимателя-творца» в контексте капиталистической системы XX века. Цель исследования – определить специфику репрезентации дискурса предпринимателя в американской литературе XXI века на материале романа М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея» и его связь с американской традицией. В статье рассматривается путь становления Джо Кавалера и Сэма Клея в бурно развивающейся индустрии комиксов США 1930-1940-х годов как метафора творческого предпринимательства. В результате исследования установлено, что в дискурсе предпринимателя как в американской традиции, так и в романе М. Шейбона можно выявить тип «предприниматель-творец», в котором сочетаются как желание достичь коммерческого успеха, так и жажда творческого самовыражения, находящиеся в постоянном диалектическом взаимодействии.

EN

Art as business: the entrepreneur's discourse in Michael Chabon's novel “The Amazing Adventures of Kavalier & Clay”

N. S. Plakhin

Abstract. This article presents, for the first time, a comprehensive analysis of the entrepreneur's discourse in Michael Chabon's novel “The Amazing Adventures of Kavalier & Clay” in the context of the transformation of the American entrepreneurial ideal. The article explores the evolution of the image of the entrepreneur-creator in the American literary tradition, from Benjamin Franklin to the present day, using the example of the novel's protagonists, who create comics in the “Golden Age” of this industry. The scientific originality of the study lies in identifying a unique model of interaction between artistic self-expression and commercial activity in the work of a modern American author, as well as in revealing the archetypal features of the “entrepreneur-creator” in the context of the capitalist system of the 20th century. The study aims to determine the specifics of the representation of the entrepreneur's discourse in 21st-century American literature, based on the material of Michael Chabon's novel “The Amazing Adventures of Kavalier & Clay”, and its connection with the American tradition. The article examines the path of Joe Kavalier and Sam Clay's formation in the rapidly developing American comic book industry of the 1930s and 1940s as a metaphor for creative entrepreneurship. The study finds that in the entrepreneur's discourse, both in the American tradition and in Michael Chabon's novel, it is possible to identify the type of “entrepreneur-creator”, which combines both the desire to achieve commercial success and the thirst for creative self-expression, which are in constant dialectical interaction.

Введение

Актуальность исследования обусловлена необходимостью переосмысления дискурса предпринимателя в современной американской литературе в контексте глобальных социокультурных и экономических трансформаций XXI века. Изучение репрезентации предпринимательства в литературе США представляет особую

значимость для понимания фундаментальных изменений в национальном самосознании, особенно в сфере взаимоотношений искусства, творчества и экономических структур. Проблема коммодификации искусства и трансформации творческой деятельности в коммерческое предприятие обретает особую остроту в эпоху цифровизации и глобального капитализма, что делает анализ художественных репрезентаций этого процесса необходимым для современного литературоведения. Роман М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея» представляет собой одну из наиболее репрезентативных современных попыток художественного осмысления диалектики творчества и предпринимательства, что позволяет использовать его как уникальный материал для исследования данной проблемы.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи: выявить ключевые элементы и характеристики дискурса предпринимателя в повествовании; проанализировать художественные средства репрезентации диалектики коммерции и творчества в образах главных героев; исследовать процесс трансформации архетипа «предпринимателя-творца» в контексте социокультурных условий описываемой эпохи; определить место романа М. Шейбона в эволюции литературного осмысления взаимодействия искусства и бизнеса в американской традиции.

В качестве материала исследования был выбран малоизученный в современном литературоведении роман М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея» (Шейбон М. Потрясающие приключения Кавалера и Клея / пер. с англ. А. Грызуновой. СПб.: Азбука; Азбука-Аттикус, 2020). Первоисточник: Chabon M. The Amazing Adventures of Kavalier & Clay. N. Y.: Random House, 2000.

Теоретическую базу исследования составляют, во-первых, работы отечественных исследователей-американистов, чьи концепции позволяют осмыслить многогранность дискурса предпринимателя в литературе США: К. М. Барановой (2013), изучающей стилизацию в произведениях Б. Франклина и сформировавшей представление о предпринимателе-просветителе как ключевом архетипе американской культуры; Т. Д. Венедиктовой (2003), разработавшей концепцию «дискурса торга» в американской словесности и проанализировавшей дуальную природу писателя как творца и коммерсанта на примере Э. А. По; Б. В. Ефремова (2024) и С. С. Панфиловой (Ефремов, Панфилова, 2024), рассматривавших особенности вербализация информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров; В. О. Грибовской, Р. Р. Тухватуллина (2021), исследовавших социокультурный феномен комиксов «Золотого века» и их роль в формировании национальных ценностей. Во-вторых, работы зарубежных исследователей: Э. С. Воттс (Watts, 1982), чья концепция «великой традиции предпринимателя-ремесленника» в американской литературе служит методологическим основанием для анализа образов главных героев романа; Ю. Лунна (Lunn, 1982), предложившего марксистскую интерпретацию противоречий между творческой свободой и экономическими ограничениями, налагаемыми буржуазным обществом на художника. В-третьих, теоретические положения исследователей, разрабатывающих проблематику дискурса в различных его проявлениях: В. С. Арутюнян (2021), Д. С. Храмченко (2013), А. С. Хитровой (2024), определившей бизнес-дискурс как самостоятельный тип дискурса, соединяющий различные культурные и языковые традиции. В-четвертых, работы, посвященные проблемам коммодификации искусства и его социальной функции: В. Ю. Грушевской (2022), Н. В. Павленко (2022).

Для достижения цели исследования использовался комплекс взаимодополняющих методов. Сравнительно-исторический метод применялся для сопоставления различных проявлений дискурса предпринимателя в американской литературной традиции и определения места романа М. Шейбона в этой традиции. С помощью данного метода были выявлены сходства и различия в репрезентации предпринимательской деятельности у Б. Франклина, Э. А. По и в романе «Потрясающие приключения Кавалера и Клея». Герменевтико-интерпретационный метод использовался при интерпретации текста романа, что позволило выявить глубинные смыслы произведения, связанные с диалектикой творчества и коммерции. С его помощью были проанализированы внутренние противоречия главных героев и их отношение к процессу коммодификации искусства. Дискурсивный анализ применялся для выявления специфических риторических стратегий и поведенческих моделей, характерных для дискурса предпринимателя в романе, а также для анализа языковых средств, с помощью которых автор конструирует образы предпринимателей-творцов в условиях капиталистической системы 1930-40-х годов.

Дискурс предпринимателя в контексте данного исследования понимается как совокупность риторических стратегий и поведенческих моделей, отражающих ключевые особенности предпринимательской деятельности. Данный дискурс охватывает широкий спектр аспектов, включая: личностные качества и ценностные ориентации предпринимателей, взаимодействие индивидуальных амбиций и социальных структур, этические дилеммы, связанные с практикой ведения бизнеса, влияние экономической и культурной среды на предпринимательскую деятельность.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его материалов в рамках проведения лекционных и практических занятий по истории литературы США и по новейшей американской литературе.

Обсуждение и результаты

Дискурс предпринимателя в различных его проявлениях является неотъемлемой частью американской литературы, значительная часть которой посвящена персонажам, тем или иным образом занимающимся коммерческой деятельностью. В нём можно проследить культурные, экономические и философские основы

нации. Предпринимательский дух, часто являющийся синонимом «американской мечты», был увековечен в многочисленных художественных произведениях, в которых доминирующую роль играют амбиции, новаторство и жизнестойкость. Одним из главных проявлений психотипа предпринимателя-творца в американской культуре по праву можно считать Бенджамина Франклина. Именно пример Б. Франклина сформировал в американской культуре образ предпринимателя, который выполняет роли просветителя, новатора и наставника, и эти стереотипы до сих пор существуют в национальном сознании. В ежегодном издании «Альманах бедного Ричарда» (*Poor Richard's Almanack*), который Франклин издавал с 1732 по 1758 год, он щедро делился со своими согражданами житейской мудростью и своим образом мышления. Конечно, это издание приносило ему хороший доход, но мы считаем, что прежде всего им владело «желание наставить своих сограждан на путь истинный, показать, каким образом можно достичь благополучия и успеха» (Баранова, 2013, с. 8). Произведения этого автора пользовались огромной популярностью и оказали сильное влияние на национальное сознание жителей США. Подобным образом в американском литературоведении выделяют фигуру Франклина как представителя «великой традиции предпринимателя-ремесленника» (Watts, 1982, p. 124).

Другим, более поздним примером предпринимателя-творца можно считать американского писателя Эдгара Аллана По. Как отмечает Т. Д. Венедиктова, «всю жизнь в По сосуществовали писатель и издатель-коммерсант» (2003, с. 166). Как творец он желал, чтобы его произведения были прочитаны, но для этого необходимо было, чтобы их сначала купили. Писатель и аудитория вступают в отношения схожие с продавцом и покупателем, где активно используются уловки и манипуляция для продвижения своего товара. Примечательным в этом плане оказывается эпизод, выделенный Т. Д. Венедиктовой, в котором Э. А. По после успеха публикации «Ворона» (1845) был приглашён в Бостонский лицей, где должен был выступить со своим новым произведением, однако предпочёл прочитать одну из своих ранних работ, чем вызвал неудовлетворение публики. Но сразу после он объявил, что таким выбором хотел «подшутить над аудиторией» и что продал им то, чего они заслуживали (Венедиктова, 2003, с. 187). Подобное высказывание естественно было сразу же процитировано в газете, чем создало дополнительную рекламу для Э. А. По.

В XXI веке этот дискурс продолжает эволюционировать, включая взаимопроникновение искусства и коммерции, когда «деловая сфера активно соединяет мировые языки и культуры, поскольку описывает бизнес-реалии, процессы и явления, происходящие в бизнесе, взаимодействие участников бизнес-коммуникаций» (Хитрова, 2024, с. 1282), а динамика подобных преобразований становится все более явной в эпоху, определяемую цифровыми инновациями и всё большим превращением культуры в товар. Как утверждает В. С. Арутюнян, «эволюционный процесс, непрерывно происходящий в любом социуме, ведет к появлению новых культурных смыслов, которые составляют информационное содержание любого дискурса» (2021, с. 74). Роман Майкла Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клэя» (2000) раскрывает особенности предпринимательского духа через призму художественного творчества. Действие романа разворачивается на фоне бурного развития индустрии комиксов в середине XX века и повествует о становлении Джо Кавалера и Сэма Клэя, двух еврейских иммигрантов, которые преодолевают трудности самоутверждения как творцы и предприниматели на конкурентном и быстро расширяющемся рынке. Описания их борьбы за признание позволяют рассмотреть роман Шейбона как комментарий о превращении искусства в товар и последствиях трансформации творческих начинаний в прибыльные предприятия.

События романа относятся к «Золотому веку комиксов» – периоду, охватывающему конец 1930-х – середину 1950-х годов. В это время индустрия комиксов процветала, подпитываемая экономическими, социальными и политическими условиями той эпохи. Форма комикса существовала и ранее, но именно в 30-е и 40-е годы, годы Великой депрессии и Второй мировой войны, появились комиксы о супергероях, которые «напоминали людям о традиционных американских ценностях, ставили важные вопросы о неотъемлемых правах гражданина и его обязанностях, о моральных различиях насилия, о разнице между добром и злом» (Грибовская, Тухватуллин, 2021, с. 86). Исторический фон романа тесно переплетается с расцветом еврейско-американских творцов в индустрии комиксов. Такие личности, как Джерри Сигел и Джо Шустер, создатели Супермена, проложили путь целому поколению художников и писателей, многие из которых были иммигрантами или американцами в первом поколении. Главные герои Шейбона, Джо Кавалер и Сэм Клэй, отражают эту культурную динамику, воплощая в себе борьбу и чаяния тех, кто стремился к художественному самовыражению и экономическому успеху. Местом действия романа служит Нью-Йорк, и этот город является микрокосмом американской современности, с его яркой культурной сценой, экономическим ростом и «плавильным котлом» различных народов. На этом фоне ярко показан дискурс предпринимателя при пересечении искусства и коммерции, а также его влияния на становление личности.

Джо Кавалер и Сэм Клэй представляют собой две разные, но дополняющие друг друга грани предпринимательского духа. Джо, искусный художник, воплощает в себе изобретательность и стойкость. Его путь начался с побега из оккупированной нацистами Европы и напрямую связан с темами выживания и решимости. Художественные таланты Джо и его стремление к успеху отражают чаяния многих иммигрантов, ищущих новую жизнь в Америке. Сэм, с другой стороны, является примером креативности и дальновидности. Выступая в роли писателя, он воплощает в жизнь сюжеты, на основе которых создаются их комиксы. Предпринимательский склад ума Сэма впервые проявляется ещё в детстве: «С шести лет он ходил по домам, торгуя семечками, шоколадными батончиками, комнатными растениями, чистящими жидкостями, средствами для полировки металла, журнальными подписками, вечными расческами и шнурками» (Шейбон, 2020, с. 20). А после знакомства с Джо Сэм смог определить тенденции рынка и извлекать выгоду из растущего спроса на истории

о супергероях. Вместе Джо и Сэм образуют партнерство, в котором художественные инновации сочетаются с деловой хваткой, демонстрируя синергию, необходимую для успеха в творческой индустрии.

Проблемы, с которыми столкнулись Джо и Сэм, свидетельствуют о сложности взаимодействия искусства и коммерции. Давление требований их издателя и инвестора, Шелдона Анапола, часто вступает в конфликт с их художественными устремлениями. С самого начала Джо заявлял своё творчество как протест режиму Адольфа Гитлера, но так как Америка на момент 1939 года ещё не воевала с Германией, Анапол был против такого открытого политического заявления: «Как-то я сомневаюсь, что Супермен станет лезть в политику» (Шейбон, 2020, с. 188). Н. В. Павленко, описывая такую социальную направленность творчества, говорит, что «социальный поворот в искусстве отражает возрастание интереса художников к этическим проблемам» (2022, с. 66). Для Анапола и его партнёров, Джека Ашкенази и Джорджа Дизи, подобный шаг был бы неоправданным риском для всего бизнеса. «Мы не воюем с Германией. – Ашкенази погрозил Сэмми пальцем. – Если не воюешь, издеваться над королями, президентами и всякими такими людьми незаконно. Нас могут засудить» (Шейбон, 2020, с. 194). Отношения между Анаполом и творческим дуэтом служат примером того, что Д. С. Храмченко описывает как процесс, в котором «управляя системными процессами и перенаправляя движение функциональных связей в наиболее выгодное русло, автор последовательно и методично манипулирует сознанием коммуникантов...» (2013, с. 99). Систематический контроль Анапола над бизнес-асpekтами позволяет ему манипулировать творческим процессом в направлении максимальной коммерческой выгоды, зачастую в ущерб художественному видению Джо и Сэма.

Через взаимодействие Джо и Сэма с Анаполом и его партнёрами в романе показано превращение искусства в рыночный продукт, подчеркивается противоречие между художественным творчеством и коммерческой эксплуатацией. В бурно развивающейся индустрии комиксов творчество становится средством экономической выгоды. Работы Джо и Сэма, хотя и основаны на личной страсти и художественном видении, формируются под влиянием различных требований и цензуры. Эта динамика иллюстрирует двойственную природу художественного творчества: оно является одновременно актом самовыражения, но при этом ответом на внешнее давление. Шейбон исследует то, как коммерциализация искусства влияет на личности и отношения персонажей. Рассматривая вопрос коммодификации, В. Ю. Грушевская подчёркивает, что «дисфункциональные проявления коммодификации цифровых медиа исследователями связываются с подменой просоциальных целей коммерческими» (2022, с. 121). Для Джо коммерциализация его работ часто кажется предательством его художественных и моральных идеалов, создавая внутренний конфликт между необходимостью зарабатывать на свою жизнь, на спасение своей семьи из оккупированной Чехословакии и своей собственной войной против нацистской Германии. Сэм, напротив, принимает коммерческий потенциал своих творений, видя в нем возможность добиться успеха, и пытается привить Джо более прагматичный подход: «Джо, – сказал Сэмми, – подумай головой минутку. Мы сочиним что-нибудь другое. И получится не хуже. Для тебя это важно, я знаю. И для меня важно. Я считаю, и для джентльменов должно быть важно, и мне, честно говоря, за них сейчас немного стыдно, – тут он злобно зыркнул на Анапола, – но ты минутку подумай. Я только об этом прошу» (Шейбон, 2020, с. 195). Такое расхождение во взглядах подчеркивает многогранность процесса коммодификации.

Рассматривая комиксы и как культурный артефакт, и как коммерческий продукт, Шейбон критикует способы, с помощью которых рыночные силы формируют художественное выражение. Противоречия между художественной целостностью и финансовым успехом обнажают проблемы, с которыми сталкиваются творцы в капиталистической экономике, где ценность искусства часто измеряется его прибыльностью, а не внутренними качествами.

Одной из определяющих особенностей дискурса предпринимателя в романе является его фокус на творчестве как форме интеллектуальной собственности. Созданные Джо и Сэмом комиксы, особенно их культовый герой Эскапист, служат метафорой их собственных стремлений и борьбы. Эскапист символизирует освобождение и изобретательность – характеристики, свойственные пути главных героев. Джо и Сэм изначально заключают договор с Анаполом, согласно которому все права и отчисления от созданного ими отходит последнему, а они сами получают лишь фиксированную плату. Если поначалу им такие условия кажутся комфортными, то спустя время, видя успех своих творений и быстро растущее благосостояние их издателя, они понимают, что их эксплуатируют и отчуждают гораздо большую стоимость, чем они получают. Роман передает бешеный темп развития бурно развивающейся индустрии, где создателям и творцам часто приходилось балансировать между своим желанием художественного самовыражения и условиями их контрактов с издательствами и инвесторами, ориентированными на получение и преумножение собственной прибыли. Напряжение между этими конкурирующими силами подчеркивает компромиссы, присущие предпринимательским начинаниям в сфере искусства. Роман также затрагивает этические аспекты предпринимательской деятельности. Джо и Сэм сталкиваются с вопросами собственности, авторства и эксплуатации, пытаясь установить контроль над плодами своего творчества: «...эти двое подписали договор. Совершенно законный договор, стандартный. Отдали нам все права на персонажа, отныне и навсегда. Они попросту не имеют прав» (Шейбон, 2020, с. 329).

Через исследование процесса коммерциализации творчества Шейбон предлагает критику структурного неравенства, которое часто лежит в основе предпринимательского успеха. В своем базисе дискурс предпринимателя в «Потрясающих приключениях Кавалера и Клея» отражает стойкость и адаптивность, необходимые для достижения успеха в быстро меняющемся культурном ландшафте. Шейбон освещает сложности создания художественных инноваций в мире, управляемом рынком. Мир искусства в его современном виде – продукт буржуазных революций, обещавших свободу, которую они не смогли обеспечить. Искусство с тех

пор находится в противоречии. Как объяснил Юджин Лунн в книге «Марксизм и модернизм», буржуазия, с одной стороны, предлагает художественную свободу, а с другой – выхватывает ее обратно: “Bourgeois society – with all its progressive advance over ‘feudal’ constrictions – is also inimical to many forms of art, for example because of the division of labour, the mechanisation of many forms of human activity, and the predominance of quantitative over qualitative concerns” (Lunn, 1982, p. 15).

Одной из наиболее значимых тем, затрагиваемых в романе, является противоречие между индивидуальностью и сотрудничеством. Творческое партнерство Джо и Сэма отражает процесс, где индивидуальные таланты и коллективные усилия сходятся для создания революционной работы. Шейбон демонстрирует нам ситуацию, в которой только при одновременном сотрудничестве Джо и Сэма с Анаполом и партнёрами получается добиться успеха всему предприятию, однако при расхождении их путей по отдельности ни у кого не получается добиться того же уровня успеха. Из-за бесконечных судебных разбирательств и снижения популярности супергероев Анапол решает продать компанию: «Вы что, продаете “Империю комиксов”? Анапол кивнул: – Я сначала позвонил Луису Низеру, а потом – своему адвокату, велел ему готовить бумаги. Хочу заловить какого-нибудь простофилю, пока крыша не обрушилась». В то же время Сэм без достаточного опыта в бизнесе и поддержки Джо, с которым была потеряна связь, когда тот ушёл добровольцем на войну, терпел одну неудачу за другой: «...он вернулся к комиксам в 1947-м, замаравшись неудачами во всех прочих своих начинаниях. Первое поражение он потерпел в рекламе, в “Бёрнс, Бэггот и Деунтер”... Затем попробовал полетать в одиночку. Когда его рекламная контора предсказуемо сдохла – смерть вышла тихая и ничем не примечательная, – Сэмми пошел работать в журналы, по результатам обширной исследовательской работы продавал всякое вранье в “Тру” и “Янки”... а потом застрял в глубокой и узкой колее издательских домов третьего ряда и ошметков некогда могущественной дешевой бульварщины» (Шейбон, 2020, с. 550). Шейбон показывает нам, что творческий успех в условиях капиталистической системы возможен только при сохранении дихотомии эксплуататора и эксплуатируемого, где одно только творческое самовыражение не способно генерировать прибыль без участия направляющего субъекта. В то же время капиталист без взаимодействия с оригинальными творцами не способен поддерживать на плаву предприятия в конкурентной сфере.

Таким образом, анализ романа М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея» позволяет выявить многогранность дискурса предпринимателя в американской литературной традиции XXI века. Автор художественно осмысляет диалектические отношения между творчеством и коммерцией, демонстрируя, как материальные условия капиталистической системы одновременно способствуют и препятствуют художественному самовыражению. В образах Джо Кавалера и Сэма Клея воплощены различные аспекты архетипа «предпринимателя-творца», восходящего к Б. Франклину, но трансформированного в условиях массовой культуры XX века. Роман наглядно показывает, что творческий успех в капиталистической системе требует не только таланта и новаторства, но и способности к адаптации и компромиссам, часто ведущим к внутренним конфликтам. Синергия между художественными амбициями и деловой хваткой представлена как необходимое условие успеха, но при этом подчеркивается внутренняя противоречивость этого союза.

Заключение

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы.

В результате проведенного исследования мы можем прийти к пониманию того, что ключевыми элементами дискурса предпринимателя в романе М. Шейбона «Потрясающие приключения Кавалера и Клея» являются: стремление к инновациям, адаптивность к меняющимся рыночным условиям, напряженные отношения между творческой самореализацией и коммерческим успехом, а также проблемы интеллектуальной собственности. Данные элементы формируют уникальную модель взаимодействия искусства и бизнеса, характерную для американской культуры XX века. Кроме того, анализ художественных средств репрезентации диалектики коммерции и творчества показал, что автор использует комплекс нарративных стратегий для отображения внутренних противоречий героев. М. Шейбон применяет метафору «двойного зрения», позволяющую персонажам одновременно видеть свои произведения и как художественные творения, и как товар. Художественная трансформация исторических реалий «Золотого века комиксов» позволяет автору исследовать этические дилеммы, с которыми сталкиваются творцы при коммодификации своего искусства.

Также следует отметить, что исследование процесса трансформации архетипа «предпринимателя-творца» позволило установить, что М. Шейбон критически переосмысляет эволюцию этого образа от традиционного до современного. Если в национальной традиции данный архетип часто идеализировался как воплощение «американской мечты», то в романе он представлен как внутренне противоречивый феномен. Автор показывает, что в условиях развитого капитализма середины XX века «предприниматель-творец» вынужден балансировать между сохранением художественной целостности и подчинением рыночным требованиям, что приводит к отчуждению от плодов собственного труда. Такая трансформация отражает критическое переосмысление традиционного американского мифа о свободном предпринимательстве. Роман М. Шейбона занимает особое место в эволюции литературного осмысления взаимодействия искусства и бизнеса в американской традиции. Автор синтезирует и переосмысляет предшествующий опыт репрезентации дискурса предпринимателя, создавая многомерную картину, в которой предпринимательская деятельность предстает одновременно как путь к самореализации и как источник внутренних конфликтов. Роман демонстрирует,

что в современной литературе США произошел отход от однозначной оценки предпринимательства в сторону более комплексного понимания его противоречивой природы и влияния на личность и общество.

Мы полагаем, что эти выводы открывают перспективы для дальнейшего изучения дискурса предпринимателя в американской литературе XXI века. Расширение рамок исследования за счет включения более широкого круга произведений обогатит наше понимание того, как данный дискурс продолжает эволюционировать в условиях цифровой экономики и глобализации. Произведения современной литературы США предлагают благодатную почву для анализа новых форм взаимодействия искусства и бизнеса в эпоху постиндустриального общества.

Источники | References

1. Арутюнян В. С. Культурные смыслы экономического дискурса в контексте пандемии 2020 // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 2.
2. Баранова К. М. Стилизация в тексте «Альманаха Бедного Ричарда» Б. Франклина // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2013. № 1 (11).
3. Венедиктова Т. Д. Разговор по-американски: дискурс торга в словесности США XIX века. М.: НЛЮ, 2003.
4. Грибовская В. О., Тухватуллин Р. Р. Американская мечта и супергерой в комикс-культуре золотого века // Манускрипт. 2021. Т. 14. Вып. 1. <https://doi.org/10.30853/mns200598>
5. Грушевская В. Ю. Основные направления критического анализа коммодификации цифровых медиа // Гуманитарное знание и духовная безопасность: сборник материалов IX Международной научно-исследовательской конференции (г. Грозный, 9-10 декабря 2022 г.). Махачкала: АЛЕФ, 2022.
6. Ефремов Б. В. Феномен бизнес-мемуаров в англоязычном социокультурном контексте конца XX – начала XXI в. // Pan-Art. 2024. Т. 4. Вып. 4. <https://doi.org/10.30853/pa20240059>
7. Ефремов Б. В., Панфилова С. С. Вербализация информационной структуры англоязычных бизнес-мемуаров // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17. Вып. 6. <https://doi.org/10.30853/phil20240259>
8. Павленко Н. В. Медиатизация современных художественных практик // Учёные записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). 2022. № 1. <http://dx.doi.org/10.32340/2414-9101-2022-1-62-74>
9. Хитрова А. С. Бизнес дискурс как самостоятельный тип дискурса // Вестник науки. 2024. № 6 (75).
10. Храмченко Д. С. Интертекстуальность английского бизнес-дискурса: функционально-синергетический аспект // Вестник Самарского государственного университета. 2013. № 5 (106).
11. Lunn E. *Marxism and Modernism: An Historical Study of Lukács, Brecht, Benjamin and Adorno*. Berkeley: University of California Press, 1982.
12. Watts E. *The Businessman in American Literature*. Athens: University of Georgia Press, 1982.

Информация об авторах | Author information



Плахин Никита Сергеевич¹

¹ Московский городской педагогический университет



Nikita Sergeevich Plakhin¹

¹ Moscow City University

¹ plen1504@gmail.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 17.02.2025; опубликовано online (published online): 04.04.2025.

Ключевые слова (keywords): дискурс предпринимателя; американская литература XXI века; предприниматель-творец; коммодификация искусства; Майкл Шейбон; entrepreneur's discourse; 21st-century American literature; entrepreneur-creator; commodification of art; Michael Chabon.