

*КОБЕЛЕВА Елена Владиславовна, старший преподаватель кафедры иностранных языков Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Автор 4 научных публикаций\**

## **ЭВОЛЮЦИЯ ОБРАЗА АМЕРИКАНСКОГО БИЗНЕСМЕНА-МАГНАТА И ЕГО ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В РАССКАЗЕ Т. ДРАЙЗЕРА «ПОБЕДИТЕЛЬ»**

В современном мире бизнесмен вызывает особый интерес как профессионал в сфере бизнеса. Соединенные Штаты Америки, являясь экономической сверхдержавой, по праву считаются страной бизнеса и бизнесменов, поэтому американский художественный дискурс наиболее богат образами как просто дельцов, так и бизнес-магнатов. В данной статье раскрывается эволюция американского бизнес-магната в сатирическом художественном дискурсе начала XX века и анализируются языковые средства репрезентации данного образа. Материалом для исследования послужил рассказ «Победитель» – один из самых известных рассказов Теодора Драйзера, крупнейшего мастера критического реализма. Через образ главного героя произведения, Джона Х. Остермана, автор создает психологический портрет бизнесмена, показывает эволюцию его становления как личности и как профессионала в своем деле, анализирует его карьерный рост от нищего фермера до мультимиллионера и нефтяного короля. В результате проведенного исследования доказано, что авторские метафоры и лексемы, принадлежащие к лексико-семантическому полю *trick*, свидетельствуют о том, что основными средствами достижения желаемого результата в бизнесе являются обман и надувательство. Средством создания сатирического эффекта и сатирического образа в рассказе можно считать проводимую автором линию на дегероизацию главного персонажа, а также предпринимателей, охотящихся за деньгами (*hunting for money*).

**Ключевые слова:** лингвокультурология, сатирический дискурс, эволюция американского бизнесмена-магната.

Бизнесмен как социальное явление современного мира привлекает внимание исследователей различных областей науки, в т. ч. лингвистов-филологов. Развитие идей когнитивной лингвистики и антропоцентризма, а также всевозрастающий интерес к изучению языковых явлений в русле лингвокультуроло-

гии позволяют рассмотреть вопросы языкового выражения репрезентации бизнесмена в рамках новых научных парадигм. В связи с этим представляется актуальным обратиться к более глубокому уровню анализа языковых средств выражения концепта «бизнесмен» с целью реконструкции стоящих за ними ментальных

---

\*Адрес: 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1; e-mail: contact@philol.msu.ru

процессов и возможного выявления национальной и индивидуальной специфики этого образа.

Цель данной работы – проследить эволюцию американского бизнесмена-магната начала XX века и выявить языковые средства репрезентации данного образа в одном из самых известных рассказов Теодора Драйзера «Победитель»<sup>1</sup>, вошедших в сборник «Цепи» (1927).

Воплощением данного образа в рассказе является главный герой Джон Х. Остерман – бизнесмен-магнат, мультимиллионер и нефтяной король. Через образ Остермана автор создает психологический портрет бизнесмена, показывает эволюцию его как личности и как профессионала в своем деле, анализирует его карьерный рост от нищего фермера до мультимиллионера и нефтяного короля.

Научная новизна исследования состоит в том, что образ американского бизнесмена на примере сатирического художественного дискурса рассматривается впервые. В работе применялись следующие методы и приемы анализа эмпирического материала: концептуальный, интерпретативный, дефиниционный и контекстологический. Работа выполнена в ракурсе лингвокультурологических исследований, проводимых на кафедре английского языкознания МГУ имени М.В. Ломоносова [1–4].

При анализе образа бизнесмена-магната были выделены три основных этапа его эволюции: I. Путь в бизнес; II. Бизнес-карьера; III. Осознание пройденного пути.

### I. Путь в бизнес.

Детство рано осиротевшего Джона Х. Остермана, чьи родители были бедными фермерами, прошло в лишениях и трудностях. Поэтому молодой Джон, решив, что такая жизнь не для него, и прочно усвоив уроки, полученные им в местной церкви («an eye for an eye, a tooth for a tooth» – «око за око, зуб за зуб»), отправился на поиски успеха. В погоне за деньгами началась

полная лишений и скитаний жизнь молодого Остермана – сначала на северо-западе страны, а затем в Гондурасе.

«Oh, but those days when he [Osterman] had been working and scheming to get up in the world and was thinking that money was the great thing – the only thing! Those impossible wooden towns in the Northwest and elsewhere in which he had lived and worked, and those worse hotels and boarding-houses – always hunting, hunting for money or the key to it»<sup>2</sup>.

Обратим внимание на следующие ключевые словосочетания, указывающие на путь Остермана в бизнес: *money was the great thing – the only thing; scheming to get up in the world* и *hunting for money*.

Для Остермана, как мы видим, деньги являлись самым важным и значительным в жизни, поскольку только они могли открыть ему путь к вершине социальной лестницы – *to get up in the world*. Авторская метафора *hunting for money* очень точно передает сущность главного героя как будущего бизнесмена, поскольку понятия «деньги» (*money*) и «бизнес» (*business*) неразделимы и, как было показано в ряде работ, именно деньги являются основной составляющей концепта «бизнес» [5–7].

Так как именно в это время Остерман пришел к выводу, что честным путем ему, мальчишке, не разбогатеть (–*And it was during that time that he [Osterman] had come to realize that by no honest way at his age was he likely to come to anything financially*)<sup>3</sup>, то важность данного периода состоит в его судьбоносной встрече с Месснером – американцем, по всей вероятности, бежавшим от правосудия. Месснер преподавал Остерману первый бизнес-урок, подсказав план, благодаря которому позже, в Нью-Йорке, тот быстро разбогател. Месснер рассказал о некоем Торби и его бизнес-схеме, хоть и позволявшей очень быстро разбогатеть, но отнюдь не честным путем.

<sup>1</sup> *Dreiser T. The Victor. Chains, 1927.*

<sup>2</sup> Там же. С. 333–334.

<sup>3</sup> Там же. С. 334.

Бизнес-схема Торби была построена на одурачивании простаков и состояла в следующем: на деньги богатой вдовы выпускались «дутые» акции несуществующей компании, которые продавались биржевыми маклерами по заниженной цене и скупались эмитентом через подставных лиц на разницу. В нужный момент эмитент, в сейфе которого хранились все выпущенные акции, требовал выдать их ему на руки. А поскольку у маклеров не было ни одной, они были вынуждены оплатить акции по номиналу, в противном случае им грозила тюрьма, ведь закон был на стороне эмитента, которому оставалось лишь стричь купоны.

«That meant that they must come to Torbey to buy or face a jail sentence, and accordingly they had flocked to his office, only to be properly mulcted for the total face value of the shares when they came»<sup>4</sup>.

Употребление лексемы «mulct» ('to mulct – to extract (money, etc.) from (someone) as by fraud or deceit'<sup>5</sup>) в данном примере указывает на финансовую махинацию и наживу нечестным путем.

Итак, Остерман решил повторить проделку Торби в Нью-Йорке.

## II. Бизнес – карьера.

Рассмотрим и проанализируем два из трех основных бизнес-дел Остермана – а) Остерман – де Малки; б) Остерман – Генри Гризэдик, а затем – сопоставим полученные результаты.

1. Дело Дж.Х. Остерман – де Малки. Дело против де Малки и других биржевых брокеров было «боевым крещением» Остермана, его первым самостоятельным делом, которое он осуществил по примеру Торби по возвращении в Нью-Йорк из Гондураса. Дело с брокерами

принесло Остерману первую прибыль, открыв путь в большой бизнес.

«De Malquit was one of the many curb brokers in New York dabbling in rubber and other things at the time Osterman returned from Honduras and executed his very *dubious* coup»<sup>6</sup>. Важно выделить в данном примере лексему «dubious», которая, согласно Longman Dictionary of Contemporary English Online (LDCE)<sup>7</sup>, может означать «probably not honest» и доказывать тот факт, что в борьбе за наживу бизнесмену зачастую приходится действовать нечестным путем и прибегать к всевозможным хитростям и уловкам.

Следующий пример является свидетельством того, что бизнесмен должен уметь просчитать заранее действия своих конкурентов, а следовательно, обладать проницательностью и уметь планировать свои действия: «This was the very situation upon which Osterman *had been counting to net him the fortune* which it eventually did, and overnight at that»<sup>8</sup>.

Употребление в данном примере глагола *to count on/upon* в сложной грамматической форме Past Perfect Continuous, обозначающей как длительность, так и предшествование (*had been counting on/upon*), говорит о том, что Остерман рассчитывал на свой успех, не только заранее планируя *свои действия*, но и предвидя *их последствия*.

Необходимо выделить и двойную авторскую метафору *to net the fortune*, основным компонентом которой является лексема «to net», имеющая следующие значения: '1. to catch (as if) in a net; 2. to gain as a profit'<sup>9</sup>. С точки зрения семантики представляет интерес первое значение – 'to catch in a net', поскольку для данного значения

<sup>4</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 335.

<sup>5</sup>Webster's New World College Dictionary Online. URL: <http://websters.yourdictionary.com/> (дата обращения: 30.01.2016).

<sup>6</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 325.

<sup>7</sup>Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <http://ldoconline.com/> (дата обращения: 30.01.2016).

<sup>8</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 326.

<sup>9</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. M., 1992. С. 697–698.

у лексемы «to net» есть такие синонимы, как: to catch, to grab<sup>10</sup> и to trap<sup>11</sup>. Приведем их значения: 'to catch – to trap, esp. after chasing or hunting; capture'<sup>12</sup>; 'to grab – 1. to take hold of (a person or thing) with a sudden rough movement, esp. for a bad or selfish purpose; 2. to get quickly and perhaps unfairly'<sup>13</sup>. Как видно из приведенных определений, 'to catch' ассоциируется с охотой – с заманиванием жертвы в хитро расставленные сети, ловушку или западню, а 'to grab' – с каким-либо нечестным действием. Таким образом, можно говорить о том, что бизнесмен – это охотник за прибылью, действующий нечестными методами.

О заранее спланированном акте говорит и употребление формы Past Perfect в следующем примере: «Unknown to the brokers, he [Osterman] had long employed agents whose business it was to permit themselves to be fleeced for small sums in order that these several brokers, growing more and more careless and finding this stock to be easy and a money-maker, should sell enough of it without actually having it in their safes to permit him [Osterman] to pounce upon them unexpectedly and make them pay up»<sup>14</sup>.

Обратим внимание на лексему «to pounce». Данная лексема со значением 'to jump suddenly in order to take hold of something firmly, esp. so as to kill and eat it'<sup>15</sup> говорит о том, что бизнесмен подобен хищнику, который, выбрав себе жертву, уже не выпустит ее из своих когтей. Ниже будет приведен и проанализирован ряд примеров с авторскими метафорами (*the genial eye of the cat that is expecting the mouse* и *the shrewder*

*old hawk*), показывающими сходство бизнесмена с хищником:

«De Malquit was one of those curb brokers whom Osterman, upon coming to New York and launching Calamita (which was built on nothing more solid than air), had deliberately plotted to trap in this way»<sup>16</sup>; «When the stage was set the trap was sprung»<sup>17</sup>.

В приведенных примерах следует обратить внимание на следующие словосочетания и лексемы: was built on nothing more solid than air – указывает на бесчестные поступки бизнесмена; had deliberately plotted – на заранее спланированные действия.

Интерес представляет также лексема «trap», употребленная как в глагольном, так и в номинативном значении. В LDCE находим следующие толкования: 'trap (v.) – 1. to place or hold firmly with no possibility of escape; 2. to trick, deceive; 3. to catch (an animal) in a trap, esp. for food or fur or as a business; trap (n.) – 1. an apparatus for catching and holding animals; 2. a) a difficult or dangerous position in which one is caught by deception or carelessness and from which one cannot escape; b) a plan for deceiving and tricking a person'<sup>18</sup>.

Следовательно, лексема «trap» может обозначать не только понятие «trick» («уловка, хитрость, обман»), но и понятия, обычно ассоциирующиеся с охотой, – «ловушка», «капкан», «западня». Таким образом, бизнесмен, по мысли Драйзера, еще и охотник, основная добыча которого – деньги. Эта мысль подтверждается также авторскими метафорами *hunting for money* и *to net the fortune* в приводимых выше примерах.

<sup>10</sup>Synonyms Thesaurus with Definitions and Antonyms Online. URL: <http://synonym.com/> (дата обращения: 30.01.2016).

<sup>11</sup>Collins English Thesaurus. Synonyms and Antonyms. URL: <http://collinsdictionary.com/english-thesaurus/> (дата обращения: 30.01.2016).

<sup>12</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 151.

<sup>13</sup>Там же. С. 452.

<sup>14</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 326.

<sup>15</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 806.

<sup>16</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 325.

<sup>17</sup>Там же. С. 326.

<sup>18</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 1129.

Очень важно подчеркнуть, что лексемы «to trap» и «to net» используются автором для создания образа западни, из которой невозможно выбраться, а лексема «trick» обозначает действия, предпринимаемые бизнесменом-охотником для заманивания в западню своей жертвы и не позволяющие последней освободиться.

Все средства, приемы и методы, которые можно обозначить лексемой «trick» («уловка», «хитрость», «обман»), являются неотъемлемой частью бизнеса, поскольку помогают бизнесмену побеждать своих конкурентов. Именно этими методами воспользовался Остерман в своем первом деле. В результате проведенных махинаций ему удалось посеять панику среди ловко одураченных им биржевых маклеров:

«Naturally there was a panic among those who were short. *The trick* was obvious, but so was the law»<sup>19</sup>. В данном примере, как мы видим, лексема «trick» обозначает обман. Обращает на себя внимание и тот факт, что такие бизнес-уловки считались вполне законными.

Рассмотрим еще один пример, описывающий тот момент, когда маклеры пришли к Остерману, чтобы просить его об отсрочке, а тот встретил их с благодушием кошки, подстерегающей мышшь: «Here they [brokers] were met by the *genial eye of the cat that is expecting the mouse*»<sup>20</sup>.

Использованием авторской метафоры *the cat that is expecting the mouse* Драйзер хочет показать сходство бизнесмена с вышедшим на охоту хищником, притаившимся в засаде, чтобы в нужный момент незаметно атаковать свою жертву. Таким образом, метафора западни, о которой говорилось выше, поддерживается метафорой игры в кошки-мышки.

Лексема «genial» ('cheerful, friendly, and good-tempered'<sup>21</sup>) указывает на тот факт, что бизнесмен должен уметь хорошо притворяться и быть хорошим актером, чтобы усыплять бдительность своих конкурентов, что опять же означает хитрости и уловки.

2. Дело Дж.Х. Остерман – Генри Гризэдик.

Нажившись на разорении де Малки и других маклеров, Остерман отправился на Запад, где помимо прочего приобрел в нефтяных районах значительные месторождения, сулившие ему огромные прибыли.

Именно в это время Остерман встретился с Гризэдином, потенциальным конкурентом, и со своими компаньонами задумал захватить участок последнего:

«It also appears that Drewberry [Osterman's companion] it was who first called the attention of Osterman to Greasadick and his find and later *plotted* with him to oust Greasadick»<sup>22</sup>; «There was Drewberry, principal stockholder of the K.V.&B., who joined with Osterman in this *adroit scheme*»<sup>23</sup>.

Проанализируем ключевые лексемы в данных предложениях. Лексема «plot», уже использованная автором в одном из приведенных выше примеров в деле Остерман – де Малки, обозначающая заранее спланированное действие ('to plot – to make a secret plan for (something harmful)<sup>24</sup>), свидетельствует о том, что любое дело в бизнесе начинается с разработки плана действий. Причем априори уже допускается, что план этот будет не всегда честным. Драйзер не употребляет ни одного прилагательного, принадлежащего к многочисленному синонимическому ряду *dishonest*, однако он дает это ясно понять, сознательно употребляя лексему «scheme», одним из значений которой является 'a clever dishonest plan'<sup>25</sup>, ведь,

<sup>19</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 327.

<sup>20</sup>Там же.

<sup>21</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 432.

<sup>22</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 330.

<sup>23</sup>Там же.

<sup>24</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 790.

<sup>25</sup>Там же. С. 933.

как говорилось выше, честным путем большого состояния не нажить.

Следующий шаг бизнесмена – осуществление плана с помощью специальных бизнес-приемов, методов и средств: «Once he heard of it Osterman saw at a glance that by a little deft *manoeuvring* it could be made very difficult for Greasadick to do anything with his property except sell, and this *manoeuvring* he proceeded to do»<sup>26</sup>.

Ключевой в данных примерах является лексема «*manoeuvring*», которая обычно используется для описания крупных военных операций. Действительно, в работе «Лексема “Business” как имя концепта “Businessman” в американском художественном дискурсе» [8] было показано, что бизнес – это война. Подтвердим данное положение следующим примером: «Of course Greasadick, when he discovered what the plot was, roared and charged like a bull. Indeed before he was eventually defeated he became very threatening and dangerous, attempting once even to kill Drewberry. Yet he was finally vanquished and his holdings swept away»<sup>27</sup>.

В этом отрывке Драйзер употребляет целый ряд лексем, которые можно отнести к лексико-семантическому полю «война»: «*defeated*», «*threatening*», «*dangerous*», «*to kill*», «*vanquished*». Однако лексема «*manoeuvring*» является в приведенных выше примерах отглагольным существительным и, следовательно, не только выступает как синоним лексемы «*manoeuvr(e)n*», но и обладает теми же значениями, среди которых есть и такое: ‘a skilful or carefully planned process intended to deceive, to gain an advantage, to get out of a difficult position’<sup>28</sup>.

Итак, в данных примерах Драйзер, по всей видимости, в очередной раз хочет подчеркнуть те нечестные методы, которыми обычно пользуются бизнесмены для достижения своей цели и которые можно назвать *a trick*.

Очень важно, что в зависимости от размера и важности операции с конкурентами меняются и языковые средства: на смену метафорам, обозначающим засаду, западню, игру в кошки-мышки, приходят лексемы, используемые для описания настоящих военных действий.

В деле Остерман – Гризэдик махинация состояла в том, что Остерман подстроил обвал на участке Гризэдика, лишив последнего возможности продолжать разработки: «Only it was all *disguised* as a landslide – an act of God – and a very expensive one for Greasadick to remedy»<sup>29</sup>.

В данном примере, как мы видим, понятие «*trick*» («хитрость», «обман») передается лексемой «*disguised*», имеющей значение ‘to change the usual appearance or character of (someone or something), in order to hide the truth’<sup>30</sup>.

Наконец, была пущена в ход еще одна уловка: через подставных лиц были перекуплены закладные на землю Гризэдика. Остерман при этом по своему обыкновению держался в тени: «Finally, there was the simple *device* of buying in the mortgage given by Greasadick to Drewberry and others and waiting until such time as he was hard-pressed *to force* him to sell out. This was done through Whitley, Osterman’s efficient assistant, who in turn employed another to act for him. Throughout, Osterman saw to it that he personally did not appear»<sup>31</sup>.

Здесь понятие «*trick*» обозначается лексемой «*device*» – ‘a plan, esp. for a rather dishonest purpose’<sup>32</sup>. Следует выделить также лексему

<sup>26</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 330.

<sup>27</sup>Там же. С. 330–331.

<sup>28</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 638.

<sup>29</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 330.

<sup>30</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 292.

<sup>31</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 330.

<sup>32</sup>Longman Dictionary of Contemporary English. С. 280.

«to force», подтверждающую, что бизнес – это борьба [8], поскольку в бизнесе побеждает тот, кто сильнее и кто заставляет более слабого подчиниться своей воле.

Рассмотрев и проанализировав второй этап эволюции Остермана, его бизнес-карьеру, можно сделать следующие выводы:

1) бизнесмен в изображении Т. Драйзера – это умный, хитрый и проницательный человек, готовый ради достижения своей цели идти на обман или действовать нечестным путем, о чем свидетельствуют следующие лексемы: глаголы *to mulct, to trap, to disguise*; существительные *scheme, manoeuvre, device*; прилагательное *dubious*; словосочетание *no honest way*;

2) в арсенале у бизнесмена есть целый ряд средств, приемов и методов для осуществления своих бизнес-планов, однако главные из них – обман и надувательство (a trick);

3) основными языковыми средствами создания образа бизнесмена-магната в произведении Т. Драйзера являются авторские метафоры и приведенные выше лексемы, которые можно отнести к лексико-семантическому полю *trick*.

### III. Осознание пройденного пути.

Дж.Х. Остерман стал не просто бизнесменом, а бизнесменом-магнатом. Он построил бизнес-карьеру, сумев подняться по социальной лестнице от простого фермера до мульти-миллионера и нефтяного короля.

Все, кто сделал себя сам, смогли добиться всего в первую очередь благодаря упорному труду. Даже будучи пожилым человеком и находясь на самой верхней ступени социальной лестницы, Дж.Х. Остерман не прекращал работу ни на минуту, а продолжал вынашивать в голове новые бизнес-планы: «Mr. Osterman was one who required little if any rest and at all times much work to keep him *content*. His was an *intense* and always *dominant* personality. Even after he had passed the age of sixty-five, when most men of means are content to rest and let others assume

the strenuous burdens of the world, he was always thinking of some new thing to do»<sup>33</sup>.

Значение работы в жизни Остермана передается в данном примере через противопоставление *little rest – much work*, а также через употребление формы *Continuous (was always thinking of some new thing to do)*, указывающей на постоянную работу его ума, затевающего все новые и новые предприятия. Несмотря на возраст, он продолжал оставаться трудоголиком, и работа над бизнес-проектами, сулящими очередную прибыль, по-прежнему приносила ему удовлетворение и делала счастливым, о чем свидетельствует лексема «*content*».

Также важны для понимания личностной природы бизнесмена-магната такие лексемы, как «*intense*» и «*dominant*», характеризующие его как очень сильную, могущественную и яркую личность, выделяющуюся на фоне других, стремящуюся всеми управлять и доминировать во всем.

Однако следует отметить, что личность Остермана вызывала в окружающих его людях двойственное восприятие: «You knew old Osterman, didn't you? I was his confidential adviser for the last eight years of his life, and a shrewder old hawk never sailed the air. He was a curious combination of speculator, financier and dreamer, with a high percentage of sharper thrown in for good measure»<sup>34</sup>, – вспоминал один из его поверенных.

Рассмотрим ключевые лексемы, описывающие Дж.Х. Остермана. В первую очередь обращает на себя внимание авторская метафора *a shrewder old hawk*. Примечательно, что у лексемы «*hawk*» помимо основного значения «ястреб» имеется еще одно, как нельзя более точно характеризующее личность бизнесмена-магната и соответствующее переносному значению русского слова «хищник», т. е. человек, наживающийся на ограблении других: «*hawk – a person, regarded as having the preying or grasping nature of a hawk; cheater; swindler*»<sup>35</sup>.

<sup>33</sup>Dreiser T. Указ. соч. С. 323–324.

<sup>34</sup>Там же. С. 348.

<sup>35</sup>Webster's New World College Dictionary Online. URL: <http://websters.yourdictionary.com/> (дата обращения: 30.01.2016).

Таким образом, в глазах окружающих его людей бизнесмен – это в первую очередь жулик, обманщик, мошенник, аферист, что подтверждают также лексемы «sharper» и «speculator». И в то же время это очень умный, хитрый, расчетливый и проницательный человек, что в приведенном примере обозначает лексема «shrewder».

Итак, Дж.Х. Остерман – хищник, который благодаря своему уму, хитрости и проницательности сумел нажить огромное состояние на ограблении других людей. При этом он не испытывал к обманутым и погубленным им людям ни жалости, ни сострадания.

Как известно, все творчество Т. Драйзера пронизано мотивом борьбы за жизненный успех, когда главный герой готов поступиться моральными принципами, чтобы подняться вверх по социальной лестнице. И лишь стоя на краю могилы, Остерман обнаруживает, что погоня за богатством и общественным успехом оборачивается порой невозможными потерями.

В рассказе «Победитель» Драйзер в сатирическом ключе описывает последний этап жизни своего героя. Осознание пройденного пути, понимание того, что жена вышла за него исключительно ради богатства, а пасынки только и ждут его смерти, чтобы промотать наследство,

заставило такого человека, как Остерман, – хищника, афериста, охотника за деньгами – заняться благотворительностью и переписать свое завещание. Согласно новому завещанию все его состояние – около сорока миллионов – переходило в распоряжение фонда, заботящегося о содержании сирот в Америке. Однако неожиданная смерть не позволила его благочестивым помыслам реализоваться.

Драйзер зло иронизирует над Остерманом, показывая, что последняя и главная битва, битва за спасение души, была им проиграна. Поэтому и само название рассказа имеет скрытый подтекст и является по своей сути сатирическим, т. к., по мысли автора, его главный герой, не знавший поражения в бизнесе и одержавший победу во всех своих бизнес-баталиях, вовсе не победитель, а побежденный. Таким образом, средствами создания сатирического эффекта и образа в рассказе «Победитель» можно считать проводимую писателем линию на дегероизацию сильных мира сего, а именно предпринимателей, охотящихся за деньгами, в лице целого ряда действующих лиц. Данную дегероизацию можно представить триадой следующих ключевых слов: *a trick – a trap – a tooth for a tooth*, объединенных общей метафорой *hunting for money*.

### Список литературы

1. Комова Т.А. Основы сопоставительной культурологии. М., 2000.
2. Языковая личность: От слова к тексту. На материале англоязычного дискурса / отв. ред. Т.А. Комова, С.И. Гарагуля. М., 2013.
3. Ма Т.Ю. Онтология «американизма»: язык и национальное самосознание / под общ. ред. Т.А. Комовой. Благовещенск, 2006.
4. Кобелева Е.В. Образ бизнесмена-дельца в американском художественном дискурсе 40-х гг. XX века // Ахмановские чтения 2012: сб. материалов конф. М., 2013. С. 121–129.
5. Гусева Э.Ю. Языковая репрезентация концепта «бизнес» в американской лингвокультуре: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2011.
6. Крюков И.А. Смысловое наполнение концепта «бизнес» и его репрезентация в русском языке на современном этапе: дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2012.
7. Чекаева В.В. Лингвокультурный типаж «Американский бизнесмен»: ценностные характеристики // Молодежь и наука: сб. материалов VIII Всерос. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, посвящ. 155-летию со дня рождения К.Э. Циолковского, 19–27 апреля 2012 года. Красноярск, 2012. URL: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/7188/> (дата обращения: 13.09.2016).
8. Кобелева Е.В. Лексема «Business» как имя концепта «Businessman» в американском художественном дискурсе // Современный учитель в современном мире: сб. ст. Астана, 2013. С. 353–358.

## References

1. Komova T.A. *Osnovy sopostavitel'noy kul'turologii* [Fundamentals of Comparative Cultural Studies]. Moscow, 2000.
2. *Yazykovaya lichnost': Ot slova k tekstu. Na materiale angloyazychnogo diskursa* [Linguistic Personality: From Words to the Text. Based on English Discourse]. Ed. by T.A. Komova, S.I. Garagulya. Moscow, 2013.
3. Ma T.Yu. *Ontologiya "amerikanizma": yazyk i natsional'noe samosoznanie* [The Ontology of Americanisms: Language and National Identity]. Blagoveshchensk, 2006.
4. Kobeleva E.V. *Obraz biznesmena-del'tsa v amerikanskom khudozhestvennom diskurse 40-kh gg. XX veka* [The Image of Trader-Businessman in American Literary Discourse of the 1940s]. *Akhmanovskie chteniya 2012: sb. materialov konf.* [Akhmanova Readings 2012: Proc. Conf.]. Moscow, 2013, pp. 121–129.
5. Guseva E.Yu. *Yazykovaya reprezentatsiya kontsepta "biznes" v amerikanskoj lingvokul'ture*: dis. ... kand. filol. nauk [Linguistic Representation of the Concept *Business* in American Linguoculture: Cand. Philol. Sci. Diss.]. Samara, 2011.
6. Kryukov I.A. *Smyslovoe napolnenie kontsepta "biznes" i ego reprezentatsiya v rusском yazyke na sovremennom etape*: dis. ... kand. filol. nauk [The Semantic Content of the Concept *Business* and Its Representation in Contemporary Russian Language: Cand. Philol. Sci. Diss.]. Nizhny Novgorod, 2012.
7. Chekaeva V.V. *Lingvokul'turnyy tipazh "Amerikanskiy biznesmen": tsennostnye kharakteristiki* [The Linguocultural Type of American Businessman: Value Characteristics]. *Molodezh' i nauka: sb. materialov VIII Vseros. nauch.-tekhn. konf. studentov, aspirantov i molodykh uchenykh, posvyashch. 155-letiyu so dnya rozhdeniya K.E. Tsiolkovskogo* [Youth and Science: Proc. 8th All-Russ. Sci. Tech. Conf. for Students, Postgraduates and Young Researchers Devoted to the 155th Birthday Anniversary of K.E. Tsiolkovsky]. 19–27 April 2012. Krasnoyarsk, 2012. Available at: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/7188/> (accessed 13 September 2016).
8. Kobeleva E.V. *Leksema "Business" kak imya kontsepta "Businessman" v amerikanskom khudozhestvennom diskurse* [The Lexeme *Business* as the Name of the Concept *Businessman* in American Literary Discourse]. *Sovremennyy uchitel' v sovremennom mire: sb. st.* [Modern Teacher in the Modern World: Collected Articles]. Astana, 2013, pp. 353–358.

doi: 10.17238/issn2227-6564.2016.5.99

**Elena V. Kobeleva**

Lomonosov Moscow State University  
1 Leninskie gory, Moscow, 119991, Russian Federation;  
e-mail: [contact@philol.msu.ru](mailto:contact@philol.msu.ru)

## CHARACTER EVOLUTION OF THE AMERICAN BUSINESS MAGNATE AND HIS LINGUISTIC REPRESENTATION IN T. DREISER'S STORY *THE VICTOR*

The businessman as a professional is of particular interest in the modern world. The United States of America, being an economic superpower, is considered to be a country of business and businessmen. That is why American literary discourse is rich in business characters, both dealers and business magnates. This article dwells on the evolution of the American business magnate in the satirical literary discourse of the early 20th century and analyses linguistic means of his representation. The author studied *The Victor*, one of the most famous short stories by Theodore Dreiser, a great master of critical realism. Through the main character of the story, J.H. Osterman, the author creates a psychological portrait of a businessman, shows his evolution as an individual and as a professional, analyses his career progress from a poor farmer to a multimillionaire and an oil king. The study showed that the main means for obtaining the desired result in business are deception and trickery, as evidenced by the author's metaphors and lexemes belonging to the lexico-semantic field *trick*. The satirical effect in the story is achieved by the author's deglorification of the main character, J.H. Osterman, and of other entrepreneurs hunting for money.

**Keywords:** *language and culture studies, satirical discourse, evolution of American business magnate.*

Поступила: 16.02.2016  
Received: 16 February 2016