

являлась источником персидского вдохновения для всего исламского мира. Она была источником поддержки для многих древних поэтов и художников. Можно утверждать, что без саманидского влияния были бы невозможны дальнейшие достижения персидской культуры.

Таджикское правительство приняло решение использовать Саманидов в качестве культурного символа таджикской цивилизации. И несмотря на то, что резиденция Саманидов находилась в Бухаре, т. е. в сегодняшнем Узбекистане, таджики уверены в правильности своего выбора. Саманиды идеально подходят на роль культурных символов. Они были суннитами, предшествуя утверждению шиизма как государственной религии Ирана. Они снискали известность не своими религиозными взглядами, а прежде всего благодаря проводимой ими культурной политике, и их цивилизация географически охватывает регион, включающий все территории, воспринимаемые таджиками в качестве своего культурного ареала.

По всей стране идет восстановление культурно значимых структур, таких, например, как знаменитые чайханы в г. Эсфарах на севере Ферганской долины. Силами оппозиции восстанавливаются исторически значимые мечети для проведения торжеств, созываются научные конференции.

Саманидские празднества представляют собой своего рода культурное уравнение, позволяющее исключить из таджикской идентичности некоторые нежелательные символические элементы. Исключаются, в частности, символические элементы, отсылающие к культуре современного Ирана. Правда, в то же время из таджикской идентичности исключается и русская культура.

*Перевод Е. В. Малаховой*

Ольга Бредникова, Олег Паченков

## «Этническое предпринимательство» мигрантов и мифы мультикультурализма

Данная статья посвящена анализу особенностей экономических миграций в постсоветской России и возможности интерпретации этого феномена в терминах мультикультурализма.

Идеология мультикультурализма неоднозначна и таит в себе ряд опасностей. В статье речь пойдет об одной из таких опасностей. Мы полагаем, что практическая реализация идей мультикультурализма в том виде, как они артикулированы в иммиграционных странах, означает не что иное, как продолжение процесса искусственного конструирования этнических и культурных групп среди мигрантов; этот процесс в постсоветских условиях может иметь негативные последствия.

Для иллюстрации нашего тезиса мы предполагаем деконструировать феномен так называемого этнического предпринимательства<sup>1</sup>.

Объект нашего исследования — недавние экономические мигранты из Кавказского и Среднеазиатского регионов, «стаж мигранта» которых составлял не более двух лет. Эта группа наименее интегрирована в городское сообщество, её представители слабо адаптированы к новым условиям жизни в чужой культуре. На фоне существующей в обществе ксенофобии такая группа наиболее проблематична и в общественной дискуссии наиболее конфликтна.

Мелкая торговля традиционно является экономической нишей мигрантов первого поколения<sup>1</sup>. По этой причине полем нашего исследования стали городские рынки, где сосредоточено большое число недавних экономических мигрантов. Основными информантами стали две семьи из Азербайджана и два мигранта из Таджикистана. Они — экономические мигранты, занимающие типичную экономическую нишу — розничная торговля овощами и фруктами на всех рынках города. Далее методом «снежного кома» в поле нашего внимания попали их контакты, социальные сети — то что называется «окружением», в том числе и постоянные жители Петербурга, которые в своей каждодневной жизни так или иначе сталкиваются (сотрудничают/конфликтуют) с мигрантами. Это хозяева

<sup>1</sup> Статья основана на материалах проекта «Кавказцы» в российском городе: интеграция на фоне ксенофобии». Проект был реализован Центром независимых социологических исследований при поддержке фонда МакАртуров в 1997–1999 гг.

арендуемых квартир, наёмные рабочие, покупатели, милиционеры, охранники рынка и т. д.

Этническое предпринимательство — концептуально разработанная тема в социологической дискуссии на Западе. В литературе можно найти несколько классификаций существующих подходов к анализу феномена этнического предпринимательства. Самая распространённая классификация выделяет среди существующих теорий два основных подхода:

1) культурно-исторический

2) экономический, или реактивный.

Культурно-исторический подход и связанные с ним «культурные» теории, сегодня воспринимаются как чрезмерно ортодоксальные, хотя раньше они безраздельно господствовали. Эти теории берут начало в работах Макса Вебера и Вернера Зомбарта, и суть их сводится к тому, что некоторые этнические группы или народы имеют определённые культурные или психологические черты, особенности, которые заставляли и заставляют их заниматься предпринимательством. Согласно данному подходу, подобная склонность обусловлена исторически, в силу чего указанным группам приписываются такие черты, как трудолюбие и работоспособность, независимость, бережливость, готовность к риску и пр.<sup>2</sup>

Теории второго типа сосредотачиваются на экономических моментах, оставляемых без внимания в первом подходе. Первостепенное значение здесь придается контексту, в котором возникает и протекает этническое предпринимательство, а также реакции мигрантов на ситуацию, в которой они находятся. К этой группе относится теория «меньшинства-посредника» (middleman minority), к ней тесно примыкает теория «временного проживания» (sojourner), «ущемленного положения» (disadvantage theory), «реактивная» (reactive) теория. Их суть сводится к тому, что мигранты попадают в крайне невыгодное, ущемленное положение, как и любое меньшинство, подвергаются дискриминации, в том числе и на рынке труда. Другие причины, которые стимулируют предпринимательскую активность мигрантов — это стремление заработать максимум денег за минимальный срок, так как в любой момент их могут выгнать, а также этническая солидарность, возникающая в условиях тяжёлого положения и другое<sup>3</sup>.

Считается, что основной недостаток описанных выше подходов состоит не в том, что они неправильные, но в том, что они неполные. В связи с этим в последнее время на Западе появились новые концепции, которые стремятся синтезировать существующие подходы, дополнить один другим, придать им новое звучание с учетом происходящих в обществе изменений. Все они тесно взаимосвязаны, используют сходную терминологию, но акцентируют различные особенности изучаемых явлений. Так, для Лайта важен ресурсный подход<sup>4</sup>, Олдрич акцентирует роль социальных

сетей<sup>5</sup>, в коллективной работе Олдингер, Орд и Олдрич предлагают многоуровневую интеракционную теорию, где, с одной стороны, подчеркивается роль структуры возможностей принимающего общества, с другой стороны, важная роль информационных сетей, организуемых мигрантами<sup>6</sup>.

Последние теории очень интересны и многое объясняют. Однако нам представляется, что российские исследователи должны быть осторожны и внимательны, объясняя российскую действительность через сложившиеся на Западе концепции. Тому есть как минимум две причины.

Первая причина заключается в особенностях советского общества, в течение нескольких десятилетий находившегося во власти определённой идеологии. Важной особенностью советского общества было практически повсеместное отсутствие в городах этнических сетей, поскольку этническая идентичность была в последних двух-трёх поколениях вытеснена «советской». Разумеется, мигранты могли чувствовать себя маргиналами, однако пути их интеграции в общество были предписаны государством и им же организованы. И эти пути не были этническими.

Другая причина, заставляющая нас осторожно относиться к западным теоретическим моделям, состоит в следующем. Все классические концепции этнического предпринимательства исходят из того, что мигранты, которые в принимающем обществе становятся меньшинством, имеют в своём распоряжении дополнительные ресурсы, которые принято называть «этническими». Согласно определению, данному А. Лайтом, этническими являются те ресурсы, которые основаны на идентификации человека с определённым этническим сообществом<sup>7</sup>. Практически всегда основным и наиболее эффективным этническим ресурсом считается *этническая солидарность*. В отличие от местного населения, мигранты не обладают достаточным социальным капиталом. В этой ситуации этничность должна стать для него основой, полагают исследователи. Считается, что для представителей этнических меньшинств принадлежность к одной и той же этнической группе — достаточная причина для организации и развития совместного бизнеса.

Однако наше исследование показало, что этническая солидарность в среде недавних экономических мигрантов носит *ситуативный* характер. В реальной жизни, в реальном бизнесе помогают и доверяют друг другу не соплеменники (*co-ethnics*), а друзья, соседи, коллеги, земляки и просто мигранты, часто принадлежащие к различным этническим группам.

Этническая солидарность ограничена соображениями рациональности.

Цель миграции — реализация экономических стратегий, связанных с максимально быстрым обогащением. Поэтому именно работа становится основой формирующихся здесь социальных сетей. Отношения экономических мигрантов между собой и с социальным окружением ориентиро-

ваны, как правило, на извлечение максимальной прибыли и на минимизацию рисков. Их отношения с соотечественниками строятся на основе принципов экономической рациональности. Очень часто экономические мигранты превращают своих соотечественников, которых исследователи этнической экономики со своей стороны склонны рассматривать как *co-ethnics*, в ресурс для увеличения собственного капитала.

Приведём несколько примеров. Мы наблюдали, как информанты, мигранты из азербайджанского города Гянджа, торгующие зеленью на одном из петербургских рынков, делают друг на друге деньги. В течение полутора часов с момента открытия рынка на нём происходит мелкооптовая торговля зеленью. Мелкооптовые продавцы, как правило — жители Петербурга и Ленинградской обл. До открытия рынка они продают ее торговцам-азербайджанцам, которые затем, в течение дня, продают эту зелень в розницу. Сами азербайджанцы тоже стремятся участвовать в утренних мелкооптовых торгах. Играя на разнице в ценах, они также продают и покупают зелень. При этом, между условно «своим» *co-ethnics* не существует согласованной ценовой политики. Их экономические стратегии индивидуальны. Каждый из них пытается перепродать товар другому с «накруткой». В данной ситуации по отношению к друг к другу они выступают в роли конкурентов, но не в роли *co-ethnics*.

Другой пример. Один из наших информантов-таджиков несколько раз высылал домой своих племянников, которые приезжали к нему в надежде найти работу и помощь. Они оказывались, по его словам, неспособными для самостоятельной работы, а кормить их и помогать им до бесконечности он не мог. Этот же информант рассказал о случае, когда рыночное сообщество отказалось выкупать из тюрьмы соотечественника — подростка, который был осужден за воровство. Среди экономических мигрантов, приехавших сюда на заработки и добывающих свой хлеб тяжелейшим трудом, не поощряется стремление некоторых соотечественников получить «лёгкие» деньги не работая.

С другой стороны, в ходе исследования мы наблюдали примеры сотрудничества мигрантов-азербайджанцев и местных предпринимателей. Такое сотрудничество в научной литературе по этническому бизнесу часто принято описывать как сотрудничество с другими этническими группами. Однако наши наблюдения показывают, что это не сотрудничество представителей одной этнической группы с представителями другой этнической группы. Это взаимовыгодное сотрудничество профессионалов. Этничность практически не играет роли при выборе того, с кем экономические мигранты сотрудничают, значимыми оказываются совершенно иные факторы. Пример такого сотрудничества, построенного исключительно на экономических принципах взаимовыгодности, — уже упоми-

навшиеся выше отношения, связанные с продажей товара мелкооптовыми продавцами, жителями Ленинградской области, розничным продавцам — азербайджанцам. Эпизоды подобного сотрудничества диссонируют с активно распространяемыми СМИ мифами о «несомненном» экономическом ущербе, который наносят стратегии экономических мигрантов — «кавказцев» «нашим» производителям, покупателям и т. п. На мелкооптовых поставщиков зелени никто не «давит», ни к чему не «принуждает», ничего не скупается «насильно», «под угрозами» (терминология из СМИ). Все отношения строятся на основе добровольного и взаимовыгодного сотрудничества.

Другой пример экономического сотрудничества мигрантов-«кавказцев» и местного населения — это предоставление рабочих мест местным жителям, которые работают у хозяев-мигрантов продавцами, грузчиками, водителями и т. д.

Таким образом, можно констатировать, что экономические сети мигрантов с Кавказа в Петербурге организованы не по этническому критерию. Используя терминологию М. Вебера, можно сказать, что эти сети не созданы сознательно социальными агентами, субъективно ориентирующимися в своих действиях на этническую принадлежность тех, с кем они работают (*co-ethnics*). Гораздо большее значение в этих отношениях, по сравнению с этнической, имеет идентичность, во-первых, собственно мигранта, во-вторых, мигранта экономического. Для мигранта, приезжающего зарабатывать деньги, экономические социальные сети более важны, чем все остальные. Отношения экономических мигрантов с их социальным окружением строятся, главным образом, на принципах взаимовыгодности, профессиональной пригодности и на экономических законах.

Приведённая выше деконструкция этничности «этнического предпринимательства», по нашему мнению, — одна из возможных иллюстраций тезиса о том, что искусственно сконструированные и идеологически нагруженные научные категории — «национальные культуры», «этнические группы», «национальные (или этнические) меньшинства» — не работают для объяснения устройства жизни мигрантов. Более того, эти понятия, являясь частью реализации «политического проекта»<sup>8</sup>, осложняют отношения мигрантов с принимающим обществом.

В период существования Советского Союза мигранты находились под патронажем государства, которое контролировало все происходящие в стране процессы, все проявления им же созданного национального или этнического самосознания, все взаимоотношения между им самим созданными этническими группами или национальностями. Затем государство ослабло и потеряло контроль над ситуацией. В результате развернулось активное конструирование этничности со стороны различных элит. Язы-

ковые различия вкупе с конструированием истории и акцентуацией религиозных различий позволили создать общество, в котором все люди, и особенно это касается мигрантов, превратились в представителей своих национальных культур. Их перестали воспринимать как рабочих, членов семей, безработных или бездомных, беременных, преступников или законопослушных граждан, больных или здоровых, алкоголиков или наркоманов, но только как представителей тех «национальных культур», из которых они происходят. Такая ситуация, созданная новыми идеологами власти, позволила развернуть активную деятельность другим обладателям экспертного знания – исследователям и учёным. Учёные активно занялись изучением истории, культуры этнических групп, изучением трудностей и конфликтов, возникающих между различными культурами и этническими группами.

В связи с вопросом миграции следует сказать, что в данной ситуации индивидуальные стратегии принятия решения о миграции и самой миграции полностью игнорируются. Все действия рассматриваются лишь как действия этнической группы в целом.

Таким образом, искусственно был создан социальный феномен. Этот «фантом» был выдуман официальными идеологами при поддержке обладателей экспертного знания — учёных<sup>9</sup>. Те и другие обладают правом называть социальные явления. Сошлёмся здесь на П. Бурдьё, который полагает, что легитимное право «называть», означает так же право «вызывать названные явления к жизни», делать их элементами социальной реальности<sup>10</sup>.

С изменением ситуации в стране, изменилось и отношение к мигрантам. Они перестали быть желанными гостями даже для государства. В один момент они потеряли легальный статус и окончательно стали «чужими». При этом именно этничность стала основным критерием различий. Мигранты оказались в ситуации, когда их инакость любого рода однозначно интерпретируется в терминах этничности. Эта ситуация ведёт к различным конфликтам, которые сегодня наблюдает весь мир, в том числе и мы в нашей стране.

В создавшейся ситуации внедрение концепта мультикультурализма, импортированного из США и Канады, представляется единственно возможным путём позитивного решения проблемы. Однако, по мнению многих учёных, особенно в Европе, мультикультурализм представляет собой продолжение процесса акцентуации различий, которые описываются в этнических или национально-культурных кодах<sup>11</sup>. Сами эти коды были когда-то искусственно сконструированы и навязаны мигрантам извне. Сегодня различные эксперты, в том числе политики и учёные, представители различных социальных наук продолжают, разбирая проблемы ми-

грантов, оперировать терминами «этнические группы», «национальные культуры». Это сильно осложняет решение проблем, возникающих как у самих мигрантов, так и в принимающем обществе. Такого рода деятельность по реализации идей мультикультурализма представляется нам попыткой исправить последствия совершенной ранее ошибки, не признавая её и не затрагивая причин.

В одном из определений Дж. Рекс говорит о мультикультурализме как о социальном порядке в обществе, основанном «на диалоге и конфликте между культурами»<sup>12</sup>. Мы видим опасность в том, что идеологи и практики идей мультикультурализма станут работать не с реальными «живыми» людьми, а с искусственно созданными призраками несуществующей «национальной культуры». Нам представляется, что вместо этого следует принимать во внимание то, что действительно важно для конкретных людей, и строить мультикультурализм и общество «равных возможностей», основываясь именно на этих критериях.

<sup>1</sup> Light I. Immigrant and Ethnic Enterprise in North America // Ethnic and Racial Studies. 1984. Vol. 7. Number 2. April; *Idem*. Immigrant Entrepreneurs in America: Koreans in Los Angeles / N. Glazer (ed.). Glamour at the Gates. San Francisco, 1985; *Waldinger R.* Through the Eye of the Needle: Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades. N. Y., 1986.

<sup>2</sup> Light I. Immigrant Entrepreneurs in America: Koreans in Los Angeles; *idem*. Ethnicity and Business Enterprise // Making It in America / M. Stolarik & M. Friedman (eds.). London; Toronto, 1986; *Waldinger R.* Through the Eye of the Needle: Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades.

<sup>3</sup> Op. cit.

<sup>4</sup> Light I. Ethnicity and Business Enterprise.

<sup>5</sup> Howard A., Zimmer C. Entrepreneurship Through Social Networks // Entrepreneurship / R. Sillmor & D. Sexton (eds.). N. Y., 1985.

<sup>6</sup> *Waldinger R., Ward R., Aldrich H.* Ethnic Business and Occupational Mobility in Advanced Societies // Sociology. 1985. Vol. 19. № 4. November. P. 586–597.

<sup>7</sup> Light I. Ethnicity and Business Enterprise. P. 21.

<sup>8</sup> *Тышков В.А.* Забыть о нации (постнационалистическое понимание национализма) // Этнограф. обозрение. 1998. № 5. С. 9.

<sup>9</sup> *Radtke F.-O.* Multiculturalism, Welfare State and Germany // The Ethnicity Reader / M. Guibernau & J. Rex. (eds.) Polity Press. 1999. P. 253.

<sup>10</sup> *Бурдьё П.* Социальное пространство и генезис классов // Он же. Социология политики. М., 1993. С. 67.

<sup>11</sup> *Radtke F.-O.* Multiculturalism, Welfare state and Germany.

<sup>12</sup> *Rex J.* The Concept of Multicultural Society // The Ethnicity Reader. P. 219.