

УДК 947.083(571): 330.190.2

И.И. Кротт

**СИБИРСКИЙ СОЦИУМ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX в.:
СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ И МОТИВАЦИЯ РАЗВИТИЯ
ЭТНИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА***

Характеризуются социокультурные условия и мотивация предпринимательской активности немецких мигрантов в сибирском социуме в конце XIX – начале XX в. Делается вывод о том, что важнейшей причиной развития немецкого предпринимательства в регионе явилась социально-экономическая маргинальность этнических мигрантов. Немецкие предприниматели не потерялись и не растворились в принимающем обществе, наоборот, они заняли особую экономическую нишу, играя важную роль в общественном разделении труда и модернизации сибирского социума.

Ключевые слова: немцы, предприниматели, Сибирь

В настоящее время проблема адаптации иммигрантов в инонациональной среде является чрезвычайно актуальной и представляет немалый исследовательский интерес. В новейших теоретических работах прослеживается расширение зоны действия адаптации. Если ранее большинство ученых трактовали адаптацию исключительно как феномен социально-экономической жизни, то современные исследователи акцентируют внимание на многомерности этого процесса [1; 2; 3]. Более того, сегодня в российской научной литературе активно обсуждаются вопросы этнической и мигрантской экономики. На Западе такого рода исследования стали достаточно традиционными, и соответствующая дискуссия уже имеет историю. В отечественной историографии проблемы собственно этнического предпринимательства, связи мигрантской экономики с этничностью и создание этнических предпринимательских сетей в автохтонной среде стали рассматриваться совсем недавно. При этом в имеющейся литературе об этническом предпринимательстве уделяется явно недостаточное внимание региональным исследованиям, что, несомненно, обедняет общероссийскую картину. На данном этапе приходится констатировать, что обширный и весьма интересный сибирский материал, отражающий формирование и функционирование мигрантской экономики, связь предпринимательских сетей с этничностью и характеризующий взаимодействие этнического предпринимательства с принимающим большинством, недостаточно изучен и мало введен в научный оборот.

Вместе с тем известно, что Сибирь всегда была достаточно многонациональным регионом, население которого отражало пестроту этнического состава, многообразие культур и религий Российской империи, поэтому проблема взаимоотношений между людьми с разными культурными традициями и историческими судьбами на отдельных этапах истории оставалась для региона актуальной.

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект № 08-01-00420а.

В современных исторических исследованиях все чаще звучит тезис о «гибридном», «фронтирном» характере сибирского общества, связанного не только со спецификой географического положения Сибири, но и процессами переселения [4]. «Специфика Сибири, как, впрочем, и других окраин России, – указывает В. Рабинович, – изначально определяется тем, что здесь формируется и функционирует переселенческий социум, выступающий как цельное и стабильное образование» [5].

Следует отметить, что с конца XIX в. Сибирь являлась основным районом внутренней колонизации в имперской России [6. С. 40–74]. Безусловно, справедлива оценка современных историков Д.Я. Резуна и М.В. Шиловского, считающих, что «по своей масштабности, степени воздействия и последствиям массовую крестьянскую миграцию в Сибирь конца XIX – начала XX вв. и производимое одновременно с этим землеустройство можно квалифицировать как переселенческую революцию» [7. С. 94]. В Сибирь переселились миллионы крестьян из Европейской России. На общих основаниях в качестве российских переселенцев на новые земли отправлялись и немецкие колонисты, оставив свои материнские колонии на Волге, Украине, Северном Кавказе, в Крыму и других районах империи. Таким образом, с конца XIX в. начинается история возникновения и социально-экономического развития немецких колоний в Сибири – поселений с преобладающим немецким населением, основанных, как правило, в виде переселенческих поселков, хуторов, частновладельческих имений. Активно в хозяйственной жизни региона участвовали не только крупные немецкие сельские хозяева и крестьяне, но и коммерсанты, выступавшие в качестве как самостоятельных предпринимателей, комиссионеров, так и доверенных лиц, управляющих региональных отделений иностранных и российских фирм.

В региональной историографии вопрос об участии немцев в предпринимательской деятельности в Западной Сибири конца XIX – начала XX в. отражен достаточно полно [8; 9; 10; 11. С. 92–93; 12. С. 12–16; 13. С. 68–69; 14. С. 63–78]. Выявлен персональный состав предпринимателей-немцев, отраслевые направления их деятельности, размеры и внутренняя организация дела. Достаточно детально исследовано немецкое землевладение, даны оценки их вклада в развитие товарного сельского хозяйства, торговли, промышленности. Определенные выводы сделаны о культурном влиянии «немецкого элемента» на деловой мир Западной Сибири рубежа XIX–XX вв.

Вне поля зрения сибирских исследователей остались некоторые вопросы, связанные с анализом социальных оснований предпринимательской деятельности. Дополнительные усилия необходимы, прежде всего, для того, чтобы дать характеристику социокультурных условий и мотивации предпринимательской активности немецких мигрантов в сибирском социуме в конце XIX – начале XX в.

В дореволюционных источниках и научной литературе неоднократно отмечалось заметное участие немецких мигрантов в хозяйственной и общественной жизни Западной Сибири, наличие устойчивых разносторонних связей с окружающим обществом. Вслед за В. Зомбартом мы можем утверждать, что многие переселенческие этнические группы выступали в качестве

некоего «рыночного фермента», меняющего принимающие сообщества. С одной стороны, они становились активными агентами социально-экономической модернизации, а с другой – сами испытывали мощнейшее внешнее воздействие. Попадая в новое окружение, немецкие мигранты приобретали также новые культурные и идентичностные характеристики. Анализ любого, в том числе сибирского переселенческого сообщества, должен учитывать существование взаимных проекций и иерархий отношений между «коренным» и «пришлым» этносами, наличие официальных запретов и всякого рода табу, влияющих на функционирование этого общества, особенно на его социально-экономическую составляющую. Представители этнических общин, как чужаки, не допускались в определенные экономические сферы, в то время как какие-то «рыночные специализации» считались недостойными этнического большинства. Эти ниши заполнялись представителями предпринимательского меньшинства.

Пришлость, чужеродность, торговая специализация, рыночная ментальность и образ жизни, конфликтные отношения с принимающим обществом – это типичный набор признаков так называемых предпринимательских меньшинств, широко распространенного феномена. Такие группы существовали и существуют во все времена, среди самых разных народов, культур, цивилизаций. Под этим довольно условным наименованием имеются в виду представители ряда этнических и/или конфессиональных общностей, специализирующихся в рыночных профессиях и сферах занятости. Выходцам из этнических меньшинств отводится очень важная специфическая роль в экономической и социальной системе принимающего общества. Они занимают нишу, границы которой устанавливают местные традиции, обычаи, сложившаяся система разделения труда. Меньшинства образуют замкнутые общины, пользуются определенной автономией, сохраняя своеобразие и не смешиваясь с этническим большинством или автохтонным населением [15. С. 214–230].

Изучая процесс развития немецкого этнического предпринимательства, невозможно обойти вопрос о мотивах, руководивших деятельностью предпринимателей. Общеизвестным считается, что она обуславливалась, прежде всего, стремлением к богатству. Мы согласны с утверждением, что мотив извлечения денежного дохода обязателен по определению. Но денежный доход все же не является самоцелью, это центральный, но не конечный мотив. Кроме того, очевидно, что стремление к богатству – качество социальное, и как таковое в разных исторических обстоятельствах оно мотивировалось и проявлялось различно [16]. Современные научные представления об экономике Сибири могут лишь в общем виде объяснить происхождение стремления к наживе и способы его удовлетворения. Очевидно, что здесь определенную роль играли социокультурные условия, способствовавшие формированию соответствующих поведенческих установок и настроений.

Важнейшей причиной развития немецкого предпринимательства в Западной Сибири в конце XIX – начале XX в., на наш взгляд, является социально-экономическая маргинальность этнических мигрантов. Понятия «маргинальность», «маргиналы» были введены в науку в конце 1920-х гг. амери-

канским социологом Р. Парком и использовались им для изучения вполне конкретной этнокультурной ситуации («личность на рубеже культур»). Позднее значение терминов стало расширяться и одновременно дифференцироваться. В предельно общем смысле маргинальность означает утрату индивидом или группой объективной принадлежности к той или иной социальной общности с последующим или без последующего вхождения в другую подобную общность. В современной науке термином «маргинальность» обозначается пограничность, периферийность или промежуточность состояния отдельных лиц, социальных или этнических групп либо общества в целом. В данной исследовательской практике маргинальность рассматривается не как принадлежность к социальному «дну», а как состояние «статусного несоответствия» или «декомпозиции статусов» [17. С. 160; 18. С. 224]. Следовательно, маргинальность важна как характеристика социальной структуры, а не как личностная характеристика предпринимателей. Дело не только в том, что тяготы миграции становятся фильтрами, через которые проходят наиболее деятельные люди, но и в положении этих людей в их новой среде.

Действительно, многие немецкие предприниматели, оставляя свои прежние занятия в различных сегментах рыночного пространства на территории Европейской России, в Сибири вынуждены были приобретать новые знания, новые поведенческие установки экономического взаимодействия. Таким образом, происходило осознание новых условий жизни и необходимости приспособиться к ним так, чтобы иметь возможность участвовать в их использовании. Все это в огромной степени осложнялось проблемами языка, невстроенности в систему социокультурных норм, формальной или скрытой дискриминации, закрывавшей иммигрантам дорогу к престижным занятиям [19. С. 16; 20. С. 6–12, 16, 22–30; 21. С. 7; 22. С. 100–104; 10. С. 62–77, 83, 89; 8. С. 45–68, 99–122]. В итоге социокультурные условия принимающей сферы закрепляли маргинальный статус немецких мигрантов, для которых только предпринимательство открывало каналы вертикальной социальной мобильности.

Оставаясь во многих отношениях «чужаками», представители пришлых этнических групп менее дорожили господствующими в данном обществе статусными позициями (по крайней мере, материальное положение, как правило, заботило их больше, нежели социальный статус). Немецкие предприниматели в регионе были менее стеснены поведенческими нормами, культурными традициями, цементирующими местное сообщество, и поэтому они оказались, во-первых, более открытыми для всякого рода инноваций, что, безусловно, важно для любого предпринимательства, а, во-вторых, более свободными в выборе наступательных стратегий. Сохраняющаяся же относительная обособленность немецких колоний, с одной стороны, рождала спрос на традиционные для данного этноса товары, а с другой – формировала сети деловой поддержки: капиталом и информацией, рабочими руками и заказами. Таким образом, многие успехи в предпринимательской деятельности, которые были достигнуты немцами в начале XX в., в определенной степени можно объяснить наличием отношений этнической солидарности и поддержки [10. С. 74–75, 97–99, 110–111; 8. С. 99–122; 23. С. 6–8, 13–15; 24.

С. 184–188; 25. С. 29–30, 33, 36–37; 26]. Выжить в новой этнокультурной и экономической среде, в рамках которой распределены рыночные ниши, возможно было только благодаря совместным усилиям. Принимающее общество изначально обращалось к «чужакам»-мигрантам как к группе, и они должны были этому соответствовать.

При этом в историографии традиционно отмечается, что так называемая чуждость выгодна обеим сторонам, позволяя мигрантам, этническим меньшинствам, специализироваться именно в тех профессиях, занимать определенные экономические ниши, устоячивая потребность в развитии которых существует, но которые по ряду причин нежелательны для представителей принимающего большинства [27. С. 205–206; 28. С. 35–36]. По мнению В.И. Дятлова, «чужаку разрешалось то, что порицалось или категорически запрещалось своему» [29. С. 29]. Следовательно, «чуждость» позволяет меньшинствам играть заметную роль в хозяйственной системе принимающего общества, получая быструю прибыль и относительно стабильный и безопасный официальный статус в локальном сообществе.

Следует отметить, что для многих немецких мигрантов Западной Сибири занятие предпринимательством являлось вынужденным. Общеизвестно, что главной причиной, побудившей немцев переселяться из европейской части России в Сибирь, являлось увеличивавшееся с каждым годом безземелье, то есть кризисные экономические явления в материнских колониях [8. С. 9; 30. С. 41–42; 10. С. 42–53]. Колонистам-беднякам переселение в «далекий край» давало шанс уйти от нищеты и малоземелья, зажиточные же немецкие колонисты могли рассчитывать на создание крупных капиталистических хозяйств на собственной или арендованной земле. Кризисная ситуация, проявляющаяся в деформации рынков, ухудшении их общей конъюнктуры, вынуждала немецких колонистов к поиску новых хозяйственных возможностей.

При этом строительство Сибирской железной дороги в конце XIX в. ускорило проникновение товарно-денежных отношений во все поры экономики региона, вызвало наплыв капиталов, знаний и предприимчивости, выступивших катализаторами этого «экономического пробуждения» [31. С. 81–82].

В этой связи важно отметить, что представители этнических меньшинств были ограничены в выборе рыночных ниш. Наиболее популярны в среде немецких мигрантов были сельское хозяйство, розничная и оптовая торговля, область услуг. В производственные сферы включались немногие немецкие предприниматели Западной Сибири. Встраивание в сложившийся уклад вынуждало немцев быть «предприимчивым меньшинством» с высокой степенью адаптивности в иной языковой и культурной среде. Их деятельность всегда отвечала потребностям местной экономики, в которую они органично включались. Немецкие мигранты, как пришлые чужаки, вынуждены были постоянно заботиться о своей безопасности, стремиться быть нужными как можно большему числу членов принимающего общества, ориентироваться на быстрый оборот капитала и «скоростные» хозяйственные операции. Западная Сибирь остро нуждалась в развитии сельского хозяйства, ремесла и торговли, поэтому немцы обосновались в регионе как представители сельскохозяйственного и торгово-промышленного предпринимательского сооб-

щества. «Умение жить в чужом мире, относительно легко переходить из одних условий в другие, с одного языка на другой, готовность к освоению нового, – по утверждению В.И. Дятлова, – являются обязательными характеристиками предпринимательских меньшинств» [29. С. 30]. На этом наборе качеств особый упор делает и американская исследовательница Э. Бонасич, считая их главными, преобладающими. При этом она называет такие этнические или религиозные группы «посредническими меньшинствами» [32. Р. 1–34].

Исследования сибирских историков последних лет показали, что этническое немецкое предпринимательство занимало на региональном рынке несколько основных ниш, под которые выстраивались их деловые стратегии [14. С. 63–78; 9; 12. С. 12–16; 8. С. 99–122]. Первая – производство и реализация этнических потребительских товаров для нужд их собственных общин (простейшие сельскохозяйственные орудия труда, шерстяные, обувные и столярные изделия). Вторая ниша связана с поставкой этнических товаров для местного населения (немецкая деревянная мебель, колбасные и хлебобулочные изделия). Третья – удовлетворение местных потребностей в разного рода услугах (рынок проектно-консультативных и ремонтно-наладочных услуг, мануфактурно-бакалейно-галантерейные заведения). Четвертая ниша предполагала заполнение слабо защищенных и неустойчивых рынков (рынок зерна и сельскохозяйственных машин, оборудования для мельниц и маслодельных заводов, рынок электрического оборудования).

Выбор подобных экономических ниш стал для немецких предпринимателей во многом вынужденным. Найденная специализация оказалась единственно возможной из-за специфики сибирского края. Вместе с тем она обеспечивала предпринимателям быстрый достаток и благосостояние, включенность в общественные структуры, надежные связи с разными социальными слоями, что, в свою очередь, являлось одним из обязательных условий для стабильности и безопасности этнической общности в принимающей стороне.

Необходимо отметить, что сам факт существования и деятельность предпринимательских меньшинств, а немецкие мигранты, несомненно, являлись таковыми, способствовал конфликтным ситуациям. Достаточным основанием для этого была социокультурная чужеродность меньшинств (иной облик, стиль жизни, тип поведения, другие обычаи и традиции).

Особенно остроую конфликтность несла и экономическая специализация меньшинств. И уж тем более в условиях рыночной трансформации принимающего общества, когда к предпринимательской деятельности, образу и стилю жизни приобщается «патриархальное большинство». Рыночная специализация, опыт и умения, навыки, ценностные ориентации, материальные ресурсы, общинные инфраструктуры – все это давало определенные преимущества в конкурентной борьбе именно предпринимательским меньшинствам.

В результате названных выше процессов в различных вариантах формировалась система отношений, которую Дж. Фэрниволл назвал «плюральным обществом», а некоторые авторы – «симбиозом» [27. С. 206]. Последнее определение, на наш взгляд, представляется более адекватным. В отличие от концепции «плюрального общества», в соответствии с которой различные

группы, в том числе предпринимательские меньшинства, представлены как абсолютно автономные, замкнутые и встречающиеся лишь на «рыночной площади», понятие «симбиоз» предусматривает теснейшие социальные связи, интеграцию рассматриваемых групп в единую систему социальной иерархии со своим набором прав и обязанностей.

Таким образом, немецкое предпринимательство в Западной Сибири в конце XIX – начале XX в. принимало заметное участие в хозяйственной жизни края. Немецкие мигранты не потерялись и не растворились в общей массе, наоборот, они занимали особую экономическую нишу, играя весьма важную роль в общественном разделении труда и модернизации сибирского социума.

Социокультурная организация сибирского общества открывала для немецкого населения канал вертикальной социальной мобильности в виде предпринимательской деятельности. Немцам, на первоначальном этапе плохо вписанным в структуру традиционных социальных ролей в новой принимающей среде, было проще проявить себя в предпринимательских занятиях, создавая свои ниши в рамках регионального экономического пространства.

Экономические ниши, занятые немецким этническим сообществом, были типичными для предпринимательских меньшинств. Выбор отраслей рыночной инфраструктуры (сельское хозяйство, торговля, промышленность, сфера услуг) в качестве основных отраслей специализации также естествен. Именно здесь удачным образом сплелись в единое целое возможность получения быстрой прибыли, слабая конкуренция со стороны других этнических групп, возможность быть полезным принимающему обществу. В результате своей экономической деятельности немецкие предприниматели на рубеже XIX–XX вв. стали неотъемлемой частью существовавших в регионе социальных отношений и хозяйственных связей.

Литература

1. Евтух В.Б. Иммигранты в инонациональной среде: проблемы адаптации // Миграция и мигранты в мире капитала: исторические судьбы и современное положение: Сб. науч. трудов. Киев, 1990.
2. История российского зарубежья. Проблемы адаптации мигрантов в XIX–XX вв. М., 1996.
3. Левин З.И. Менталитет диаспоры (системный и социокультурный анализ). М., 2001.
4. Шиловский М.В. Фронтир и переселения (сибирский опыт) // Фронтир в истории Сибири и Северной Америки в XVII–XX вв.: общее и особенное. Новосибирск, 2003. Вып. 3.
5. Рабинович В. «Чужаки» в меняющемся социуме: Иркутск, последняя треть XIX – первая треть XX вв. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://abimperio.net/cgiin/aishow.pl?state>.
6. Сибирь в составе Российской империи. М., 2007.
7. Резун Д.Я., Шиловский М.В. Сибирь, конец XVI – начало XX века: фронтир в контексте этносоциальных и этнокультурных процессов. Новосибирск, 2005.
8. Вибе П.П. Немецкие колонии в Сибири: социально-экономический аспект. Омск, 2007.
9. Карих Е.В. Межэтнические отношения в Западной Сибири в процессе ее хозяйственного освоения. XIX – начало XX в. Томск, 2004.
10. Шайдуров В.Н. Формирование и социально-экономическое развитие немецкой диаспоры на Алтае: XIX – начало XX вв. Барнаул, 2003.
11. Кротт И.И. К вопросу об использовании междисциплинарных стратегий и методов в изучении экономического поведения этнических групп населения Западной Сибири в конце

XIX – начале XX вв. // История идей и история общества: Материалы V Всероссийской научной конференции. Нижневартовск, 2007.

12. *Кротт И.И.* Этническое предпринимательство: к проблеме социокультурных условий хозяйственной адаптации немцев в Западной Сибири в конце XIX – начале XX вв. // Немцы Сибири: история и культура. Материалы V Международной научно-практической конференции. Омск, 2006.

13. *Киселев А.Г.* Коммивояжеры – германские подданные в Омске // *Aus Sibirien* – 2005. Научно-информационный сборник. Тюмень, 2005.

14. *Зашибина Е.Л., Киселев А.Г.* Немецкие коммерсанты в Омском Прииртышье в начале XX в. // Немцы. Россия. Сибирь: Сборник статей. Омск, 1996.

15. *Геллнер Э.* Нации и национализм. М., 1992.

16. *Зомбарт В.* Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М., б/г. Отд. IV.

17. *Веселовский В.* Классы, слои и власть. М., 1981.

18. *Радаев В.В.* Экономическая социология. М., 2005.

19. *Бетхер А.Р., Сигуртов П.Т.* Азовский немецкий национальный район. Омск, 2003.

20. *Вибе П.П.* Образование и становление немецких колоний в Западной Сибири в конце XIX – начале XX вв. // Немцы. Россия. Сибирь: Сборник статей. Омск, 1996.

21. *Немцы в Сибири: Сборник документов и материалов по истории немцев в Сибири. 1895 – 1917 / Сост. П.П. Вибе.* Омск, 1999.

22. *Фот А.А.* К проблеме связи национальной специфики с результатами хозяйственной деятельности (на примере российских немцев) // Гуманитарное знание. Серия «Преемственность». Омск, 1997. Вып. 1.

23. *Морозов А.* Переселенческие поселки Омского уезда в 1897 г. // Записки Западно-Сибирского отдела Императорского Русского Географического общества. Омск, 1900.

24. *Сборник статистических сведений об экономическом положении переселенцев в Томской губернии.* Томск, 1913. Вып. 1.

25. *«По новым местам».* Переселение в Сибирь в 1913 году, впечатления и заметки по поездке в заселяемые районы Сибири члена Государственной Думы А.П. Трегубова. СПб., 1913.

26. *Государственный архив Омской области.* Ф. 67. Оп. 2. Д. 2022, 2100, 2289.

27. *Дятлов В.И.* Предпринимательские меньшинства: торгаши, чужаки или посланные Богом? М., 1996.

28. *Рабинович В.* Евреи дореволюционного Иркутска: меняющееся меньшинство в меняющемся обществе. Красноярск, 2002.

29. *Дятлов В.И.* Современные торговые меньшинства: фактор стабильности или конфликта? М., 2000.

30. *Коровушкин Д.Г., Лоткин И.В., Смирнова Т.Б.* Неславянские этнодисперсные группы в Западной Сибири (формирование и этнокультурная адаптация). Новосибирск, 2003.

31. *Журналы заседаний съезда деятелей сельского хозяйства 1–12 августа 1911 г. в г. Омске.* Омск, 1912.

32. *Bonacich E., Modell J.* The Economic Basis of Ethnic Solidarity. Small Business in the Japanese American Community. Berkeley, 1980.