

УДК 930

Телицын В.Л., Сотников С.А.*(г. Москва)*

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ УСЛУГ КАК ФАКТОР
СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В РОССИЙСКИХ ДИАСПОРАХ ЗА РУБЕЖОМ.
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ¹

Аннотация. Одним из перспективных направлений государственной политики России является развитие связей с зарубежными соотечественниками. Сохранение языка и культурных традиций – базовое условие развития этих связей. Сложилась широкая инфраструктура коммерческих услуг, охватывающая все стороны жизни эмигрантов. Выход рускоязычного сервиса за границы той или другой страны способствует расширению взаимодействий между российским зарубежьем и Россией.

Ключевые слова: российское зарубежье, сфера услуг, языковая идентичность, культура, традиция.

V. Telitsyn, S. Sotnikov*(Moscow)*

ENTREPRENEURSHIP IN THE SERVICES SECTOR AS A FACTOR
OF CONSERVATION OF THE CULTURAL AND LINGUISTIC IDENTITY
IN RUSSIAN DIASPORAS ABROAD. PAST AND PRESENT

Abstract. One of the promising areas of the Russian state policy is the development of relations with foreign compatriots. Preservation of the language and cultural traditions is a basic condition for the development of these relations. Broad infrastructure of commercial services has been developed, covering all the aspects of immigrants' life. Appearance of Russian-speaking service outside this or that country promotes greater interaction between Russia and its compatriots abroad.

Key words: Russian compatriots abroad, services, language identity, culture, tradition.

Развитие разносторонних связей и сотрудничество с миром зарубежных соотечественников является одним из перспективных направлений государственной политики современной России. Прези-

¹ Статья подготовлена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2012-2014 гг.

дент Российской Федерации В.В. Путин отмечал, что «чем сильнее, чем успешнее Россия, тем более тесными становятся наши контакты с диаспорой и, конечно, тем мощнее и влиятельнее голос наших соотечественников за рубежом» [1]. Одним из направлений взаимодействия России с российским зарубежьем являются программы поддержки русского языка и культуры во всём мире, в реализации которых принимает участие широкий круг государственных и общественных организаций нашей страны и российского зарубежья. Как подчеркнул премьер-министр России Д.А. Медведев, «всех нас объединяет ... бережное отношение к нашей истории, к нашим традициям» [7]. В данном контексте приобретает дополнительную актуальность научное исследование исторического опыта сохранения культурно-языковой идентичности в российском зарубежье и выявление факторов, способствующих развитию данной тенденции.

Необходимо отметить, что сохранение языка и культурно-ментальной среды является одним из базовых условий стабильности любой диаспоры [6] и проявляется не только в непосредственно нацеленной на данную задачу деятельности общественных организаций (школ, библиотек и т. п.), но и в большинстве других компонентов диаспоральной системы. Одной из устойчивых характеристик русскоговорящих общин в различных странах мира на протяжении всего периода существования феномена российского зарубежья является наличие в диаспоральном пространстве структур малого и среднего бизнеса, работающих в сфере сервиса. Формирование подобных структур определялось достаточно широким спектром потребностей эмигрантов, прежде всего, в начальный период их адаптации в стране проживания, когда использование услуг иностранных юристов или врачей было затруднено из-за языкового барьера и психологического дискомфорта, который нередко испытывали эмигранты в чужом для них социуме. Кроме того, значительная часть сообщества российского зарубежья, особенно в первой половине XX в., стремилась к сохранению культурно-языковой идентичности и для себя, и для своих детей, что также определяло востребованность различных видов русскоязычного сервиса, который становился неотъемлемой частью внутренней жизни русских общин в Париже, Праге, Белграде, Харбине, Нью-Йорке, Сан-Франциско и других городах мира. Как известно, в послереволюционный период в крупных русскоговорящих анклавах в Европе и на Дальнем Востоке сложилась развитая инфраструктура коммерческих услуг, охватывающая фактически все стороны жизни эмигрантов. В неё входили рестораны, ателье, различные мастерские, медицинские кабинеты, аптеки, адвокатские

бюро, нотариальные и посреднические конторы, банки, транспортные агентства, театры, издательства и типографии, частные учебные заведения, библиотеки и др. Так, например, уже весной 1924 г. в русском Париже действовало более 30 медицинских кабинетов, около десятка юридических и нотариальных бюро, 14 предприятий общественного питания и др. [8]. Аналогичная картина наблюдалась в Берлине начала 1920-х гг.: «Пройдешься в области «Вестена» и зарядит перед глазами от великого множества вывесок, витрин, плакатов, реклам: «здесь говорят по-русски», книжный магазин «Родина», ресторан «Медведь», кафе «Москва», концерт такого-то... А в газетных киосках то ж бубнят о себе заголовки газет и журналов: «Дни», «Накануне», «Руль», «Спологи», «Жар-птица...» [10].

В небольших русских общинах система русскоязычного сервиса была значительно менее разветвлённой, но нередко магазин или кафе становились центрами притяжения для всей общины, поскольку здесь можно было общаться по-русски, приобрести привычные продукты, предметы быта, русские газеты и книги. Очень ярко эта особенность диаспоральной сферы услуг проявилась в уникальной культуре Брайтон-Бич и в долго сохранявших своё своеобразие уголках Русского Парижа. В современном российском зарубежье в США, Канаде, Австралии, Израиле, большинстве европейских стран, где имеются русскоговорящие общины, структуры русского сервиса (кафе, салоны красоты, спортивные клубы, детские сады) играют важную коммуникативную роль в сообществе российских соотечественников.

В период 1920-х – середины 1980-х гг. в российском зарубежье были распространены специфические услуги, связанные с советской политикой в отношении эмиграции и способствовавшие установлению информационного взаимодействия между эмигрантами и их родными и близкими на родине – организация денежных переводов и вещевых почтовых отправок в СССР, оформление приглашений для советских граждан, стремящихся выехать за границу, и т. п.

Соответственно, и сама предпринимательская деятельность в сфере сервиса, особенно мелкий частный бизнес (пошив одежды и обуви, парикмахерские услуги и пр.), была и остаётся распространённым типом диаспорального поведения, позволяющего обеспечивать жизнь в пределах привычной социальной и языковой среды. Наиболее широко сфера сервиса представлена в современных русскоговорящих сообществах США и Канады. Например, только в интернет-каталоге «Русский Ванкувер» представлено 90 объявлений услуг по ремонту и домашнему сервису, 28 – русскоговорящих адвокатов и нотариусов, 36 услуг по об-

учению языкам и репетиторству, 91 – медицинских услуг, 75 – по организации развлечений и путешествий и т. п. [5].

В контексте темы сохранения культурно-языковой идентичности российскими соотечественниками за рубежом существенное значение имеют образовательные и информационные услуги, получившие достаточно широкое распространение в 1990-е–2000-е гг.

В «классическом» российской зарубежье 1920-х–1930-х гг. основная масса учебных заведений существовала на средства благотворительных организаций или частично финансировалась правительствами стран проживания (например, в Чехословакии и Франции). Однако деятельность многих образовательных и просветительных учреждений российской эмиграции имела и коммерческую составляющую: так, платными были лекции и профессиональные курсы при Народных университетах в Париже и Нью-Йорке [3]. Во второй половине XX в. многие просветительные учреждения российской эмиграции продолжали действовать на общественные и спонсорские средства, но развивался и сектор частных услуг – детские сады, пансионаты, летние лагеря, где воспитание и обучение велось на русском языке, дети и молодёжь приобретали знания по русской истории, литературе, художественной и музыкальной культуре.

Данное направление предпринимательской деятельности получило новый импульс развития в 1990-е–2000-е гг., о чём свидетельствуют материалы зарубежной русскоязычной прессы и интернет-сайтов, предлагающих услуги частных детских садов, индивидуальных русскоговорящих педагогов и нянь, различных кружков и т. п. Спрос на данные виды сервиса объясняется ростом численности россиян, проживающих за границей, но сохраняющих связи с Россией, а также повышением интереса к исторической родине со стороны потомков эмигрантов 1920-х–1970-х гг.

В настоящее время активно развивается за рубежом русскоязычный юридический и консалтинговый бизнес, который обслуживает широкий спектр деловых, культурных и частных контактов россиян в международном пространстве, в том числе в системе Русского Мира. В числе прочих, оказываются услуги по подготовке пакетов документов для иммиграции в ту или иную страну, открытия бизнеса за рубежом, предоставляется посредничество при покупке недвижимости и т. п. Например, в Австрии с середины 1990-х гг. действует «Венское сервис-бюро для русскоязычных», которое осуществляет регистрацию австрийских фирм, занимается арендой и приобретением недвижимости и предприятий, поиском партнёров по бизнесу, закупкой оборудования

и товаров, содействием в продвижении товаров и услуг на австрийский рынок и т. п. [4].

Социально-экономическая адаптация за границей при поддержке русских фирм и русскоговорящих консультантов не только упрощает иммигрантам вхождение в иностранный социум, но и даёт возможность установить контакты с русскоговорящим сообществом того или иного города или профессиональной группы, вступить в русский бизнес-клуб, получить помощь в профессиональной переподготовке, изучении языка страны-реципиента и др. Следует отметить, что во многих центрах современного российского зарубежья в США и других странах на рынке образовательных услуг присутствуют курсы профессиональной ориентации и переподготовки, обучения языкам, вождению автомобиля, а также курсы бизнеса и маркетинга, ориентированные на выходцев из России и стран СНГ.

Необходимо также упомянуть и сферу туризма, которая является одним из распространённых направлений частного предпринимательства российских соотечественников в различных странах мира. Реклама отелей и ресторанов с персоналом, говорящим на русском языке, и услуг гидов для туристов из России размещается на большинстве русскоязычных сайтов Чехии, Болгарии, Греции, Италии, Франции, Финляндии, США, Канады, Китая, Японии и многих других стран. Русскоязычный сервис предлагается также пациентам ряда частных клиник и оздоровительных центров, владельцами которых являются представители российского зарубежного бизнеса. Следует отметить, что услуги специалистов различных отраслей медицины – это один из наиболее востребованных традиционных видов квалифицированного сервиса в российском зарубежье, который в настоящее время ориентирован не только на зарубежных соотечественников, но и на россиян.

Характерной чертой мира российских соотечественников, начиная с 1920-х гг., является индустрия развлечений – русские рестораны, кабаре, музыкальные и танцевальные коллективы стали проводниками не только массовой, но во многих случаях и элитарной российской культуры за рубежом. «Русский балет» Дягилева, кабаре Судейкина, казачий хор Жарова являются наиболее яркими и известными примерами того, как через шоу-бизнес развивался культурный диалог между Россией и Западом. В то же время творческая деятельность многих артистов и музыкантов в эмиграции была ориентирована, прежде всего, на русскоговорящую публику, как, например, Русский интимный театр Кировой в Париже или Русский драматический театр в Риге межвоенной эпохи. Уникальный пример межкультурного диалога дало эстрадное

искусство Русской Америки и других центров российской эмиграции 1970-х-1980-х гг., завоевавшее популярность в СССР задолго до отмены информационных барьеров между Россией и Западом. Российское музыкальное и танцевальное искусство занимает собственную нишу в сфере частных услуг для эмигрантского сообщества, туристов и россиян, проживающих за границей. Например, во Франции музыкальное оформление праздников на заказ осуществляют ансамбли «Калинка» и «Цыганский диамант».

Возрождение в 1990-е гг. в России православных и других дореволюционных традиций, сохранявшихся в течение XX в. российскими эмигрантами, в том числе празднование Рождества, Пасхи, Татьянинного дня, стало одной из форм воссоединения двух ветвей российской культуры. Эта тенденция нашла отклик в современном Русском мире: рестораны, клубы, отели в Париже, Ницце, Лондоне, Нью-Йорке и других городах мира ежегодно устраивают Татьянинские балы и другие светские мероприятия в русском стиле с участием известных артистов, общественных деятелей, меценатов – представителей России и русского зарубежья.

В современном российском зарубежье сервис в сфере развлечений продолжает развиваться как в традиционных, так и в новых формах, характерных для эпохи 1990-х–2000-х гг. Так, в Париже, Лондоне, Берлине иммигрантами из «позднего» СССР и стран постсоветского пространства были открыты русские клубы и дискотеки; в русскоязычной среде Европы распространены предложения услуг русских ди-джейев, а также организаторов свадеб, юбилеев, детских праздников, в новогодние дни – «Дедов-Морозов» и «Снегурочек» и т. п. Данное явление свидетельствует о стремлении значительной части зарубежных соотечественников сохранить ключевые элементы российской развлекательной и праздничной культуры, нередко – с включением различных этнических мотивов – украинских, татарских, кавказских и др. Эмигрантский шоу-бизнес использует также популярные современные российские брэнды. Например, по случаю 8 марта в 2013 г. в одном из клубов Сиднея была устроена русская дискотека с выступлением команды КВН «Не Все Дома» в формате «Comedy Club» [2].

Следует отметить, что в условиях зарубежья русский язык является средством межнационального общения и диалога культур различных национальных диаспор – выходцев из стран СНГ. При этом реклама русскоязычного сервиса, в том числе в форме различного рода обзоров, интервью, аналитических статей, заполняет существенную часть русских зарубежных газет и журналов, включая электронные СМИ, и

вносит тем самым вклад в развитие мировой русской прессы. Информационный сервис, способствующий сохранению за рубежом русского языка и культуры, включает также деятельность в сфере коммерческого теле- и радиовещания, которая обеспечивает доступность для зарубежного зрителя российского телевидения и радио, а также работу локальных теле- и радиостанций на русском языке в различных странах мира.

Таким образом, в российском зарубежье на протяжении длительного исторического периода развивается частное предпринимательство в сфере сервиса, охватывающее практически все стороны жизни русскоговорящего сообщества в различных странах мира – от повседневных бытовых нужд до образования, медицины, бизнеса, в наши дни – компьютерных технологий и т. п.

Одной из базовых особенностей данного направления деятельности зарубежных соотечественников является не только его ориентация на русский язык и российские культурные традиции, но и непосредственное участие в формировании русскоязычного пространства.

В современном мире российского зарубежья, которое в 1990-е гг. практически утратило политическую составляющую, особое значение приобретает «человеческое лицо» эмиграции, «судьба конкретного человека, ищущего новых путей в открытом мире» [9]. Сфера повседневности, в которой укоренены основные виды и формы сервиса, тем самым выходит на первый план в процессе самоидентификации российских соотечественников.

Реклама, непосредственное общение с клиентами, реализация образовательных услуг на русском языке, поддержка русского языка в семьях иммигрантов через услуги по уходу за детьми, организация туризма и развлечений, информационный сервис в печатных и электронных СМИ и многие другие виды предпринимательской активности являются важнейшим фактором институционализации внутреннего мира русскоговорящих общин и сохранения ими культурно-языковой идентичности. При этом выход русскоязычного сервиса за территориальные рамки той или иной страны, благодаря современным информационным технологиям, значительно повышает его значение в международной системе Русского Мира и способствует расширению взаимодействия между российским зарубежьем и Россией.

Литература:

1. Выступление Президента России В.В. Путина на II Всемирном Конгрессе соотечественников 24 октября 2006 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://rus.ruvr.ru/2007/03/27/683938/> (дата обращения: 20.05.2013)

2. Дискотека 8 МАРТА. Сидней // Русская еженедельная газета «Единение». – 2013. – 12 февраля.
3. Ершов В.Ф., Курамина Н.В. Высшая школа зарубежной России. 1920-1930-е гг. // Исторические записки. – 2004. – № 164.
4. Информационный портал «Вена по-русски» [Электронный ресурс] URL: <http://www.russianvienna.com/> (дата обращения: 27.05.2013).
5. Каталог «Русский Ванкувер» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.zemlyaki.ca/russkii_spravochnik_vancouvera.php? (дата обращения: 25.05.2013).
6. Левин З.И. Менталитет диаспоры (Системный и социокультурный анализ). – М., 2001.
7. Материалы III Всемирного Конгресса соотечественников (Москва, 1 декабря 2009 года) // Информационный бюллетень Международного Совета российских соотечественников. Февраль 2010.
8. Пивовар Е.И., Грибенчикова О.А. Реклама российского бизнеса как источник по истории зарубежной России 20-30-х гг. // Проблемы экономической истории: человек и общество в мировой экономике. К XIII Международному конгрессу историков (Буэнос-Айрес, 2002) / Под ред. М.В. Бибикова. – М., 2002.
9. Пивовар Е.И. Российское зарубежье. Социально-исторический феномен, роль и место в культурно-историческом наследии. – М., 2008.
10. Русская жизнь в Берлине (от нашего корреспондента) // Русский иллюстрированный мир. – 1923. – Март. – № 1.