

3. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Смысл, 1998. – с. 30
4. Корольков А. «Огниво» – звено национальной связи// «Созвездие дружбы». Общественный литературно-художественный альманах народов Восточной Сибири. – Иркутск, 2005. № 1. – с. 66–67
5. Устав Польского культурно-просветительского общества «Огниво», 1990 г.
6. Подробнее о феномене «новых диаспор» смотри: Дятлов В. И. «Миграции, мигранты, «новые диаспоры»: фактор стабильности или конфликта в регионе» // Байкальская Сибирь: из чего складывается стабильность / (редкол.: Дятлов В. И., Панарин С. А., Рожанский М. Я.). М.; Иркутск: Наталис, 2005. – с. 95–138
7. Устав Иркутской городской общественной организации «Ассоциация защиты китайских граждан», Иркутск, 1999 г.
8. Устав Иркутской областной общественной организации «Таджикское национально-культурное общество «Пайванд».
9. Гедвило Г. «Культурные организации азербайджанцев в Иркутске. История формирования и место во внутриобщинных отношениях» // Диаспоры, 2001, №1.
10. Кузнецов Р. Тень желтого Дракона над Россией // Пятница, 2000, 10 марта.

Е. В. Дятлова

ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА КИТАЙСКИХ ТОРГОВЦЕВ В ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ ГЛАЗАМИ РУССКИХ СОВРЕМЕННИКОВ

Дятлова Елена Викторовна – старший преподаватель кафедры сервиса и сервисных технологий факультета Сервиса и рекламы ИГУ.

Во второй половине XIX века активизировался процесс китайской миграции на территории Сибири и Дальнего Востока. Значительная роль в этом миграционном потоке принадлежала торговцам. Они обладали своеобразной деловой культурой, которая удивляла, порой шокировала

российское принимающее общество. Самые яркие, отличающие ее от российской, черты отразились в стереотипе китайского торговца, который сформировался в сознании российского населения того времени и дошел до наших дней через официальные документы, записки путешественников, мемуары современников и др. Анализ этих ярких, эмоционально пристрастных, написанных богатым языком источников позволяет реконструировать наиболее характерные черты деловой культуры китайских торговцев в дореволюционной России.

В сфере международного делового взаимодействия важную роль играет знание особенностей деловой культуры партнера по бизнесу. Несмотря на интернационализацию мирового экономического процесса, на тенденцию к унификации правил международного делового взаимодействия, норм деловой этики, национальные особенности ведения бизнеса продолжают играть важнейшую роль в деловых коммуникациях, часто усложняя нахождение взаимопонимания между представителями различных культур.

Не является исключением бизнес-партнерство российских и китайских предпринимателей. Тем более что в 1960–80-е годы контакты между русскими и китайцами были крайне ограниченными. Но на рубеже XX–XXI веков в Россию хлынул поток китайских мигрантов, которые уже стали важным фактором ее экономической жизни. В основном это торговцы – как мелкие «челноки», так и средние и крупные предприниматели. Точных данных об их количестве и составе нет, но можно проследить тенденцию изменения соотношения типов лиц, участвующих в торговых операциях: первоначальный лавинообразный поток мелких торговцев–«челночников», торгующих на открытых рынках постепенно уменьшается, торговля становится все более организованной и осуществляется легально существующими ИП и ЧП.

Существует и встречный миграционный поток. Много россиян постоянно или долговременно, по делам бизнеса или по личным причинам живут в Китае. Многие из них с большим удовольствием изучают, осваивают культурное своеобразие Китая, особенности взаимоотношений людей, деловой и бытовой жизни. Многие хотели бы остаться в Китае, связать с ним свою судьбу¹.

Следовательно, на уровне межгрупповых, межличностных контактов необходимо формировать взаимопонимание и толерантность, в том числе и за счет информационного обмена о культурных особенностях партнеров. И логика развития международного бизнеса, и потребности развития Сибири и Дальнего Востока диктуют необходимость изучать национальные деловые культуры, в том числе и китайскую.

П.Н. Шихирев определяет деловую культуру как характеристику хо-

зяйственной деятельности, ориентированной на получение прибыли в процессе отношений с другими участниками экономических отношений. Если спросить предпринимателей, что они вкладывают в понятие «деловая культура», они скажут, что речь идет об организации труда, о навыках делового общения, о правилах делового этикета, об искусстве вести дела, о деловой репутации. Все это верно, но неполно².

Деловая культура может быть определена как система отношений, выраженных в нормах, ценностях и знаниях. Ценности – это все то, к чему человек субъективно стремится (или то, чего он избегает), то, что вызывает у него положительные или отрицательные эмоции и переживания; субъективное значение, смысл, которым наделяется объект. Знания – это информация о ценностях, актуальных или потенциальных, а также осознание того, чего человек хочет. Нормы – способы освоения, овладения ценностью, то, что он делает для этого и правила поведения в процессе достижения цели. В человеческом взаимодействии эти базовые элементы обычно сплавлены в единое образование – отношение (или установку) к объекту ценности. Установка обычно существует в форме образа, часто стереотипизированного³.

Эта система и регулирует деловую активность, т. е. активность, целью которой является развитие дела. Выделяют следующие объекты, отношения к которым образуют деловую культуру как систему: само дело и личность в нем; другие люди (работники, партнеры, потребители, поставщики); общество в лице государства, его представителей, законов, общественного мнения, делового сообщества, других социальных групп; природа⁴.

Основной формой, в которой воплощаются социальные нормы и ценности для последующей их трансляции, является образ: стереотип, портрет, тип предпринимателя.

Теоретически рассуждая, каждый предприниматель является носителем ценностей различных уровней (общечеловеческого, цивилизационного, национального/ социокультурного, профессионального, ситуативного). Соединение всех этих уровней приводит к тому, что (по аналогии П.Н. Шихирева) личность предпринимателя напоминает матрешку, но разделить ее на отдельные куклы можно лишь теоретически. Другая особенность этой матрешки в том, что у разных людей в различных ситуациях ведущим может оказаться любой уровень, и в реальной ситуации делового взаимодействия поведение будет регулироваться различным сочетанием выделенных уровней⁵.

Такова общая теоретическая схема деловой культуры, своеобразный «скелет», который в реальной жизни обрастает «плотью» социальных форм: традиций, правил, ритуалов, этикета, привычек, порожденных конкретной социокультурной ситуацией.

Деловая культура является предметом рассмотрения различных наук.

Здесь мы реализуем социально-психологический подход, особенность которого заключается в изучении субъективного, личностного преломления норм деловой жизни, принятых в обществе, то есть того, как объективные процессы и явления отражаются и проявляются на психологическом уровне: в установках, стереотипах, переживаниях, индивидуальном и групповом поведении.

Национальные особенности деловых культур наиболее ярко проявляются в ситуациях кросскультурных контактов и часто служат причиной непонимания, неприязни, негативного отношения. Именно в таких ситуациях вскрываются наиболее явные различия в деловых культурах контактирующих сторон. Эти различия находят свое отражение, в частности, и в социальных стереотипах.

Стереотип – это некоторый упрощенный, устойчивый образ социально значимого объекта. Он возникает на основе достаточно ограниченного прошлого опыта в результате стремления строить выводы на базе ограниченной информации. Выполняет функции экономии усилий при восприятии (особенно в ситуации недостатка времени или информации) и защиты групповых ценностей. В нем выделяют следующие компоненты: содержательный (набор черт), аффективный (эмоциональная окраска), поведенческий (предрасположенность к определенному типу поведения)⁶.

Стереотипизация может привести к двум различным следствиям. С одной стороны к определенному упрощению процесса познания другого человека; в этом случае стереотип не обязательно несет на себе оценочную нагрузку: в восприятии другого человека не происходит «сдвига» в сторону его эмоционального принятия или непринятия. Остается просто упрощенный подход, который, хотя и не способствует точности построения образа другого, заставляет заменить его часто штампом, но в каком-то смысле необходим, ибо помогает сокращать процесс познания. Во втором случае возникает предубеждение. Если суждение строится на основе прошлого ограниченного опыта, а опыт этот был негативным, всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью. Особенно распространены *этнические стереотипы*, когда на основе ограниченной информации строятся предвзятые выводы относительно всей группы.

Объектом нашего исследования являются китайские торговцы в до-революционной России. Предмет исследования – отражение особенностей деловой культуры китайцев в сознании русских в виде социальных стереотипов. Наша гипотеза состоит в том, что деловая культура обладает сильной инерционностью. «Будучи системой цельной, сравнимой с генотипом живого организма, она (*культура – Е. Д.*) никогда не умирает полностью; отмирают лишь те ее элементы, которые стали бесполезны, поскольку не выполняют более свою задачу – задачу регуляции социального процесса.

Однако под новой оболочкой уже другого организма часто действует прежний генотип»⁷. Поэтому можно предположить, что стереотип китайского торговца в дореволюционной и современной России будет иметь некоторые сходные черты, несмотря на большую временную дистанцию и длительный перерыв в контактах.

Не претендуя на детальное и полное описание деловой культуры китайских торговцев, мы обратимся к тем ее сторонам, которые нашли отражения в мемуарах, документах, докладных записках наших соотечественников того времени. Это то, что более всего бросалось им в глаза, удивляло, а где-то даже и поражало их своим своеобразием и непохожестью на привычные российские реалии. Но именно эти явные отличия, отразившиеся в стереотипах, и служили чаще всего культурными барьерами, затрудняющими коммуникации, причинами настороженности, негативизма со стороны русского населения.

В середине XIX века российское общество столкнулось с совершенно новым для себя явлением. Расширение империи, процесс экономического освоения восточных регионов привели к массовому притоку китайских мигрантов и формированию китайской диаспоры. Для жителей России фигура китайца превратилась из полусказочного, мифического персонажа, окруженного ореолом загадочности и таинственности, существовавшего где-то там, очень далеко от обыденности (по меткому замечанию одного из дореволюционных авторов, персонажа «с чайных этикеток»), в реального человека, с которым сталкиваешься в обыденной жизни. В связи с этим возникла проблема культурного «узнавания» и налаживания взаимоотношений.

О проблеме китайской миграции много писали, неоднократно возникали оживленные и острые дискуссии, в которых участвовали публицисты, ученые, представители бизнеса и аналитики в этой сфере, гражданские и военные чиновники в столице и «на далекой окраине», высшие администраторы. Эти источники дают богатейший, полифонический материал для анализа. Как правило, эти тексты чрезвычайно субъективны. Но именно пристрастность и эмоциональная окраска дают дополнительный и бесценный материал для исследования.

Китайцы работали чернорабочими, строителями, занимались промыслами, сельскохозяйственными работами, домашними услугами. Но важнейшей сферой их деятельности была торговля и предпринимательство. Они фактически захватили эту экономическую нишу на Дальнем Востоке. Они сформировали развитую структуру, от которой зависела жизнь региона. Они везли все, в чем нуждались русские переселенцы и аборигенное население. Китайская торговля была серьезным конкурентом русской. Их товары были значительно дешевле и быстрее доходили до потребителя. В основном, они представляли мелкую (лотошники, мелочные лавки и т. д.) и

среднюю торговлю, но встречались и крупные купцы (такие как, например, Тифо Тифонтай)⁸.

Вся мелочная торговля и торговля предметами первой необходимости, мелкая промышленность в крае находились в китайских руках⁹. Китайский рынок представлял собой множество «микроскопических» торговых точек на небольшом пространстве. В них отсутствовала строгая специализация, был представлен широкий ассортимент товаров: *«от кожи и мяса до дешевых галантерейных вещей»*, зелень, фрукты, овощи и т. д.

Красной нитью через дореволюционную литературу проходит **признание невероятной живучести и конкурентоспособности** китайских коммерческих предприятий: *«...мало-помалу, шаг за шагом, исподволь, постепенно захватывали они в свои голодные, цепкие руки всю торговлю, промышленность и все производства в крае»*¹⁰. Некоторые авторы считали промышленную и торговую конкуренцию китайцев *«более грозными, чем их армия и флот»*¹¹. И неудивительно стремление авторов выделить факторы, позволяющие китайским торговцам, пришлым «чужакам», взять верх над русскими.

Очень высоко оценивались качества **китайцев как торговцев**. *«Китайские купцы предприимчивы, трудолюбивы, расчетливы, аккуратны и смелы»*. Им присуще *«умение ...пользоваться всеми благоприятными условиями для увеличения выгод в своих торговых оборотах»*. *«Большинство из них [китайцев] отличалось энергией, предприимчивостью, пронырливостью»*, *«особой сноровкой... в торговых делах»*, *«юркостью и оборотливостью в коммерческой сфере»*. Это *«обеспечивает им успех на торговом поприще»*¹².

Часто подразумевалась врожденность «предпринимательских» качеств. *«Издавна известно, что китайцы – врожденные купцы и, обладая выдающимися коммерческими способностями, они, где только представляется им возможным, бросаются на торговлю во всех ее видах»*. *«Китайцы обладают высокими врожденными качествами коммерсантов, они – купцы по природе...»*. *«Издавна известно, что китайцы обладают выделяющимися коммерческими способностями; развитая и обширная конкуренция дома не дает им там особого простора, но за границей они быстро находят удобную почву для применения своих врожденных способностей коммерсанта»*. *«Если к особой склонности и способности китайцев к торговле присоединить трудолюбие, выносливость, трезвость и более чем скромные требования в отношении жизненных потребностей, то нетрудно уяснить себе, что конкуренция с ними европейцам не под силу»*¹³.

Особо отмечалась поразительная **верность своему слову**: *«Тот же китаец, который обманет вас на вес, обмерит вас и т. д., будучи должен вам на слово, без расписки и документа, никогда не обманет вашего дове-*

рия и всегда сдержит свое слово... Это подтверждается...и тем... что из всего количества исков, возбуждаемых в местных судебных учреждениях, едва ли не девять десятых предъявляется манзами к прочим обывателям, и...только одна десятая исков предъявляется к манзам». «Договор у китайцев – это святое дело. Он действительно ненарушим и обязательства с той и с другой стороны исполняются до конца». Этим и неумением большинства китайцев читать по-русски иногда пользовались нечестоплотные российские предприниматели, давая вместо договоров о поставках и долговых расписок любые написанные каллиграфическим почерком тексты: от строчки из стихотворения до почтовой квитанции¹⁴.

Крайне редко встречаются обвинения в обычных приемах нечестной торговой практики – обмер-обвес, пересортица, мошенничество вообще. Отмечается отказ «от обычного для русских купцов принципа «не обманешь – не продашь»¹⁵. Случаи мелкого обмана, хитрости, лукавства, особенно у мелких торговцев вразнос, отмечались. Обычно подчеркивалось, однако, что это не «национальные черты характера», а обычная, повсеместная («как и везде на свете») бизнес-практика¹⁶.

Но это не означало законопослушности как таковой. Встречается масса упоминаний о нарушении законов. Особенно часто – об использовании системы подставных лиц. Китайские лавки торговали запрещенными ханшином и опиумом. Распространенной практикой был ввоз контрабандных товаров, уклонение от уплаты пошлин, налогов¹⁷. Пользуясь бесконтрольностью со стороны администрации, многие китайские торговцы, особенно мелкие, вели торговлю, не получая официального разрешения и не платя налогов. Описывались ситуации, когда полиция являлась в лавку для взыскания налога или штрафа, прежний хозяин объявлялся уехавшим. Взыскание не производилось, а он продолжал дело под другим именем или в роли простого служащего¹⁸. Обычной практикой были случаи обмана, экономического закабаления так называемых «инородцев» – коренных жителей края, занимавшихся охотой¹⁹. Китайские торговцы пользовались коррумпированностью чиновников, путем сговора участвовали с ними в казнокрадстве, давали взятки²⁰. Но это характеризовало всю систему управления на окраинах Российской империи, а китайцы гибко подстраивались под ее условия.

В целом же преобладало мнение, что китайцам свойственны честность, порядочность при ведении дел²¹.

Современников поражал «крайне своеобразный характер» организации торговли, прежде всего, непомерный штат служащих в лавках. Это объяснялось принципом коллективизма и объединения усилий, который «строго и неуклонно проводится китайцами не только в области торговли, но и в области всяких других промыслов и вообще во всех предприятиях, какого бы характера и рода они ни были, лишь бы преследовали цели на-

живы и заработка». Коллективизм имел под собой и экономическую подоплеку, так как подавляющее большинство мигрантов находятся на грани полной нищеты. Они совместными усилиями сколачивают небольшой капитал – «он же основной, запасный и оборотный» – снимают подходящее помещение, приобретается товар. Часто в виде партнеров выступали родственники. Коллективизм был построен не на равноправии, а на принципе четкой иерархии. Этот принцип выступает как один из основных в обеспечении высокой конкурентоспособности китайской торговли.

Принцип участия в распределении прибыли. Живучесть китайских торговых фирм определялась и тем, что они делали пайщиками своих служащих, что придавало им вид товарищеских торговых объединений. Как правило, служащий не получал жалования. Находясь на полном иждивении хозяина, он мог рассчитывать, при усердии, смысленности и честности, получить через 2–4 года пай в деле. Это исключало всякую возможность вести дело нечестно и умышленно в убыток хозяину. Замеченный в нечестности удалялся из фирмы, и уже ни под каким видом не мог получить нигде другого места. Ни одна фирма, даже на другом конце империи или за границей, не принимала служащего без рекомендации, которая тщательно проверялась. Так как каждый участник подобной торговой артели отождествлял свое благополучие с ее успехом, он стремился к тому, чтобы при наименьших затратах оно давало возможно больше прибыли. Отсюда *«особая добросовестность, особая рачительность о деле, особая энергия, которую каждый вкладывает в общее и вместе с тем свое дело» и распределение риска между участниками дела*²².

«Здесь всякий приказчик при поступлении на службу заполучает пай, который, при счастливых оборотах торговли, возрастает в солидную сумму. На нее, через каких-нибудь 10–12 лет, в одно прекрасное утро, тот же толсторожий и краснощекий сытый молодец, который вчера закуривал гостю ганзу и разогревал в медных чайниках на угольках тепловатую араки и горячий чай, сегодня объявляется хозяином, делается сам ответственным или главным участником, компаньоном благодеавшей ему фузы»²³. А затем круговая порука эта идет в бесконечность; одряхлевшие старики, не смея складывать на чужеземной почве свои кости, везут их в сырую землю своей родины. На их место выдвигается новое поколение из прежних приказчиков – тепереиных хозяев, которые также, в свою очередь, вытискиваются богатеющим и подрастающим, сначала до усов, а потом и до бороды, поколением новых деятелей, но с теми же старыми и окаменелыми приемами и убеждениями»²⁴.

Китайские торговцы **не стремились осесть в России.** *«Китаец, составив состояние на русской земле, никогда не делается оседлым жителем, и всегда с нажитыми деньгами уезжает на родину, откуда вновь на место уехавшего прибывают новые, жаждущие наживы»²⁵.*

Исключительная конкурентоспособность объяснялась и **организованностью купеческого сообщества, сплоченностью, «корпоративным духом»**, который объединяет всех китайцев на чужбине, солидарностью действий на рынке. Это давало среднему китайскому купцу преимущество перед российским в приобретении оптовых партий товара, получении кредита и т. д. Крупные предприятия путем кредита поддерживали мелкие, формируя тем самым разветвленные сети. *«Сплоченность китайских фирм чрезвычайно велика, принцип поддержки друг друга на всех поприщах торговой деятельности проведен у них повсюду в жизнь и особенно строго соблюдается за границей»*. Для консолидации сил на рынке создавались китайские общества взаимопомощи и торговые общества. *«Общая солидарность и поддержка друг друга дает им особую силу против разрозненных и, по временам, враждебных между собой отношений торговых фирм европейской нации»*. *«В то время, когда китайцы торговали людными и сильными компаниями, и все компании, по секретной инструкции, действовали за единый дух, наши торговали в одиночку, с ненадежными капиталами, с ничтожными ручательствами, всегда в ущерб друг другу, очень часто в ущерб самим себе»*. *«...Китайские купцы действуют всегда сообща, торговля китайских купцов регулируется указом богдыхана, чтобы не ронять ценности китайских товаров, тогда как русские купцы, действуя всегда врозь и в одиночку, всегда роняли как достоинство, так и ценность русских товаров»*²⁶. В качестве примера можно привести тайное общество «Гун и Хэй» в долине реки Иман, целью которого было установление монополии на скупку мехов, пантов, женьшеня у аборигенов²⁷.

Все торговцы представляли интересы нескольких крупных торговых китайских фирм, правления которых находились на территории Китая. В 1881 г. во Владивостоке в тайне от российских властей китайские предприниматели основали «Общество взаимного вспомоществования» т. н. Владивостокское коммерческое общество. Более 15 лет оно вело скрытую работу по упрочению экономических позиций китайцев в городе и крае. По уставу основными задачами общества была забота о развитии китайской торговли на Российском Дальнем Востоке, изучение дальневосточного рынка, содействие своим членам в организации торговых предприятий. Эта крупная фирма монополизировала всю китайскую торговлю российского Дальнего Востока. Она была подотчётна китайскому правительству, у которого получало соответствующие документы на право ведения торговой деятельности, печати и штампы. Она регулировала и организовывала работу многочисленных мелких коммерческих заведений, выполняя функции контроля, управления, сбора информации, координации действий китайского купечества на Дальнем Востоке России²⁸.

Китайские купцы изыскивали различные **способы борьбы с коммерческим риском**. В том числе существовал *«обычай у китайских купцов*

*средства свои не затрачивать на одно какое-либо предприятие, а всегда на несколько, что предохраняет их при неудаче от крупных потерь». В результате формировалась **широкая система взаимного кредитования**, которая связывала «всех торгующих китайцев от богача до самого мелкого разносчика чем-то вроде круговой поруки взаимного одолжения». «Каждый торгующий китаец есть банкир и в то же время клиент множества других банкиров». «Во всякой торговле у китайцев сильно развит взаимный кредит, возможный при крайней педантичности их расчетов, обязательных к Новому году. Поэтому один и тот же капитал, быстро проходя по множеству рук, дает заработок всем участникам, почти ничего не имеющим собственного, или очень мало в сравнении с оборотом»²⁹.*

Китайские лавки, особенно мелкие и средние, были буквально пропитаны **национальным колоритом**. Вывешивалась цветная холщовая вывеска, расписанная блестящими китайскими иероглифами, придумывалось бьющее в глаза название («глаз дракона», «сияние звездного неба», «единодушие великих богачей», «разбогатевший предприятиями» «возвысившихся от великого согласия», «всегда счастливых в предприятиях» и др.). Для рекламы усаживался на почетном месте за прилавком «самый жирный из компаньонов, обладающий к тому же усами и возможно более длинными ногтями – и на живую нитку сколоченная лавочка функционирует на славу... Быть жирным и к тому же обладать длинными (и не всегда чистыми) ногтями – по китайским воззрениям вполне достаточно для того, чтобы пользоваться почетом и внушать к себе уважение: это признак довольства и отсутствия необходимости работать»³⁰.

Так выглядело, в описаниях современников, большинство китайских лавок. Сами названия своих компаний (фуз) китайцы стремились сделать «говорящими», несущими позитивную, рекламную информацию о предприятии. «Из самих названий фуз можно видеть, во-первых, что фузы эти – компании; так например, есть сан-и-чен – составивший справедливость троих; эл-хакон-цзи – справедливость двух соединившихся; сан-ю-кон справедливость троих оставшихся; цу-юа-шень-дзи – разбогатевший от двух источников; во-вторых, видно, что фузы эти богаты: ко-лунь-ко – блистает великим богатством; сан-шен-ча-ан – сохраняет богатством троих; ко-фа-чен – разбогател обширными предприятиями; хун-ю-се – единодушие великих богачей; в-третьих, справедливость почитается великим источником; согласие – первую добродетелью; тишина и согласие – путем к изобилию и барышу»³¹.

Китайские торговцы стремились **сводить до минимума накладные расходы** на содержание магазина, не арендуя больших помещений, не затрачивая средств на строительство магазинов, складов, на дорогостоящее страхование имущества, рекламу. Поэтому их накладные расходы составляли 5–8% от суммы годового дохода, в то время как расходы крупней-

ших торговых заведений края (т. к., например, немецкой торговой фирмы «Кунст и Альберс») доходили до 14–18%³².

Возможность максимально снижать цены объяснялась **непритязательностью и крайне низким уровнем потребностей**. Китайские торговцы жили на территории дальневосточных областей России большими артелями без семей и ограничивались самой дешёвой провизией и одеждой³³. *«Вот почему китаец и умудряется жить, существовать и даже благоденствовать в то время, когда всякий другой на его месте давно погиб бы без всякой надежды когда-нибудь встать на ноги. Китаец способен задавить не столько положительными мерами и способами, сколько своим просто непостижимым свойством доводить свои потребности до предельного для человеческого существа минимума»*. Накладные расходы на содержание штата были минимальны, так как служащие в китайских фирмах, часто родственники хозяев, участвуя в деле, получают ничтожное жалование, спят часто прямо в торговых помещениях, едят дешевые продукты. *«Ввиду известных коммерческих способностей китайцев и возможности для них свести до минимума накладные расходы, вследствие чего конкуренция с ними русских торговцев крайне затруднительна, можно опасаться, что переход торговли в крае в руки торговцев будет продолжаться и далее, что представляется невыгодным в том отношении, что вся прибыль от торговых оборотов будет уходить в Китай»*³⁴.

Китайцев отличало стремление к **быстрому товарному и денежному обороту**. Они довольствовались самым «ничтожным» процентом, лишь бы быстрее и чаще оборачивать вложенный капитал. Китайцы продавали свои товары на 10–12% дешевле других торговых предприятий, т. к. довольствовались гораздо меньшей прибылью, чем европейцы³⁵.

Иногда товар продавался по цене, ниже той, за которую его приобрели, если представлялась возможность купить дешево другой товар, который при продаже сторицей окупал убытки. В результате оказывалось, что *«при более низкой цене, но при более быстром обороте он [китаец – Д. Е.] получает прибыли несколько не меньше своего европейского соперника»*. Это было одним из факторов невероятной дешевизны товара: *«лавчонки, не имеющие непосредственных сношений с производителями и вынужденные приобретать товар по мелочам чуть не из десятых рук (от крупных местных оптовых торговцев – русских, либо у своих же состоятельных и оборотливых соплеменников), ухищряются продавать его потребителям дешевле оптовых торговцев»*. При этом *«они умудряются не только не влачить жалкого существования..., не только прокармливать относительно огромное количество ртов, ...но даже порою им удается значительно развить свои операции и достичь некоторого благосостояния»*³⁶.

Невзирая на свою живучесть, мелкие китайские предприятия зачастую лопались *«как мыльные пузыри»*, но на смену погибающим посто-

янно являются новые, основанные на тех же принципах, *«и грозный для русских торговцев призрак китайской конкуренции никогда не сходит со сцены»*³⁷.

Рассматривая особенности деловой культуры, нельзя не упомянуть некоторые черты, свойственные китайским мигрантам на Дальнем Востоке вообще.

Китайцы жили **компактно, достаточно обособленно от местного населения**, общинами со своим **внутренним самоуправлением**. Они жили по своим законам, практически не подчиняясь русской администрации. Все это способствовало созданию общественных организаций, самоуправления, института круговой поруки. Китайские законы и правила *«частью вытекали из конфуцианской морали и учения классиков, частью же из практических условий, нужд и стремлений поселенцев»*³⁸. Подобный тип самоорганизации является, по мнению многих исследователей, универсальной чертой процесса социальной адаптации китайских мигрантов. С работодателями и властями всяческие отношения осуществлял посредник, староста³⁹. Существовали ярко выраженные клиентельные отношения (патрон-клиент, иерархия и т. д.), круговая порука, сплоченность, взаимопомощь. *«Сплоченность китайцев между собой действительно велика и принцип поддержки друг друга на всех поприщах экономической жизни проведен у них повсюду в жизнь». «Полная солидарность, взаимопомощь доходит у них просто до невероятной степени»*⁴⁰.

Артельная сплоченность была значительной опорой для китайцев в чужом, довольно недоброжелательном окружении⁴¹. Члены артели помогали друг другу *«советами, деньгами, поруками перед хозяевами»*⁴². *«Артельщики-переводчики... солидарны между собой. В случае принципиальной ссоры с одной артелью очень трудно сойтись с другой»*⁴³. *«В характере китайца есть симпатичные черты – это внимание к чужим интересам, солидарность между собой, взаимное доверие и поддержка, оказываемая друг другу»*⁴⁴. Эта солидарность, взаимная сплоченность характерна не только внутри сообществ китайских рабочих, китайских торговцев, переводчиков, но и между ними перед лицом «не китайцев»⁴⁵.

Существовала своя развитая инфраструктура, ориентированная исключительно на внутреннее потребление. Китайские поселки представляли собой *«маленький уголок Поднебесной империи со своими нравами и обычаями, со своими лавками, банями, цирюльнями, ...театрами и общественными собраниями, ...харчевками, игорными домами, пивными и опиекурильнями»*⁴⁶. По мнению Е. Нестеровой, характерной чертой китайцев-эмигрантов был этноцентризм, заключающийся в признании не просто собственного превосходства, а качественного отличия китайцев (цивилизованного народа) от варваров. Возможно, что такой взгляд обу-

словил потребность в воспроизводстве в рамках эмигрантской общины уклада жизни, обеспечивавшего максимальный психологический комфорт – сохранялся родной язык, кухня, традиционные праздники и ритуалы, национальный костюм и т. д.⁴⁷

«Длинная коса, волочащаяся чуть не до самой земли, желтый пергаментный цвет лица – последствия обильного употребления опиума и плохого питания, лукавые раскосые глаза, своеобразный костюм..., неслышная поступь, вкрадчивый голос, льстивая речь» – таким видится типичный китайский мигрант в России⁴⁸. Отмечалось, что *«китайцы очень любопытны и легко поддаются подкупу»*, обладают *«трезвым и сравнительно тихим характером»*⁴⁹.

Китайских мигрантов отличала невероятная, парадоксальная с точки зрения русских **неприхотливость**: *«потребности их чрезвычайно скромны, они довольствуются чрезвычайно малым, им почти ничего не нужно», «китаец привык сокращать свои потребности до такого минимума, который для европейца совершенно невозможен». «Они могут жить в таких грязных притонах, в каких ни один европеец не уживется, спать на таких постелях, о которых европеец не может себе составить ясного понятия и с ужасом отвернется, если бы ему пришлось только ближе столкнуться с ними; они очень экономны, тратят очень мало на платья, удовольствия, а главное вина пьют очень мало»*⁵⁰.

Подчеркивались их субтильность, щедедушность, изможденность, худоба, неприхотливость, граничащая с нищетой (в истрепанных костюмах или даже *«полунагие, в одних панталонах на голое тело...»*), **минимальные требования к условиям жизни и питанию, антисанитария**. Все это в комплексе с их **робким, смиренным поведением**, *«приниженными, жалкими, подобострастными»* улыбками, почтительным, предупредительным, даже заискивающим обращением к русским – *«капитана»*, *«мадама»* – возможно и вызывало высокомерно-снисходительное отношение русских⁵¹.

Китайцы (будь то рабочий или купец) не воспринимались как равные себе. Практически везде присутствует снисходительно отношение к ним как к людям второго сорта, *«низшей породы»*⁵². Они прилежные, угодливые – одним словом «ходи». Русское население встретило китайцев *«...полудобродушно, полупрезрительно, с явным сознанием своего превосходства, но, в общем, терпимо, а в большинстве случаев просто безразлично... «Ходя», «китаюза», «купеца»!* – такое... обращение к ним, обращение насмешливо-снисходительное, большого с малым, взрослого с подростком... *Щелкнуть «ходу» в лоб, дернуть за косу, дать ему «подножку», хорошего «тумака» все это было допустимо, сходило совершенно безнаказанно и делалось так просто, любя, шутки ради... Обобрать, ограбить «ходу» среди бела дня, «укокошить» его считалось делом пустяковым, совсем безгрешным, все*

равно, что зарезать барашка...»⁵³.

Отслеживались наблюдателями и **пороки**, человеческие и профессиональные. Их было не очень много. Специально отмечалось, что если они и пьют, то *«допьяну не напиваются даже в праздничные дни»*, не ленятся как русские, но они курят опиум и невероятно азартны в играх на деньги⁵⁴. Азарт – это не только чисто человеческий порок, но и профессиональный, так как в одночасье «спускались» в игре состояния, что разрушало деловые отношения и связи. Нередко рабочий в какие-нибудь полчаса проигрывал все деньги, заработанные им за лето, а хозяин, садясь играть со своими рабочими, проигрывал им все свои деньги, хозяйство и после окончания игры делался их кабальным слугой. Открывались *«своего рода клубы для игры в карты и костяшки, где китайцы часто спускают все, что поднакопили»*. *«Китаец страшный игрок; их игры в кубики на черные и белые и в карты поддаются очень легко шулерским приемам»*. *«Игорный азарт захватывает их до такой степени, что они забывают свою обычную бережливость и за игрой не щадят ни заработка, ни времени»*. Некоторые, проигравшись, сводили счета с жизнью⁵⁵.

Несмотря на то, что китайские мигранты все больше и больше врастали в российскую почву, они не порывали связей со своей родиной, родовыми общинами, продолжая оставаться *«пришлым, случайным, чуждым элементом»* в экономическом, культурном отношении. Жили они обособленно и практически не интегрировались в русское общество, сохраняя свою культурную чужеродность, непохожесть и оставаясь для местного русского населения *«чужаками»*, людьми *«совсем другой планеты»*. *«Рассчитывать на обрусение китайцев не приходится... Известно, что все «желтые» туго поддаются ассимилированию со стороны европейского населения. В этом отношении они обладают какой-то особенно агрессивной силой... И какие бы усилия не применялись, китаец всегда останется китайцем»*. *«Они до гробовой доски остаются китайцами и в своем сердце хранят неизменную верность и рабскую преданность своей суровой отчизне»*, *«везде и всюду они сохраняют свой культ, свою косу, свою религию, свои традиционные обычаи, взгляды и нравы и меняют склад своей жизни лишь в редких случаях»⁵⁶*. Причины такого стойкого сопротивления ассимиляции некоторые исследователи видят в *«особенностях китайского национально-культурного типа»⁵⁷*.

Китайцы **не стремились прижиться в России**, воспринимая свое пребывание здесь как временное: *«накопив денег, китаец ни за что не останется в Приамурье; он непременно уйдет на родину»⁵⁸*. *«Что бросается в глаза, это то, что все китайцы приезжают и не оседают. Они приезжают всегда без жен и семей; ...Китайцы не строят себе постоянных жилищ, не обзаводятся семействами и не остаются гражданами той страны, куда являются в таком количестве. Единственная забота*

всякого китайца – это скопить небольшую сумму денег или золота и возвратиться домой; для этого они готовы производить любую работу, на каком угодно поприще, не гнушаясь ничем»⁵⁹. «...вся эта масса чуждого нам пришлого элемента, как гигантская пиявка высасывает из нашей окраины колоссальные суммы денег, безвозвратно уходящих в Китай. Высосав нужную сумму денег, армия эта быстро исчезает к себе на родину, чтобы уступить место другой, еще более голодной и более нуждающейся массе. И так непрерывно работает гигантский насос – вытягивающий самые жизненные соки страны»⁶⁰. Большинство китайцев, прибывших на территорию России весной, поздней осенью и в начале зимы старались вернуться на Родину, к китайскому Новому году. За исключением тех, кто женился на русских, никто не хотел оседать на чужой земле⁶¹. Эта культурная отчужденность китайцев, ощущение того, что они прибывают в Россию только лишь для накопления определенной суммы денег и вывоза их в Китай наряду с их сплоченностью, невероятной конкурентоспособностью вызывали сильные опасения⁶².

Отношение российского общества и властей к китайцам определялось совокупностью ряда разнонаправленных факторов. С одной стороны, их опасались. Это не удивительно, т. к. массовый приток отходников в края, почти не заселенные русскими, только недавно присоединенные, представлял реальную опасность для территориальной целостности России. Дальний Восток находился в полнейшей экономической зависимости от китайской рабочей силы, товаров и услуг. Российские предприниматели видели в китайском торговце мощного конкурента, победить которого не представлялось возможным. Кроме того, опасения вызывало и то, что за фигурой конкретного китайца виделся образ грозного соседа – многомиллионного Китая. С другой стороны, все прекрасно понимали, что ни о каком экономическом развитии и даже просто существовании региона без китайцев не могло быть и речи.

Это сложное отношение, сочетавшее чувства зависимости и неприязни, сформировали и обобщенный образ китайца. В него входило: подчеркнуто высокомерное отношение к нему как к представителю низшей расы, человеку трудолюбивому, неприхотливому, но “всепроникающему”, хитрому, коварному. Китайцы замкнуты, никого не впускают в свой внутренний мир и в свое общество, они клановые, помогают друг другу в ущерб остальным. Все эти качества, в том числе трудолюбие и взаимопомощь, окрашены в негативные эмоциональные тона, как принадлежащие сильному и опасному конкуренту.

Примечания

1. Дятлова Е. В. Русские в КНР о китайцах как людях и деловых партнерах.// Диаспоры. – 2006. – №1. – с.121–146.

2. Шихирев П. Н. Введение в российскую деловую культуру. – М., 2000. – с. 8, 10.
3. Национальная программа «Российская деловая культура». – М., 1997. – с. 19.
4. Там же, с. 20.
5. Шихирев П. Н. Указ. соч. – с. 61.
6. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Смысл, 1998; Шихирев П. Н. Современная социальная психология в Западной Европе. – М.: Наука, 1985; Шихирев П. Н. Современная социальная психология. – М., 1999.
7. Национальная программа... – с. 7.
8. Нестерова Е. Китайцы на российском Дальнем Востоке: люди и судьбы// Диаспоры. – 2003, № 2. – с. 6–28.
9. Митинский А. Н. Материалы о положении и нуждах торговли и промышленности на Дальнем Востоке. /Труды командированной по Высочайшему повелению Амурской экспедиции. Вып. VIII. – СПб., 1911. – с. 190; Главное управление Генерального Штаба. (Издание отдела Генерал-квартирмейстера). Дальний Восток. Том 3. Военно-статистический обзор. – СПб., 1911. – с. 132.
10. Шрейдер Д. И. Наш Дальний Восток. – СПб., 1897. – с. 51.
11. Главное управление Генерального Штаба... – с. 131.
12. Головачев П. Россия на Дальнем Востоке. – СПб., 1904. – с. 153; Унтербергер П. Ф. Приморская область 1856–1898 гг. – СПб. – с. 220; Унтербергер П. Ф. Приамурский край 1906–1910 гг. – СПб., 1912. – с. 90; Матвеев Н. Китайцы на Карийских промыслах. //Русское богатство. – СПб., 1911. – №12. – с. 32; Панов А. А. Желтый вопрос в Приамурье. //Вопросы колонизации. Периодический сборник. – №7. – СПб., 1910. – с. 81; Всеподданнейший отчет Приамурского Генерал-Губернатора Генерал-Лейтенанта Духовского 1893, 1894 и 1895 гг. – СПб, 1895.
13. Унтербергер П. Ф. Приморская область... – с. 218–219; Головачев П. Указ. соч. – с. 153; Главное управление Генерального Штаба... – с. 131.
14. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 67; Арсеньев В. К. Китайцы в Уссурийском Крае. – Хабаровск, 1914. – с. 72.
15. Головачев П. Указ. соч. – с. 153; Граве В. В. Китайцы, корейцы и японцы в Приамурье. – СПб., 1912. – с. 34.
16. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 67; Граве В. В. Указ. соч. – с. 30.
17. Денисов В. И. Россия на Дальнем Востоке. – СПб., 1913. – с. 37; Митинский А. Н. Указ. соч. – с. 214; Унтербергер П. Ф. Приморская область... – с. 221; Граве В. В. Указ. соч. – с. 31–32.
18. Граве В. В. Указ. соч. – с. 32.
19. Граве В. В. Указ. соч. – с. 36–37; Арсеньев В. К. Указ. соч. – с. 84–91, 189; Панов А. А. Желтый вопрос в Приамурье... – с. 82; Главное управление Генерального Штаба... – с. 133.
20. Синиченко В. В. Рынок коррупционных услуг Восточной Сибири и иностран-

- ное предпринимательство// Вестник международного центра азиатских исследований. – Иркутск, 2001. – №6. – с. 13–18.
21. Унтербергер П. Ф. Приморская область... – с. 224.
 22. Главное управление Генерального Штаба... – с. 132; Труды IV Хабаровского Съезда, созванного Приамурским Генерал-Губернатором Генерал-Лейтенантом Д. И. Субботичем, 1903 г. – Хабаровск, 1903. – с. 3; Панов А. А. Желтый вопрос в Приамурье... – с. 79; Граве В. В. Указ. соч. – с. 29.
 23. фуза – компания, товарищество.
 24. Максимов С. Наши задачи на Тихом океане. Политические этюды. – СПб., 1894. – с. 502.
 25. Труды III Хабаровского Съезда. Обработал по поручению бывшего Приамурского Генерал-Губернатора, Генерал-Адъютанта, Барона Андрея Николаевича Корфа агроном Н. А. Крюков. – Хабаровка, 1893. – с. 129.
 26. Панов А. А. Желтый вопрос и меры борьбы с «желтым засильем» в Приамурье // Вопросы колонизации. Периодический сборник. – №11. – СПб., 1912. – с. 177; Унтербергер П. Ф. Приамурский край ... – с. 174; Унтербергер П. Ф. Приморская область... – с. 220; Денисов В. И. Указ. соч. – с. 120; Главное управление Генерального Штаба... – с. 132; Арсеньев В. К. Указ. соч. – с. 191; Нестерова Е. И. Китайцы в Приморье: некоторые аспекты социальной адаптации (конец XIX–начало XX в.) // Адаптация этнических мигрантов в Приморье в XX в. Сборник научных статей. – Владивосток, 2000. – с.73; Максимов С. Указ. соч. – с. 499; Левитов И. Желтая раса. – СПб., 1900. – с. 9.
 27. Алепко А. Экономическая деятельность китайцев в дальневосточном регионе России в XIX–начале XX вв. // Проблемы Дальнего Востока – 2002. – №4. – с. 135–144.
 28. Алепко А. В. Китайский торговый бизнес в Приамурском крае (2 половина XIX–начало XX вв.) // Вестник международного центра азиатских исследований. – Иркутск. 2001. – №6. – с. 10.
 29. Унтербергер П. Ф. Приморская область... – с. 220; Унтербергер П. Ф. Приамурский край ... – с. 174; Панов А. А. Желтый вопрос и меры борьбы... – с. 177; Панов А. А. Желтый вопрос в Приамурье... – с. 80; Труды IV Хабаровского Съезда... – с. 3.
 30. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 24; Максимов С. Указ. соч. – с. 500.
 31. Максимов С. Указ. соч. – с. 500.
 32. Граве В. В. Указ. соч. – с. 30; Алепко А. В. Китайский... – с. 11.
 33. Алепко А. В. Китайский... – с. 11.
 34. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 25; Унтербергер П. Ф. Приамурский край... – с. 90, 174; Труды IV Хабаровского Съезда... – с. 3; Граве В. В. Указ. соч. – с. 30; Всеподданнейший отчет Приамурского Генерал-Губернатора Генерал-Лейтенанта Духовского 1896–1897 гг. – СПб, 1898. – с. 66–67.
 35. Алепко А. В. Китайский... – с. 11.
 36. Митинский А. Н. Указ. соч. – с. 188–189; Панов А. А. Борьба за рабочий рынок

- в Приамурье // Вопросы колонизации. – №11. – СПб., 1912. – с. 265; Панов А. А. Желтый вопрос и меры борьбы... – с. 177; Панов А. А. Желтый вопрос в Приамурье... – с. 80; Граве В. В. Указ. соч. – с. 30; Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 25.
37. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 25.
 38. Нестерова Е. И. Китайцы в Приморье... – с.72.
 39. Митинский А. Н. Указ. соч. – с. 227.
 40. Унтербергер П. Ф. Приморская область... – с. 277; Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с.79, 109.
 41. Главное управление Генерального Штаба... – с.133.
 42. Матвеев Н. Указ. соч. – с. 38.
 43. Митинский А. Н. Указ. соч. – с. 236.
 44. Арсеньев В. К. Указ. соч. – с. 72.
 45. Меркулов С. Д. Вопросы колонизации Приамурского края. – СПб., 1911. – с. 72.
 46. Панов А. А. Желтый вопрос в Приамурье... – с. 97.
 47. Нестерова Е. И. Китайцы в Приморье. – с. 75, 76.
 48. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 12.
 49. Граве В. В. Указ. соч. – с. 52–53.
 50. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 52. Панов А. А. Желтый вопрос и меры борьбы... – с. 176; Левитов И. Указ. соч. – с. 8.
 51. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 12, 89, 104; Граве В. В. Указ. соч. – с. 52–53, 117–118.
 52. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 82.
 53. Матвеев Н. Указ. соч. – с. 30.
 54. Арсеньев В. К. Указ. соч. с. 104, 135; Максимов С. На Востоке. Поездка на Амур (в 1860–1861 гг.). – СПб., 1864. – с. 495; Левитов И. Указ. соч. – с. 8.
 55. Арсеньев В. К. Указ. соч. – с. 104, 135, 154; Максимов С. На Востоке... – с. 495; Левитов И. Указ. соч. – с. 8; Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 94; Матвеев Н. Указ. соч. – с. 37. Митинский А. Н. Указ. соч. – с. 232; Материалы по изучению рабочего вопроса в Приамурье /Издание Канцелярии Комитета по заселению Дальнего Востока. – Вып.2. – СПб, 1912. – с. 99.
 56. Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 55, 210–211; Вережников А. Указ. соч. – с. 128; Арсеньев В. К. Указ. соч. – с. 196; Граве В. В. Указ. соч. – с. 115.
 57. Волохова А. Китайская и корейская иммиграция на российский Дальний Восток в конце XIX–начале XX вв. //Проблемы Дальнего Востока. – 1996. – № 6. – с.108.
 58. Арсеньев В. К. Указ. соч. – с. 104; Шрейдер Д. И. Указ. соч. – с. 95–96, 211.
 59. Левитов И. Указ. соч. – с. 8.
 60. Главное управление Генерального Штаба.... – с. 137.
 61. Чжан Цзунхай. К вопросу китайской миграции на Дальнем Востоке России. // Россия и АТР. – Владивосток, 1993. – №3. – с.48