

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПРОСТОРИ ПРАКТИКУВАННЯ ЕТНІЧНОГО БІЗНЕСУ

SOCIO-CULTURAL SPACES OF PRACTICING ETHNIC BUSINESS

У статті підкреслюється увага на зростанні зацікавленості у теоретичному й практичному вимірах таким феноменом, як «етнічний бізнес», що пов'язується з вагомою роллю явища етнічності у суспільному розвитку багатьох країн сучасного світу. Аналізуються закономірності й особливості функціонування етнічного бізнесу у таких соціокультурних просторах, як етнічний ареал, етнічний анклав (іммігрантський анклав), етноконтактні зони (пограничні етнічні простори), етнобар'єри, етнічні бар'єри, етнічні (етнорасові) гетто, транснаціональні етнічно марковані простори з акцентуацією на етнічному анклаві як найбільш типовому прикладі соціокультурного простору. Подається визначення понять «етнічний бізнес» і «соціокультурний простір», характеристики контенту етнічно маркованих перелічених соціокультурних просторів. Аргументація вибору терміна «соціокультурний простір» для аналізу функціонування етнічного бізнесу визначається такими чинниками: етнічний бізнес зазвичай практикують носії певних етнокультурницьких традицій, які перебувають у тому чи тому поліетнічному довіллі, займаючи ті чи ті географічно-територіальні (просторові) ніші, структуруючи соціальні відносини усередині цих ніш.

У статті з'ясовуються позитивні й негативні аспекти практикування етнічного бізнесу у соціокультурних просторах, передовсім в етнічних анклавах. Серед перших – кращі можливості працевлаштування для носіїв одних і тих же етнокультурницьких традицій; отримання достовірної інформації про можливості на ринку праці як у межах анклаву, так і поза ним; працівники-іммігранти в анклавах уникають дискримінації на ринку праці тощо. Однак певна замкненість у межах анклаву ускладнює інтеграцію мешканців етнічних анклавів у «мейнстрім» розвитку країни проживання; анклавний бізнес може запропонувати лише обмежену кількість робочих місць; заробітна плата в анклавному етнічному бізнесі зазвичай нижча за ту, яку можна отримати на більш широкому ринку праці приймаючої країни.

Привертається увага до таких відносно нових явищ, що надають особливої динаміки функціонуванню етнічного бізнесу, як «транснаціоналізм» та «етеролокалізм», та необхідності поглибленого вивчення їхнього впливу на перспективи динаміки етнічного бізнесу.

Ключові слова: етнічний бізнес, соціокультурний простір, етнічний анклав, етнічне підприємництво, практикування етнічного бізнесу, етнічний капітал, етнічні мережі.

The article draws attention to the growing interest in such a phenomenon as "ethnic business" in theoretical and practical measurements, which is associated with the important role of ethnicity in the social development of many countries of the contemporary world. The regularities and peculiarities functioning of ethnic business in such socio-cultural spaces as an ethnic area, an ethnic enclave (immigrant enclave), ethno-contact zones (border ethnic spaces), ethno-burbs, ethnic barrios, ethnic (ethno-racial) ghettos, transnational ethnically marked spaces with an actuation in an ethnic enclave as the most typical example of the socio-cultural space are analyzed. The definition of the concepts "ethnic business" and "socio-cultural space" is given. The rationale for choosing the term "socio-cultural space" for the analysis of the functioning of ethnic business are determined by such factors: ethnic business is usually practiced by the bearers of certain ethno-cultural traditions, who are in one or another polyethnic environment, occupying one or another geographical-territorial (spatial) niches, structuring social relations within these niches.

The article clarifies the positive and negative aspects of practicing ethnic business in socio-cultural spaces, primarily in ethnic enclaves. Among the first are better employment opportunities for bearers of the same ethno-cultural traditions; obtaining reliable information about opportunities on the labor market both within the enclave and outside it; immigrant workers in enclaves avoid discrimination in the labor market, etc. However, a certain isolation within the enclave complicates the integration of ethnic enclave residents into the "mainstream" development of the country of residence; an enclave business can offer only a limited number of jobs; wages in an enclave ethnic business are typically lower than those obtainable in the broader host country labor market.

Attention is drawn to relatively new phenomena that give special dynamics to the functioning of ethnic business, such as "transnationalism" and "heterolocalism" and the need for in-depth study of their impact on the prospects for ethnic business dynamics

Key words: ethnic business, socio-cultural space, ethnic enclave, ethnic entrepreneurship, practicing ethnic business, ethnic capital, ethnic networks.

УДК 316.7:334.722 (=1/8)

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2025.70.11>

Ярославський М.В.

аспірант кафедри соціології та публічних комунікацій

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

Постановка проблеми дослідження у запропонованому нами ракурсі зумовлюється кількома обставинами, серед яких ключовими, на нашу думку, є такі: 1) актуалізація ролі етнічності у суспільному розвитку великої кількості країн, що зокрема пов'язується з могутніми переміщеннями людей (міграціями) [24]; 2) тяглість у збереженні і підтриманні етнокультурних традицій етнічними спільнотами, що утворилися поза межами своїх етнічних батьківщин, чому зокрема сприяють практики етнічного бізнесу (духовно і матеріально);

3) активізація участі представників етнічних спільнот у налагодженні комунікацій між країнами походження і країнами поселення.

Оскільки етнічний бізнес (етнічне підприємництво) відіграє помітну роль в етнонаціональному розвитку поліетнічних країн, то це зумовлює зростання зацікавленості дослідників, зокрема його функціонування у різних соціокультурних просторах.

Мета статті полягає у представленні закономірностей і певних особливостей практикування

етнічного бізнесу крізь призму його функціонування у країнах з поліетнічним складом населення та його ролі у підтриманні етнокультурницьких традицій різноманітних сегментів населення тієї чи тієї країни.

Трактування понять і термінів у контексті досліджень з проблематики. До них ми відносимо ключові поняття «етнічний бізнес» і «соціокультурний простір» та ті чи ті види соціокультурних просторів, про які йтиметься нижче.

Стосовно поняття «етнічний бізнес», яке відтворюється однойменним відповідним терміном, то ми пропонуємо послуговуватися найбільш загальним його визначенням: ним «позначається, з одного боку, підприємництво, що характерне для представників етнічних спільнот, а з іншого – культивування традиційних промислів, які властиві тій чи іншій етнічній спільноті або її частині, розташованій у іншоетнічному довіклі» [1, с. 42]. Завважимо, що у фаховій літературі передовсім зарубіжних авторів для визначення цього специфічного роду зайнятості використовується кілька термінів: «етнічний бізнес», «етнічне підприємництво», «етнічна економіка», «іммігрантський бізнес» тощо. Вони відтворюють одне й те ж поняття (ми назвемо його «етнічно маркована економічно-господарська діяльність»). Американська фахівчиня Лаквіта Блексон (Laquita Blockson) звертає увагу на те, що зарубіжні дослідники з однаковим смисловим навантаженням вживають зазначені терміни [8]. Аналіз їхнього ситуативного вживання пов'язується, на нашу думку, з обсягами цієї діяльності. Найчастіше трапляються терміни «етнічний бізнес» та «етнічне підприємництво», що спонукає нас також користуватися ними. Інтерпретації зарубіжних дослідників переконують нас у тому, що етнічне підприємництво є однією з конкретних форм етнічного бізнесу.

Щодо поняття «соціокультурний простір», то ми вважаємо доречним подати більш розлогі роз'яснення. З'ясуванню контенту поняття «соціокультурний простір» має передувати, на нашу думку, визначення поняття «простір», яке найбільш релевантне у контексті постановки проблеми у цій статті. Зауважимо, що у соціологічній літературі накопичився певний досвід аналізу феномена простору у різних його виявах, йдеться зокрема про праці таких дослідників (зарубіжних і вітчизняних), як Хельмут Беркінг (Helmut Berking), Жорж Бенко (Georges Benko), П'єр Бурд'є (Pierre Bourdieu), Беррі Веллман (Barry Wellman), Жорж Зіммель (Georg Simmel), Манюель Кастеллз (Manuel Castells), Анрі Лефевр (Henri Lefebvre), Мартіна Льов (Martina Löw), Людгер Пріс (Ludger Pries), Едвард Соджа (Edward Soja), Питирим Сорокін (Pitirim Sorokin), Найгел Сріффт (Nigel Thrift), Мішель Фоколт (Michel Foucault), Девід Харві (David Harvey), Богданна Гвоздецька, Сергій Літвінов, Олена Перевезій, Катерина Шестакова. Їхні праці та праці інших соціологів дають підстави твердити, що нині сформувалася спеціальна соціологічна субдисципліна – соціологія простору

[22]. Ми не будемо вдаватися до детального аналізу їхніх розмірковувань про простір як такий (певною мірою про це йдеться у спеціальному дослідженні [4]). Натомість зупинимось на відтворенні контенту такого феномену, як «соціокультурний простір», при цьому пам'ятаючи про твердження французького соціолога Анрі Лефевра, яке ми приймаємо у контексті нашого викладу: простір – це продукт або ж комплексна соціальна конструкція, котра базується на цінностях і соціальному творенні значень, що впливає на просторові практики і сприйняття довколишнього [16]. Із трьох складників конструкту «простір» (фізичного, соціального, ментального) для нашого аналізу ми вибираємо два перших, наголошуючи на визначальних моментах: фізичний простір має свої територіально-географічні межі і тут може йтися про різноманітні його форми – регіональний, міський, пограничний тощо простори; соціальний простір – це простір життєвих практик.

Вважаємо, що для адекватного відтворення практик етнічного бізнесу доцільно уточнити вживання терміна «соціокультурний простір» у контексті специфічного виду життєвих практик, які інкорпорує поняття «етнічний бізнес». З огляду на напрацювання вітчизняної й зарубіжної соціогуманітаристики (О. Антіпова, Я. Верменич, О. Гудзенко-Александрук, А. Захарченко, А. Пашинська, Т. Ремм, Р. Руммел та інші), ми зупиняємося на інтерпретації соціокультурного простору естонським дослідником Тіітом Реммом (Tiit Remm): «Соціокультурний простір є статичним порядком соціокультурного універсуму – смислів, їхніх агентів, носіїв та їхніх систем. Це дозволяє позиціонувати ці компоненти стосовно один одного, а отже, описувати соціокультурний світ, а також його зміни. Цю нерозривність можна описати з двох точок зору. Перший бачить (людський) простір як глибоко вкорінений у суспільстві та його культурі; інший бачить суспільство з його культурою як глибоко вкорінене в космос. <...> фізичний простір є частиною загальної соціокультурної системи: він функціонує як вираження та фізична форма (проекція) значень, соціальних структур, традицій практик тощо» [23].

У межах фізичного простору здійснюються етнокультурні практики тими, хто його наповнює. Аргументом у виборі терміна «соціокультурний простір» для нашого аналізу є таке: етнічний бізнес зазвичай практикують носії певних етнокультурницьких традицій, які перебувають у тому чи тому поліетнічному довіклі, займаючи ті чи ті географічно-територіальні (просторові) ніші, структуруючи соціальні відносини усередині цих ніш. За українським етносоціологом Володимиром Євтухом, «соціокультурний простір – це територія, сфера взаємодії культур різних етносів, які зазвичай проживають у межах одного етнополітичного організму» [1, с. 262].

Завважимо, що за умов нинішніх інтенсивних територіальних переміщень людей у країнах їхнього осідання утворюється чимала кількість

соціокультурних просторів, різних за своїми фізичними вимірами, на яких формуються спільноти того чи того етнічного походження із властивими для них культурними відмінностями. Аналіз літератури з етнічної проблематики дозволяє виділити такі види соціокультурних просторів: *етнічний ареал*, *етнічний анклав* (*іммігрантський анклав*), *етноконтактні зони* (*пограничні етнічні простори*), *етнобарби*, *етнічні бар'єри*, *етнічні (етнорасові) гетто*, *транснаціональні етнічно марковані простори*. Мусимо констатувати, що терміни, які використовуються для визначення таких територіальних утворень, перебувають в одному синонімічному ряді, а отже, явища, які вони відтворюють, мають багато спільних рис.

Маємо звернути увагу на ту обставину, що в англійській літературі найчастіше трапляється термін «етнічний анклав – ethnic enclave», практично відсутній термін «етнічний ареал», подеколи з'являється термін «етнічна зона, етнічна область – ethnic area», що у нашому контексті наближається до значення «етнічний ареал».

Звернемося до короткої характеристики контенту перелічених соціокультурних (важливо, етнічно маркованих) просторів. Ця характеристика вибудовується на працях таких дослідників, як Володимир Євтух, Анурадха Басу та Саріка Прутія (Anuradha Basu and Sarika Pruthi), Таніка Чакраборті та Сімон Шюллер (Tanika Chakraborty and Simone Schüller), Нелі Демірева та Вутер Звісен (Neli Demireva and Wouter Zwysen), Маріо Еспіноза-Кулік та ін. (Mario Espinoza-Kulick et al.), Шолех Маані (Sholeh Maani), Кеннет Вілсон та Алехандро Портес (Kenneth Wilson and Alejandro Portes), Вільбур Зелінський та Барретт Лі (Willbur Zelinsky and Barrett Lee) та інші.

Отже, *бар'єри* – «квартал» або «околиці», частина міста, зазвичай відмежована функціональними (наприклад, житловими, комерційними, промисловими тощо), соціальними, архітектурними чи морфологічними особливостями [5]; *етнічні (етнорасові) гетто* – це зазвичай частини простору міста, де концентруються представники тих чи тих меншин. Від інших видів соціокультурних просторів гетто відрізняються тим, що вони утворювалися у висліді політичного, соціального, правового, релігійного, екологічного чи економічного тиску. Вони вирізняються досить відчутною визначеністю своїх меж, високим рівнем закритості й автаркії соціокультурного життя. Найбільш очевидними прикладами таких гетто можуть бути афроамериканці у США, певною мірою рома у європейських країнах [11]; *етнобарби* – приміські ареали (у Північній Америці) розміщення населення і ведення бізнесу, де відчутний кластер формують представники певної етнічної спільноти. Етнобарби трапляються навколо таких міст, як Ванкувер, Торонто (Канада), Вашингтон, Лос-Анджелес, Нью-Йорк, Філадельфія (США). Ці етнічні громади мають розгалужені й щільні стосунки з подібними утвореннями поза своїми

межами, як і з глобалізованими економічними організаціями, що сприяє підвищенню соціо-економічного розвитку у самих етнобарбах. Останні функціонують як соціальні мережі, у межах яких іммігранти можуть працювати і практикувати свій бізнес. Деколи етнобарби порівнюють з етнічними анклавами, скажімо, «чайна-таун»; однак між ними існує певна різниця, яка визначається місцем розміщення, а отже, і характером функціонування. «Тауни» – утворення у межах мегаполісів, а етнобарби – за їхніми межами [1, с. 107]; зазвичай етнобарби є мультирасовими, мультиетнічними, мультикультурними; *етноконтактні зони (середовища)* – «території поселення представників різних етнічних спільнот, у межах яких реалізується міжетнічна взаємодія на індивідуальному та груповому рівнях. Зазвичай це суміжні ареали компактного розміщення представників етнічних спільнот. Приклади таких етноконтактних зон в Україні знаходимо у Закарпатті, на Буковині, в Криму, в Одеській області тощо. Своєрідні етноконтактні зони формуються на українсько-угорському, українсько-румунському, українсько-польському, українсько-російському пограниччі. Етноконтактні зони склалися також у великих зазвичай поліетнічних містах сучасного світу – Брюсселі, Кельні, Нью-Йорку тощо» [1, с. 154]; *етнічний ареал* – «територія, на якій концентрується значна частина представників того чи іншого етносу і яка утворилася у результаті формування етнічних спільнот на основі тих чи тих племен, внаслідок компактного розселення того чи іншого етносу, що прибули на постійне проживання у висліді появи нових держав і довільного формування їхніх кордонів» [1, с. 31]; щодо «*транснаціонального етнічно маркованого простору*», то інформація про його контент буде подана нижче, коли йтиметься про таке явище, як «транснаціоналізм».

Пропонуємо розлогіше трактування поняття «етнічний анклав», оскільки у такому виді соціокультурного простору етнічний бізнес (етнічне підприємництво) розвивається більш активно порівняно з іншими видами етнічно маркованих просторів. До речі, у Сполучених Штатах Америки нині існує велика кількість анклавів [17], де успішно розвивається етнічний бізнес, особливо це відчутно у Нью-Йорку [3]. Вивчення етнічних анклавів започаткували Кеннет Вілсон та Алехандро Портес на прикладі «іммігрантського анклаву» кубинців у Маямі [26]. Дослідження цього періоду дозволили сформулювати гіпотезу про те, «що анклавні створюють альтернативні шляхи економічної інтеграції, які не дуже залежать від «мейнстріму» розвитку суспільства чи то його етнічної більшості. Замість того, щоб шукати роботу на первинному чи вторинному ринках праці, як можна було б очікувати за теоріями прямолінійної асиміляції або подвійного ринку праці, А. Портес і Р. Меннінг (R. Manning) стверджують, що анклавні підприємства дають представникам етнічної спільноти можливості для економічної мобільності,

які були недоступні в інших місцях. Таким чином, етнічні анклавні можуть створити шляхи для соціальної мобільності, які не вимагають від мігрантів прийняття нових культурних практик або переїзду в райони, де переважає етнічна більшість. Етнічні анклавні можуть з'являтися, коли групи мігрантів чисельно великі, коли є концентрація капіталу та коли є великий надлишок робочої сили іммігрантів. Ці умови породжують агломерації етнічних підприємств, які є конкурентоспроможними завдяки наявності дешевої робочої сили в містах і низці етнічних покупців». Отже, за Кеннет Вілсон та Алехандро Портесом, етнічні анклавні як такі визначаються за концентрацією етнічних підприємств, на яких працюють представники однієї етнічної групи. При цьому етнічна концентрація має захисний ефект від загалом «ворожого» клімату, з яким стикаються іммігранти та етнічні меншини [26]. Цей ефект формується завдяки тому, що «етнічні анклавні складаються з високої концентрації етнічної групи в межах географічного простору, включаючи велику кількість власників бізнесу з цієї спільноти. Захисний вплив анклавів значною мірою пов'язаний із концентрацією економічної влади для підтримки соціального, культурного та політичного розвитку спільнот іммігрантів, які прагнуть підтримувати життя громади в країні, де утворюється анклав» [14].

Цікавою виявляється думка самих мешканців етнічних анклавів (Великобританія) про те, як вони визначають місцину, у якій вони проживають. Ця думка формувалася під час проведення Європейського соціального опитування (European Social Survey) у 2002 та 2014 роках. На питання про те, «як би вони описали місцевість, де вони зараз проживають, з точки зору присутності представників расової або етнічної меншини» були отримані такі відповіді: у цих етнічних анклавах проживає близько 10% більшості, 25% мігрантів і 19% осіб другого покоління [12]. Інший відсоток можуть становити представники інших етнічних спільнот.

Ми звертаємо увагу на вдаль, на наш погляд, формулювання контенту феномену через значення терміна «етнічний анклав», запропоноване Володимиром Євтухом: «Анклав етнічний – термін, який вживається в етнології та етносоціології для визначення певної невеликої території у поліетнічній країні, яка заселена переважно представниками одного етносу; на цих територіальних утвореннях зберігаються відчутні культурні відмінності порівняно з більшим довколишнім ареалом. Зазвичай поява і функціонування анклавів пов'язані з бізнесом, який практикується й управляється членами цих територіальних спільнот; етнічні анклавні відзначаються певною замкненістю, відокремленістю від довколишнього середовища і самоорганізацією внутрішніх зв'язків, досить високим рівнем автаркії етнокультурного життя» [1, с. 26–27].

Особливості функціонування етнічного бізнесу у соціокультурних просторах. Результати досліджень, які постійно здійснюються захід-

ними науковцями, уможливають відтворити картину закономірностей і особливостей функціонування етнічного бізнесу (етнічного підприємництва) в тих чи тих соціокультурних просторах. Передусім, як ми вже відзначали, йдеться про етнічні анклавні. В працях, структурованих на даних таких досліджень, скажімо, здійснених за проектами Інституту вивчення праці (IZA World of Labor), онлайн-платформи, яка надає актуальну інформацію про проблеми ринку праці, виокремлюються такі позитивні моменти: 1) життя в анклавах з різним рівнем доходів, що зумовлюються переважно якістю анклаву (а не розміром анклаву): тут мешканці (зазвичай іммігранти) отримують фінансову вигоду, а також кращі можливості працевлаштування; 2) новоприбулим надається корисна інформація про можливості на ринку праці, робочі контакти або канали пошуку роботи, додамо не лише на ринку праці самого анклаву, але й поза його межами; вважається, що така інформація виявляється більш ефективною, ніж та, яку можна віднайти в офіційних каналах; 3) тут діють стимули досягти вищого рівня освіти, зокрема у другого покоління, вони досить-таки вагомі, оскільки, на нашу думку, це пов'язується з можливостями виходу на більш широкий (за межами анклаву) ринок праці; анклавні безпосередньо забезпечують роботу в рамках так званої «економіки анклаву», оскільки етнічні власники бізнесу, швидше за все, наймуть одноетнічних працівників; 4) працівники-іммігранти в економіці анклаву уникають дискримінації на ринку праці, з якою вони можуть стикнутися за межами анклаву; 5) життя в анклаві можна розглядати як «буфер», який зменшує витрати на культурну або мовну інтеграцію у суспільство проживання.

Разом із тим автори вказують і на негативні моменти, які ускладнюють інтеграцію мешканців етнічних анклавів у «мейнстрім» розвитку країни проживання. Серед них: 1) анклавна економіка може запропонувати лише обмежену кількість робочих місць; 2) заробітна плата в анклавній економіці зазвичай нижча за ту, яку можна отримати на більш широкому ринку праці приймаючої країни, де є різноманітніший вибір альтернативної роботи; 3) формується думка (зокрема, у Великій Британії) про те, що розвиткові бізнесу етнічних меншин бракує підтримки [13]; 4) «хоча місцева анклавна економіка може запропонувати можливості працевлаштування в короткостроковій перспективі, вона може стати «пасткою мобільності» в довгостроковій перспективі, якщо концентрація низькокваліфікованої етнічної робочої сили перешкоджає володінню навичками приймаючої країни, особливо мовними, і знижує стимули для батьків-іммігрантів інвестувати в освіту та кваліфікацію своїх дітей. Це обмежило б можливості пошуку або переходу на більш оплачувану роботу на ширшому ринку праці, за межами анклавної мережі». Ще один аргумент на користь несприятливих наслідків анклаву пов'язаний зі спостереженням, що етнічні квартали виникають через дискримінацію на ринку

житла. Отже, етнічні анклавні зазвичай розташовані географічно далеко від найпривабливіших можливостей працевлаштування, що, своєю чергою, ускладнює шанси іммігрантів на ринку праці [10]. Погоджуючись з двома останніми тезами як складниками, що вони саме так впливають на формування несприятливих наслідків перебування в анклавах, ми мусимо наголосити на тому, що вони не є визначальними у вирішенні питання новоприбулим, де селитися. Тут може виявитися слушною думка про «етногравітацію». Завважимо, що це – «термін, який корелює з терміном із фізики, де він означає універсальну фундаментальну взаємодію між усіма матеріальними тілами. В етнологічних і етносоціологічних дослідженнях він означає стійке тяжіння тієї чи тієї етнічної спільноти до певного місця (центру-місця), зазвичай території свого розміщення. Чітко визначені межі розміщення етнічних спільнот стимулюють етногравітацію їхніх членів» [1, с. 109].

У пошуках переваг і утруднень перебування в етнічних анклавах і ведення етнічного бізнесу варто звернути увагу на феномен етнічних мереж: дослідження показують, що етнічні мережі забезпечують іммігрантам можливості працевлаштування та самозайнятості в рамках спеціалізованої етнічної економіки, що призводить до додаткової економічної діяльності. Відповідно, імміграційна політика відбору, заснована на висококваліфікованих чи бізнес-критеріях, на володінні мовою та різноманітності країн походження, швидше за все, зміцнить етнічні спільноти і, таким чином, призведе до більшої економічної активності та довгострокової економічної та соціальної інтеграції іммігрантів [18]. Поселення в регіоні, де існують економічні та соціальні мережі, засновані на знайомих культурних чи мовних факторах («етнічний капітал»), забезпечує ефективну стратегію економічної інтеграції. Зі збільшенням міжнародної міграції до культурно різноманітних країн етнічні мережі будуть важливими міркуваннями в управлінні імміграційним відбором, вимогами до знання мови та регіональною економічною політикою. Вочевидь, можна погодитися з тим висновком, що «Етнічний капітал та вибір локації може допомогти іммігрантам інтегруватися в ринок праці (мається на увазі ринок праці країни поселення)» [18].

Значну роль у поселеннях іммігрантів (власне, етногравітаційні магніти), як, скажімо, у випадку з іммігрантами з Індії в Америці, відіграють магазини, які торгують етнічно маркованою продукцією, етнічні ресторани, індуїстські храми, кінотеатри, де демонструють індійські фільми, культурні активності етнічних асоціацій [20, с. 32]. Власне, це ті атрибути життєдіяльності спільнот у соціокультурних просторах, котрі тією чи тією мірою формують комфортні умови для проживання, особливо на перших порах поселення в іншому етнополітичному організмі, а для старших поколінь і в наступні періоди, оскільки вони дозволяють зберігати відчуття етнічної батьківщини і є своєрідним

«містком» їхнього поєднання з нею. Принагідно нагадаємо, у фаховій зарубіжній літературі вони іменуються етнічними зручностями [21].

У контексті функціонування етнічного бізнесу варто звернути увагу на ще два явища, які властиві переліченим нами соціокультурним просторам, пов'язаним з такими феноменами, як транснаціоналізм і гетеролокалізм.

Отже, транснаціоналізм як соціальний феномен відомий суспільним практикам тривалий час, а сам термін, яким нині його визначають, вперше на початку XX століття застосовував американський письменник Рендольф Бурн (Randolph Burne) для опису взаємин між культурами [25]. Цим парасольковим терміном користуються у тому числі і в науці для відтворення зв'язків, які об'єднують людей та інституції, виходячи за рамки національних кордонів [9]. У спеціальному сенсі термін «транснаціоналізм» і похідні від нього вживаються у контексті дослідження широкого феномена етнічності й у цьому контексті конкретного явища – етнічного бізнесу [2; 6; 15; 19]. Тут ідеться передусім про можливості його налагодження поза межами таких визначених нами соціокультурних просторів, як «етнічний анклав», «етнічний ареал», «етнобарби», «етноконтактні зони» і деякою мірою «гетто». За нашими спостереженнями транснаціональний соціокультурний простір, який нині активно формується і у якому практикується етнічний бізнес, має три виміри: 1) власне етнічний простір у межах однієї поліетнічної країни з дисперсним розселенням представників однієї й тієї ж етнічної спільноти; 2) міжетнічний простір у межах однієї поліетнічної країни з дисперсним розселенням представників різних етнічних спільнот, які перебувають у постійній взаємодії й мають можливість спільно практикувати етнічний бізнес (у фаховій літературі вони дістали назву «ко-етніки – co-ethnics» [7]; 3) простір, у якому практики етнічного бізнесу (переймання технологій від країни походження, необхідних для виготовлення етнічно маркованої продукції в країні проживання, чи то готової етнічно маркованої продукції, властивої тій чи тій країні походження, для збуту у країні поселення) здійснюються через національні (державні) кордони. Знову ж таки за умов технологічного прогресу перспективи інтенсифікації практикування етнічного бізнесу у цьому виді соціокультурного простору зростають. Таким чином, «мігранти можуть брати участь у соціальній, економічній, політичній та культурній діяльності через кордони, все ще осідаючи в тканині приймаючого суспільства» [9].

Нагадаємо, що термін «гетеролокалізм» увійшов у науковий обіг у 1970-х роках. За десятиліття до того, як термін «гетеролокалізм» з'явився у фаховій літературі, американський дослідник-урбаніст Мелвін Веббер (Melvin Webber) висунув ідею «спільноти без близькості». Щоправда, він не розглядав це явище у контексті етнічних спільнот. Згодом культуролог з Пенсильванського універ-

ситету (США) Вілбур Зелінські та соціолог того ж університету Барретт Лі застосували цю концепцію до аналізу моделей розселення етнічних меншин у США. Ключовим покликанням у їхній інтерпретації гетеролокалізму було те, що іммігранти здатні зберігати свою ідентичність як етнічної спільноти, незважаючи на дисперсне (розпорошене) розселення. Власне, соціокультурна міжетнічна взаємодія між носіями однієї й тієї ж етнічності не залежить від відстані їхнього перебування у країні поселення. Дослідники звернули увагу на ще кілька характерних рис гетеролокалізму: у приймаючій країні має місце негайне або швидке просторове розпорошення іммігрантів; місця проживання та роботи зазвичай сильно відокремлені; навіть без просторової близькості зберігаються міцні зв'язки етнічної спільноти (тобто через телекомунікації, відвідування тощо) у столичному, регіональному, національному та навіть міжнародному масштабах; гетеролокалізм – явище, залежне від часу, власне від конкретних соціально-економічних і технологічних умов (ми їх пов'язуємо з розвитком технологій комунікацій); гетеролокалізм властивий як міським агломераціям, так і за їхніми межами [27]. Підтвердження валідності зазначених характеристик гетеролокалізму у різних соціокультурних просторах, наприклад, на американо-канадському пограниччі, ми знаходимо у праці американської соціальної географіні Сюзан Хардвік (Susan Hardwick) [15].

Беручи до уваги тенденції до посилення позицій гетеролокалізму, можна погодитися з твердженням американської соціологині Меріти Буші (Merita Bushi), що «гетеролокалізм повністю кидає виклик потребі в близькості, натомість покладаючись на етнічні інституції для створення згуртованої спільноти та почуття приналежності» [9]. Вочевидь, у світлі такого розвитку подій виникає необхідність замислитися над динамікою (особливо з урахуванням стрімкого прогресу технологій) етнічних анклавів, передовсім їхньої ролі як осередків концентрації вихідців із тієї чи тієї спільноти, зокрема як фасилітаторів етнічного бізнесу.

Висновки. Зростання ролі етнічного фактора у суспільному розвитку практично всіх країн сучасного світу спонукає до дослідження різних аспектів його виявів. Важливим компонентом проблеми до осмислення проблем етнічності є з'ясування закономірностей і особливостей функціонування особливого виду бізнесу, пов'язаного з етнокультурними традиціями різних народів. Цілком очевидно, що ці закономірності і особливості визначаються тим, у яких умовах і у яких межах існує такий бізнес. Такі соціокультурні простори, як «етнічний анклав», «етнічний ареал», «етноконтактні зони», «етнобарби», «транснаціональний етнічно маркований простір», певною мірою «гетто», є тим середовищем, де цей бізнес підтримується і розвивається. Для новоприбулих ринку праці цих просторів є особливо привабливим. Тут мешканці (зазвичай іммігранти) мають кращі можливості пра-

цевлаштування; новоприбулим надається корисна інформація про можливості на ринку праці, робочі контакти або канали пошуку роботи; тут діють стимули досягти вищого рівня освіти, оскільки вони пов'язуються з можливостями виходу на більш широкий (за межами анклаву) ринок праці; етнічні власники бізнесу, швидше за все, наймають одно-етнічних працівників; працівники-іммігранти в економіці анклавів уникають дискримінації на ринку праці, з якою вони можуть стикнутися за межами анклавів.

Разом із тим у згаданих соціокультурних просторах, особливо в етнічних анклавах, є й недоліки, зокрема анклавна економіка може запропонувати лише обмежену кількість робочих місць, заробітна плата в анклавній економіці зазвичай нижча за ту, яку можна отримати на ширшому ринку праці приймаючої країни, де є більший вибір альтернативної роботи.

Дослідниками встановлюється, що певна динаміка етнічного бізнесу пов'язана у соціокультурних просторах з такими феноменами, як «транснаціоналізм» та «гетеролокалізація», які дозволяють етнічному бізнесові бути більш мобільним і виходити за межі чітко окреслених етнічних анклавів. Концепції транснаціоналізму й гетеролокалізації успішно реалізуються у таких соціокультурних просторах, як етнічні ареали, етноконтактні зони, етнобарби, транснаціональні (міжетнічні усередині однієї поліетнічної країни й міждержавні) простори, оскільки тут ідеться про конгломерації до певної міри з різноетнічним складом населення. У цьому контексті у майбутніх дослідженнях варто звернути особливу увагу на можливості новітніх технологічних вправностей, зокрема штучного інтелекту, у конструюванні соціокультурних просторів, передовсім їхнього структурування, й у зв'язку з цим динаміки внутрішньої і зовнішньої взаємодії компонентів, які ці простори наповнюють.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Євтух В. Етнічність: Енциклопедичний довідник. Київ : Фенікс, 2012. 396 с.
2. Євтух В. Етнічність у транснаціональному просторі: дизайн дослідницького проекту. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2013. № 1. С. 3–26.
3. Євтух В. Етнічна мозаїка Нью-Йорка (погляд з висоти пташиного паріння): Етносоціологічний есей. *Міждисциплінарні дослідження складних систем/ Interdisciplinary Studies of Complex Systems*. 2023. № 22. С. 145–153.
4. Перевезій О.А. Поняття «простір» у контексті аналізу феномена етнічного бізнесу. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2013. Вип. 13. С. 92–101.
5. Barrio. Wikipedia : the free encyclopedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Barrio>.
6. Basu A. and Pruthi S. From ethnic enclaves to transnational landscape: Review of immigrant entrepreneurship research. *Foundations and trends. Entrepreneurship*. 2021. Vol. 17. No. 1. P. 1–153. <https://dx.doi.org/10.1561/03000000086>.

7. Battisti Michele, Peri Giovanni, Romiti Agnese. Dynamic effects of co-ethnic networks on immigrants' economic success. *The Economic Journal*. 2022. Vol. 132. Issue 641. P. 58–88. <https://doi.org/10.1093/ej/ueab036>.
8. Blockson Laquita C. What is minority (ethnic) entrepreneurship (MGMT 351). January 22, 2008. URL: <https://www.slideserve.com/eljah/what-is-minority-ethnic-entrepreneurship>.
9. Bushi Merita. Rethinking heterolocalism: The case of place-making among Albanian-Americans. *Geography Honors Projects*. Paper 40. 2014. URL: http://digitalcommons.maclester.edu/geography_honors/40.
10. Chakraborty Tanika, Schüller Simone. Ethnic enclaves and immigrant economic integration. URL: <https://wol.iza.org/articles/ethnic-enclaves-and-immigrant-economic-integration/long>.
11. Cretan Remus (et al.). Articulating 'otherness' within multiethnic rural neighbourhoods: encounters between Roma and non-Roma in an East-Central European borderland. Published online. 2021. P. 93–111. <https://doi.org/10.1080/1070289X.2021.1920774>.
12. Demireva N. and Zwysen W. Ethnic enclaves, economic and political threat: An investigation with the European Social Survey. *Frontiers in Sociology*. 2021. Vol. 6. doi: 10.3389/fsoc.2021.660378.
13. Economy is weaker because ethnic minority businesses lack support – think-tank warns. URL: <https://www.smf.co.uk/economy-is-weaker-because-ethnic-minority-businesses-lack-support-think-tank-warns/>.
14. Espinoza-Kulick Mario Alberto Viveros, Fennelly Maura, Beck Kevin, Castañeda Ernesto. Ethnic enclaves. 2021. doi: 10.1093/OBO/9780199756384-0257.
15. Hardwick Susan W. Nodal heterolocalism and transnationalism at the United States-Canadian Border. *Geographical Review*. 2021. Vol. 96. Issue 2. P. 212–228. <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.2006.tb00050.x>.
16. Lefebvre Henri. The production of space. Oxford : Blackwell Publishing, 1991. 464 p. URL: <https://transnationaleverydaylife.files.wordpress.com/2011/09/henri-lefebvre-the-production-of-space.pdf>.
17. List of ethnic enclaves in North American cities. Wikipedia : the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ethnic_enclaves_in_North_American_cities.
18. Maani Sholeh A. Ethnic networks and location choice of immigrants. 2016. URL: <https://wol.iza.org/articles/ethnic-networks-and-location-choice-of-immigrants/long>.
19. Moghaddam Kaveh, Rustambekov Elzotbek, Weber Thomas, Azarpanah Sara. Transnational entrepreneurship, social networks, and institutional distance. Toward a theoretical framework. *New England Journal of Entrepreneurship*. 2018. Vol. 21. No. 1. P. 45–64. <https://doi.org/10.1108/NEJE-03-2018-0005>.
20. Mukherjee Anirban and Pattnaik Binay Kumar. Assimilation, heterolocalism and ethnic capital: The case of an immigrant Indian community in America. 2021. *Sociological Bulletin*. Vol. 70. No 1. P. 24–41. doi: 10.1177/0038022920956737.
21. Seidel André. A global map of amenities: Public goods, ethnic divisions and decentralization. 2023. *Journal of Development Economics*. Vol. 164. P. 103–113. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2023.103113>.
22. Sociology of space. Wikipedia : the free encyclopedia. en.wikipedia.org/wiki/Sociology_of_space.
23. Remm Tiit. Sociocultural space and time as semiotic modelling systems. Proceedings of the 10th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS). Universidade da Coruña (España/Spain). 2012. P. 999–1008. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Sociocultural-space-and-time-as-semiotic-modelling-Remm/b1a56a4a979a985e04dc3c1d5bb2c6b748bf373f>.
24. Ten Years of Centre for the Study of Ethnicity and Citizenship, University of Bristol. URL: <https://www.bristol.ac.uk/medialibrary/sites/ethnicity/migrated/documents/ethnicity10.pdf>.
25. Transnationalism. Wikipedia : the free encyclopedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Transnationalism>.
26. Wilson Kenneth and Portes Alejandro. Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami. *American Journal of Sociology*. 1980. Vol. 86. No. 2. URL: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/227240>.
27. Zelinsky W., Lee B.A. Heterolocalism: an alternative model of the sociospatial behaviour of immigrant ethnic communities. *International Journal of Population Geography*. 1998. Vol. 4. Issue 4. P. 281–298. doi: 10.1002/(SICI)1099-1220(199812)4:4<281::AID-IJPG108>3.0.CO;2-O.