Базар и город: «китайский» рынок как точка сборки городского пространства

Константин ГРИГОРИЧЕВ

Этнические, и прежде всего «китайские», рынки стали важнейшим элементом жизни большинства крупных городов Сибири, да и России в целом. Устойчивость этого феномена на протяжении последних 20–25 лет констатируется практически всеми исследователями[1]. Можно уверенно утверждать, что этнические или этнически маркируемые рынки стали реальностью города и горожан. Вместе с тем, как отмечает В. И. Дятлов, проблема постсоветских этнических рынков лишь краем попала в поле зрения исследователей: даже спектр конкретных исследовательских кейсов чрезвычайно неширок[2]. Это, с одной стороны, порождает фрагментарность описания, калейдоскопичность, приводящую к отсутствию взгляда на проблему как целое. С другой стороны, описания и анализ конкретных этнических рынков выстраиваются в широком спектре теоретических подходов, а нередко и вне их, что приводит, по выражению И. Пешкова, к «изобретению концептуального велосипеда»[3].

В научных текстах преобладает взгляд на рынки с позиции их внутренней организации, отношений с городскими сообществами, властью. И это понятно: первоначальное описание феномена подталкивает к попытке понимания его сущности и механизмов жизнедеятельности. Для социального антрополога, изучающего взаимодействия участников отношений на рынке и вокруг него, такой взгляд вполне закономерен. Вопрос о месте рынков в городском пространстве, о их влиянии на организацию города, о

---

[1] Бурнасов А. Китайский рынок как логистический центр: на примере рынка «Таганский ряд» в Екатеринбурге // Мигранты и диаспоры на Востоке России: практики взаимодействия с обществом и государством / отв. ред. В. И. Дятлов. М. ; Иркутск : Наталис, 2007. С. 68–80; Дятлов В. И. «Китайские рынки» российских городов – «уходящая натура»? // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2008. № 1. С. 20–30; Дятлов В. И. Россия в предчувствии чайнатаунов // Этногр. обозрение. 2008. № 4. С. 6–16; Дятлов В. И., Кузнецов Р. Э. «Шанхай» в центре Иркутска. Экология китайского рынка // Экон. социология. 2004. Т. 5, № 4. С. 56–71; Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практики взаимной адаптации / науч. ред. В. И. Дятлов. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2009. 396 с.

[2] См. статью В. И. Дятлова «В погоне за «уходящей натурой» в этой книге.

[3] Переселенческое общество Азиатской России: миграции, пространства, сообщества. Иркутск : Оттиск, 2013. С. 127.

практиках взаимодействия горожан с городом, а не только с рынком, пока остается вне исследовательского фокуса.

Социально-антропологические исследования рынков по большей части выведены за пределы проблематики городского пространства. В центре внимания оказываются трансформация социальных и экономических отношений в период постсоветских преобразований[1], участие иностранных мигрантов в экономике рынков и формирование трансграничных локальностей[2], гибридизация пространства рынка в постимперских городах[3]. Однако взаимосвязь городского пространства, его улиц, локальностей, городского трафика с этническими рынками, да и рынками вообще остается, в большей степени, объектом историко-антропологических описаний[4]. Даже когда исследователем прямо ставится задача изучения взаимосвязей «рынка и города», анализ уходит в плоскость социальных отношений и практик, возникающих в городе в связи с рынком.

Некоторым исключением является статья К. Хамфри и В. Сквирской, посвященная контейнерному рынку в Одессе[5]. Однако, несмотря на название, исследование рынка здесь и территориально, и контекстуально выводит за пределы городского пространства. Город, к которому, безусловно, привязана деятельность рынка, оказывается «вынесен за скобки», выступает некой почти онтологической сущностью, на которую рынок заметного

---

[1] Hohnen P. A market out of place? Remaking economic, social, and symbolic boundaries in post-communist Lithuania. Oxford ; N. Y. : Oxford Univ. Press, 2004; Spector R.A. Bazaar Politics: The Fate of Marketplaces in Kazakhstan // Problems of Post-Communism. 2008. Vol. 55, N 6. P. 42–53; Levitt P., Lamba-Nieves L. Social Remittances Revisited // Journal of Ethnic and Migration Studies. 2011. Vol. 37, N 1. P. 1–22.

[2] Рыжова Н. П. Трансграничный рынок в Благовещенске: формирование новой реальности деловыми сетями «челноков» // Экон. социология. 2003. Т. 4, № 5. С. 54–71; Ryzhova N. P., Ioffe G. Trans-border exchange between Russia and China: the case of Blagoveshchensk and Heihe // Eurasian Geography and Economics. 2009. T. 50, № 3. C. 348–364; Журавская Т. Н. «Китайский» торговый центр vs. «китайский» рынок: что изменилось со времени запрета на торговлю иностранцев на розничных рынках. На примере Амурской области // Полития. 2012. № 4 (67). С. 104–123.

[3] Beattie M. Sir Patrick Geddes and Barra Bazaar: competing visions, ambivalence and contradiction // The Journal of Architecture. 2004. Vol. 9, N 2. P. 131–150; Beattie M. Hybrid Bazaar Space Colonialization, Globalization, and Traditional Space in Barabazaar, Calcutta, India // Journal of Architectural Education. 2008. Vol. 61, N 3. P. 45–55.

[4] См. напр.: Grüner F. In the Streets and Bazaars of Harbin: Marketers, Small Traders, and Peddlers in a Changing Multicultural City // Itinerario. 2011. Vol. 35, Issue 03. P. 37–72; Сорокина Т. Н. «Заветная мысль каждого китайца»: форматы китайской торговли в Приамурском крае на рубеже XIX–XX вв. // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 84–102.

[5] Humphry C., Skvirskaja V. Trading places: Post-socialist container markets and the city // Focaal. European Journal of Antropology. 2009. Vol. 55. P. 61–73.

влияния не оказывает. Взаимодействие рынка и города выстраивается в пространстве власти, экономических отношений и т. п., однако собственно физическое пространство города остается связанным со «старым» рынком, давно и прочно являющимся одним из ключевых визуальных и символических атрибутов Одессы.

Складывается парадоксальная ситуация – масштаб явления чрезвычайно велик как территориально (трудно найти город – региональный центр в азиатской части России, не имеющий «китайского» рынка), так и по связанным с ним сферам городской жизни. Этнические рынки – это и предмет головной боли муниципальных администраций, отвечающих за благоустройство города, и важный элемент городской экономики, и объект пристального внимания ФМС, и заметный узел транспорта как общественного, так и коммерческого, и частного. «Китайки» и «Шанхайки» давно стали важнейшим сюжетом региональных медиа, дающих богатый материал для исследователя. Тем не менее «китайские» рынки оказываются скорее управленческой, нежели научной проблемой, которую, как городскую канализацию, нужно не изучать, а ремонтировать. То, что и последняя оказывается весьма серьезным объектом исследовательского внимания[1], отнюдь не изменяет ситуации.

Отсутствие «китайских» рынков в «городской» проблематике оказывается оборотной стороной их глубокой укорененности в городском пространстве. Несмотря на относительно краткую по городским меркам историю, они стали привычной частью жизни города и горожан, органично вплелись в ткань города. Это породило классическую для антропологии проблему дистанции между «своим» и «чужим»[2], разграничения «поля» и «дома»[3], возможности исследовательского взгляда на элементы собственной повседневности как на «этнографическое другое». Растворяясь в повседневности, рынки становятся малозаметны, обыденны, внешне понятны. И в этом смысле они становятся не просто уходящей, но ускользающей натурой, расположенной «на самом видном месте», а потому незаметной.

---

[1] Трубина Е. «По-большому»: Городская инфраструктура и власть над пространством [Электронный ресурс] // Неприкоснов. запас. 2014. № 2(94). URL: http://www.nlobooks.ru/node/4710.

[2] Эриксен Т. Х. Что такое антропология. М. : Изд. дом. ВШЭ, 2014. С. 54.

[3] Гупта А., Фергюссон Дж. Дисциплина и практика: «поле» как место, метод и локальность в антропологии // Этнограф. обозрение. 2013. № 6. С. 12–13.

Я попытаюсь взглянуть на «китайский» рынок именно как на элемент городского пространства, не просто вписанный в него в результате трансформации экономической жизни, но ставший активным актором формирования городских локальностей и мобильностей. На основе иркутского кейса я постараюсь показать «китайский» рынок не как единичный и строго локализованный феномен, но как одну из несущих конструкций постсоветского города, формирующую долговременные тренды изменения его пространств и мобильностей. При этом вопрос «китайскости» «китайского» рынка остается за рамками моих рассуждений: отчасти в силу достаточно широкого спектра мнений об «этничности этнической экономики»[1], отчасти в силу разности смыслов, вкладываемых в этнические категории исследователями, участниками отношений на рынках, принимающими сообществами. Этничность в городе все более инструментализируется, выходя за пределы политического и закрепляясь в прагматично-хозяйственной сфере[2]. Возникающая разность понимания этнического ставит проблему определения уже не только того, на основе какой солидарности (этнической или внеэтнической) выстраивается жизнь «китайского» рынка, но и представлений взаимодействующих групп о том, что такое этничность. Эта чрезвычайно интересная и перспективная проблема требует специального анализа и, безусловно, выходит за рамки моего текста.

В качестве эмпирического материала к статье использованы наблюдения 2008–2015 гг. за рынками Иркутска, серия полуформализованных интервью 2014–2015 гг. с горожанами, а также материалы полевых исследований Лаборатории исторической и политической демографии 2014–2015 гг., связанных с картографированием этнических рынков Иркутска[3].

---

[1] Aldrich H. E., Waldinger R. Ethnicity and Entrepreneurship // Annual Review of Sociology. 1990. Vol. 16. P. 111–135; Уолдингер Р., Олдрич Х., Уорд Р. Этнические предприниматели // Экон. социология. 2008. Т. 9, № 5. С. 30–55; Бредникова О., Паченков О. Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // Этничность и экономика : сб. ст. по материалам Междунар. семинара. СПб., 2000. С. 47–53.

[2] Дятлов В. И., Григоричев К. В. Сибирь: динамика этнизации городского пространства переселенческого общества // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 16–17.

[3] См. статью Д. Брязгиной в этой книге.

«Китайские» рынки города: от торговой точки к торговой сети

В рамках сложившегося в России научного дискурса «китайский» рынок прямо или контекстуально определяется как единичный в масштабах города объект. Его описание, бытующее в научных текстах, в значительной мере определяется медийным образом уникальной локальности, имеющей достаточно большую, но очерченную территорию. Эта локальность («китайка», «Шанхай» и т. п.) и связанный с нею обширный комплекс образов и практик жестко привязывается к определенному городскому району, выделяя его из общего городского пространства. Сформированный набор коннотаций и смыслов обусловливает жесткое дискурсивное исключение пространства «китайского» рынка из городской среды, закрепляя представление об уникальности этого объекта.

Но наличие крупного китайского рынка «Шанхай» в Иркутске[1] не предполагает его абсолютной уникальности как части городского пространства. Наряду с ним сложилась целая сеть небольших «китайских» рынков, располагающихся на отдельных участках торгово-рыночных комплексов либо в обособленных районах города. В небольшом газетном обзоре городских рынков Иркутска[2] упоминается не менее шести торговых точек, обозначаемых как «маленький аналог “Шанхайки”», «та же “Шанхайка”, но дешевле». В региональных новостных сюжетах упоминаются небольшие «стихийные китайские» рынки[3] в различных частях города. Важно, что в них появляются «китайские» рынки, не упоминавшиеся в более ранних материалах, и, напротив, не встречаются ранее упомянутые.

Попытка картографирования рынков, определяемых горожанами как «китайские», позволяет увидеть их распространение практически по всей территории города. Они различаются, прежде всего, масштабами. С известной долей условности можно выделить рынки первого и второго порядка. Первые – крупнейшие торговые локальности, выступающие не только центрами розничной торговли, но и терминалом мелкооптовой торговли для других рынков и торговых заведений. Вторые – мелкие торговые

---

[1] Дятлов В. И., Кузнецов Р. Э. Указ. соч.

[2] Мирошниченко О. Где найти рынок? // Пятница. 2006. № 40. 13 окт. URL: http://baikalpress.ru/ friday/ 2006/40/005005.html.

[3] На рынке в Иркутске изъяли 29 километров рыболовных сетей [Электронный ресурс] // Irk.ru Информационный ресурс. URL: http://www.irk.ru/news/20140729/net/.

площадки, «привязанные» либо к компактным жилым районам, либо к крупным объектам торговой и рыночной инфраструктуры.

«Шанхай» и «Китай-город» (рынки «первого порядка») являются основными центрами «китайской» рыночной торговли Иркутска. Именно с ними связывают образы этнической торговли и этнического предпринимательства региональные медиа, они описываются горожанами как примеры «китайского» в городе. Оба были или остаются центрами мелкооптовой торговли и выступают терминалом экономических трансакций мелких торговцев города и региона с крупными товарными потоками. Чрезвычайно интересна как их связь, так и специфика их пространственного развития.

Несмотря на территориальную удаленность, «Шанхайка» и «Китай-город» представляют собой, скорее, не два независимых объекта, а две фазы существования рынка «Шанхай». Просуществовавшая в центре города в течение более чем двадцати лет «Шанхайка» летом 2014 г. была официально закрыта[1], а основная часть ее деятельности была перенесена во вновь открытый «Китай-город» на северо-западной окраине города. Всего за несколько месяцев сюда была переведена большая часть торговцев и связанной с рынком инфраструктуры. Расположившись на территории строительного рынка «Покровский»[2], «Китай-город» быстро вытеснил строительные товары на периферию и занял часть инфраструктуры рынка (прежде всего ангары-склады, переоборудованные в «торговые павильоны»).

В отличие от «Шанхайки», формирование пространства которой шло стихийно и неконтролируемо, новый рынок изначально получил более регулярную планировку. Деревянные основания под установку контейнеров с «Шанхайки» распланировали «улицы» и «переулки» нового рынка, прямые линии которых представляют собой полярный образ прежним «кривоколенным переулкам». Часть торговли была размещена в помещении большого павильона и складских ангаров. Но и в рамках этой «регулярной» планировки довольно быстро складываются неформальные улицы, в той или иной степени воспроизводящие систему размещения торговли «Шанхая» с его «азербайджанскими», «киргизскими», «китайскими» рядами. Изменив «форму» организации

---

[1] Петров В. «Шанхай» покидает Иркутск // Копейка. 2014. № 14. 16 апр. URL: http://baikalpress.ru/shanhay-pokidaet-irkutsk.

[2] Гергесова Л. «Шанхай» отправили в «Китай-город» // СМ Номер один. 2014. № 19. 15 мая URL: http://baikalpress.ru/shanhay-otpravili-v-kitay-gorod.

рыночной торговли, «Китай-город» в значительной мере воспроизводит содержание «Шанхая».

«Шанхайка», «мигрировав» на окраины, не исчезла и как экономический субъект, и как городская локальность. Специфика рынка, как сложной внутренне дифференцированной локальности, обеспечила его выживание и после официального закрытия. Еще до закрытия в его состав входило множество объектов, среди которых к началу 2014 г. оформились как вполне современные торговые центры и благоустроенные торговые ряды, так и «архаичные» базарные площади. Вокруг рынка сложилась разветвленная инфраструктура, занявшая обширное пространство в «деревянном» центре Иркутска и придавшая ему специфический трущобный вид. Рынок стал сложным, территориально распределенным организмом, связанным воедино не столько юридически и экономически, сколько сложной системой социальных связей. Фактически «Шанхай» представлял собой масштабный фрейм отношений горожан друг с другом, внешним миром (включая мигрантов), с городом. Фрейм, имевший несколько размытые физические границы, поскольку определить, где начиналась и где заканчивалась «Шанхайка», можно было весьма приблизительно, но вполне очерченные границы символические.

Ликвидация первоначальной основы «Шанхайки» не привела к ликвидации ее как фрейма городской жизни. Торговые центры («Шанхай-молл», «Бишкекские ряды»), выросшие из рынка, торговая площадь имени Чекотова, составлявшая неотъемлемую часть «большой «Шанхайки», связанная с ними инфраструктура питания и обслуживания в значительной мере продолжают функционировать и после переноса рынка. Однако едва ли не большее значение имеет сохранившееся представление о «Шанхае» как о городской локальности. Образ «китайского» рынка в центре города, оккупированном, вырванном из символической собственности горожан, превратившей исторический район в «клоаку», продолжает преобладать в описаниях этого района горожанами. Они далеко не всегда негативные, часто ностальгические, связанные с утратой привычных практик. «Шанхайка» становится не только локальностью, но и городским мифом, который превращается в бренд, определяющий не только современное представление о центре города, но и варианты его будущего развития. Неслучайно в проекте джентрификации городского

центра как целостной торговой-рекреационной локальности[1] «китайские» мотивы присутствуют явно и абсолютно осознанно.

При всей разности основ, на которых формировались «Шанхай» (стихийная, иррегулярная) и «Китай-город» (централизованная, регулярная планировка), их развитие происходит по сходной траектории. Как и «Шанхайка» девяностых, «Китай-город» практически сразу вышел за первоначально очерченные границы, поглощая соседние территории. Сократив до минимума границы строительного рынка, новая «китайка» начала расширяться за счет включения прилегающих ремонтных и промышленных предприятий (частью действующих, частью обанкроченных), заболоченных пустырей. Непродолжительный интенсивный рост сменился экстенсивным. Вокруг торговых площадей начала стремительно формироваться обслуживающая инфраструктура: предприятия питания, парковки, неформальные службы доставки.

Новый рынок включает в повседневность города ранее исключенное из него пространство. Заболоченные овраги, пустующие территории разорившихся промышленных объектов вплоть до открытия «Китай-города» лишь территориально входили в черту Иркутска, но крайне слабо были включены в его экономическую и социальную жизнь. До 2014 г. здесь была остановка лишь одного маршрута общественного транспорта (муниципального автобуса), ходившего с периодичностью один раз в час и реже. С другой стороны, территория «Китай-города» начинает явно исключаться из городского пространства: огороженная высоким решетчатым забором, территория рынка контролируется собственной службой охраны, ограничивающей въезд транспорта. Вблизи рынка практически не осталось свободных территорий, которые могли бы быть использованы для стоянки и парковки: приехать в этот кусочек города оказывается возможным только с одной целью – посетить рынок.

«Китайские» рынки «второго порядка» можно обнаружить практически во всех районах города. Бóльшая их часть имеет привязку либо к устоявшимся торговым локальностям (уличные продуктовые рынки (рынок на Волжской), крупные торговые центры (торговый комплекс «Фортуна»)), либо к микрорайонам города (рынки «Маньчжурия» во Втором Иркутске, «Удобный» в Ново-Ленино и ряд других).

---

[1] Алексей Козьмин: «Хочется поднять капитализацию центра Иркутска» [Электронный ресурс] // Irk.ru. URL: http://www.irk.ru/news/articles/ 20141124/center/.

Практически все они в качестве самостоятельных юридических лиц не зарегистрированы: городские справочники на их месте показывают «административные» или «производственные» здания либо вовсе не обнаруживают таких объектов. Однако, не существуя юридически, рынки, а точнее образуемые ими локальности, стали пространствами повседневности, соединяя в себе и практики индивидов и групп, и институциональные практики[1]. Через них новый тип социальных отношений вылился в формирование нового типа пространства[2], не типичного и даже чуждого для советского города.

Неустойчивость, транзитность системы социальных отношений девяностых, заметная трансформация структуры городского социума с середины нулевых привели и к заметным изменениям городских локальностей, сложившихся вокруг «китайских» рынков «второго порядка». Само возникновение «китаек» отражало запрос на изменение локальности, ее зримого и осязаемого преобразования пространства. Пустыри, мало используемые площадки и даже места официальных торжеств и ритуалов превращались в полезное (используемое, useful) пространство, включенное в механизм выживания. Уход ситуации девяностых потребовал новых изменений локальных пространств, нередко приводящих и к исчезновению «китайских» рынков.

Небольшой «китайский» рынок без названия у проходной авиазавода[3], существовавший с середины 1990-х до второй половины 2000-х, к началу 2010-х незаметно растворился в небольших стационарных магазинах, обрамляющих площадь перед проходной. Без специальных масштабных мероприятий с привычных маршрутов работников завода исчезли уличные прилавки и торговцы-мигранты. Предлагаемые ими «товары повседневного спроса» стало проще и удобнее, а затем и привычнее, приобретать в магазинах. Важной оказалась и складывающаяся система маркирования социального статуса через пользование «китайским» рынком: его покупатель (если речь идет именно о повседневном спросе) стал контекстуально определяться как представитель

---

[1] Lefebvre H. Everyday Life in the Modern World. New Brunswick : Transaction Publishers, 1990. (Цит. по: Трубина Е. Видимое и невидимое в повседневности городов // Визуальная антропология: городские карты памяти. М. : Вариант, ЦСПГИ, 2009. С. 31.)

[2] Как показывает Е. Г. Трубина, взаимосвязь пространства и социальных отношений убедительно обоснована А. Лефевром на примере советского конструктивизма: Трубина Е. Видимое и невидимое … С. 31.

[3] ОАО «Иркутский авиационный завод» – крупнейшее промышленное предприятие Иркутска, основная производственная площадка ОАК «Иркут».

низкодоходного слоя: «*Купить именно на китайском рынке и быть замеченным в китайском рынке – это вроде как позор*». Для работников завода, к середине 2000-х получавших зарплату выше среднегородской, рынок стал выпадать из спектра приемлемых, одобряемых практик. «Китайка», в девяностые уравнивавшая всех перед лицом глобальных перемен, в нулевые уже не вписывалась в быструю дифференциацию социальных отношений.

В позиции руководства завода, да и многих работников авиазавода вообще, ощутимую роль сыграла растущая ностальгия по советскому образу завода. Площадь у центральной проходной, как символически чрезвычайно нагруженная локальность, в этом контексте не могла сочетаться с образом «лихих девяностых», атрибутом которого выступает и китайский рынок. Но с исчезновением «китайки» аутентичная организация пространства не была восстановлена: площадь у проходной оказалась обрамлена небольшими магазинами, занявшими место «фабрики-кухни» и масштабных стендов с портретами «лучших людей завода».

Трансформация городских пространств, где возникали иные локальные «китайские» рынки, протекала менее драматично, но едва ли не в большей степени касалась повседневности горожан. Возникший в микрорайоне Первомайский, вероятно, во второй половине девяностых «Китайский рынок» стал очевидным ответом на запрос жителей на торговую инфраструктуру. Он выполнял роль основного «торгового центра» до появления по соседству в конце нулевых годов современного торгового центра, конкуренция с которым оказалась невозможной. Это можно интерпретировать и вне «конкурентных» коннотаций: замена «китайки» торговым центром может быть прочтена как трансформация городского пространства вслед за изменением социальных отношений. Уход в прошлое рынков оказывается прямым следствием ухода системы социальных отношений девяностых.

Но является ли появление и исчезновение «рыночных» локальностей лишь пассивным следствием изменения социальных отношений? Можно ли считать сложившуюся в городе систему «китайских» рынков сиюминутным ответом на динамику социальных интеракций «здесь и сейчас», типичную, но тем не менее локальную? Или скорее целесообразно говорить о формировании в постсоветском городе своего рода «базарной экономики»[1], в ин-

[1] Geertz C. The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing // The American Economic Review. 1978. Vol. 68, N 2. P. 28–32.

терпретации Г. Хювелмайер[1] – «постсоциалистического базара», в котором рынки занимают место центрального узла коммуникативной сети? Значительная часть горожан (а для начала – середины 90-х едва ли не бóльшая их часть) оказались включены во взаимодействия вокруг них. Даже жители города, не участвующие в экономической жизни «китайских» рынков, в той или иной форме (в том числе через избегание) вовлекаются во взаимодействие с ними. И одним из важнейших проявлений этого становится изменение системы городских мобильностей, являющейся проявлением системы множества мобильностей[2], а не только пространственного движения людей и вещей.

«Китайские» рынки и городские мобильности

Первоначальное размещение «китайских» рынков в городском пространстве было привязано не только к традиционным локальностям, но и к привычным городским мобильностям. Размещение «китайского» рынка первого порядка было вызвано не только традицией торговой площади в центре города. Еще важнее то, что здесь сходились многие маршруты общественного транспорта почти из всех районов Иркутска, в том числе самого дешевого – трамвая. Доступность для всех слоев населения, и прежде всего наименее обеспеченных, стала важнейшим фактором интенсивного развития «Шанхайки». Новый объект вписался в привычные городские мобильности, первоначально не нарушая привычных городских потоков, а лишь наполняя их новым содержанием.

Однако вскоре новая локальность начинает формировать принципиально новые варианты городских мобильностей и деформировать существовавшие. Понимая под мобильностями вслед за М. Шеллер и Дж. Урри не только физическое (пространственное) движение, но подвижность образов и коммуникаций[3], ограничимся все же только движением «людей и вещей», т. е. тех потоков, которые отчетливо визуализируются. Именно с ними город и горожане наиболее явно сталкиваются в повседневной жизни, вольно или невольно включены в них, поставлены перед

---

[1] Hüwelmeier G. Postsocialist Bazaars: Diversity, Solidarity, and Conflict in the Marketplace // Laboratorium. 2013. Vol. 5, N 1. P .42–66.
[2] Урри Дж. Мобильности. М. : Праксис, 2012. С. 83.
[3] Sheller M., Urry J. The new mobilities paradigm // Environment and Planning A. 2006. Vol. 38. P. 207–226.

необходимостью вырабатывать и усваивать новые практики либо изменять привычные, устоявшиеся.

С появлением и быстрым ростом «Шанхая» в центре Иркутска стал складываться устойчивый поток доставки товаров с железнодорожной станции, расположенной в правобережной части города. Частные торговцы («челноки»), доставлявшие мелкие партии товаров из Китая, прибывали в Иркутск на пассажирских поездах. Далее товар загружался на микроавтобусы и доставлялся на «Шанахай».

«Там, где сейчас остановка «двадцатки» [автобуса 20-го маршрута] стояли микрики, даже еще рафики вначале. Вот оттуда уходили загруженные, даже навьюченные истаны до «Шанхайки». Причем они подъезжали не к воротам «Шанхайки», а с обратной стороны».

Железнодорожный вокзал и рынок связывает беспересадочный трамвайный маршрут. Однако потребовался специализированный транспорт, фактически создавший новую мобильность, наполнив маршрут от вокзала до рынка новым содержанием и смыслами.

Позднее, во второй половине 90-х, когда товар из Китая стал доставляться в Иркутск более крупными партиями на крупнотоннажных грузовиках («фурах»), сложилась еще одна транспортная схема. Прибывший в «фурах» на юго-восточную окраину города (пос. Марково) товар перегружался на малотоннажный транспорт, и уже им доставлялся в центр города на «Шанхай». Удаленный район («Синюшина гора»), отделенный от центра умирающим промышленным массивом, оказался связан с центральной частью города устойчивым потоком транспорта. Малозаметный для горожан поначалу, этот поток стал проблемой при дальнейшем развитии юго-восточной окраины, особенно с началом бурной джентрификации промышленной зоны и ростом пригородов.

Вместе с «входящим» грузовым потоком сформировалась и сеть «исходящих» внутригородских и региональных маршрутов, по которым мелкооптовые партии товаров вывозились с рынка. «Шанхайка» быстро стала не только местом обеспечения горожан, но и центром снабжения мелких рынков, коммерческих магазинов, ларьков в городе и области. Привычным элементом повседневности рынка стали микроавтобусы, не только загруженные в салонах, но и «навьюченные» на крышу, направляющиеся «в районы». Иными словами, главный «китайский» рынок быстро стал важнейшей точкой организации городской и региональной мелкооптовой торговли. Формирующиеся на его основе транс-

портные потоки связали не только торговые точки, но и центр города с окраинами.

Появление «Шанхая» означало не только возникновение новой городской локальности, экзотической, примечательной, но не слишком значимой детали городской повседневности. Став важнейшим инструментом выживания для значительной части жителей города, рынок притягивал потоки индивидуальных покупателей. В зависимости от занятости, уровня доходов и графика их получения, формировалась система регулярных (повседневных, еженедельных, ежемесячных, сезонных) визитов. Формировались устойчивые связи самых отдаленных микрорайонов города с центром. Складывающиеся мобильности становились «стежками», по-новому сшивавшими «одеяло» города, связывающими ранее не коммуницировавшие сообщества и локальности.

С повышением доходов горожан и ростом уровня автомобилизации (за 1989–2001 гг. число автомобилей на 1 тыс. жителей выросло с 50 до 140[1]), «Шанхай» становится важнейшим фактором внутригородского движения личного автотранспорта, который может рассматриваться как «целостный и в своем роде отдельный «класс» мобильностей»[2]. Формируется новая для города «схема» движения личных автомобилей, связанная с регулярными визитами на рынок. Как и маршруты общественного транспорта, маршруты личных авто замыкались в центре города на локальность главного «китайского» рынка, связывая центр Иркутска с его различными частями. Однако если общественный транспорт обеспечил поток по главным артериям городского организма, то личный – и «капиллярный кровоток».

Однако это изменило иные привычные горожанам маршруты. Высокая интенсивность движения по узким улицам, прилегающим к территории рынка, в сочетании с некоторой нервозностью и агрессивностью движения стали причинами того, что привычные, более короткие маршруты заменялись объездными, более длинными, но спокойными путями: *«Там длиннее, не значит быстрее. Если мне прям на рынок не надо, я лучше объеду. Там же все торопятся, «подрезают»… Поедешь по короткому пути, а тебя стукнут и встрянешь на полдня».*

---

[1] Михайлов А. Ю., Головных И. М. Современные тенденции проектирования и реконструкции улично-дорожных сетей городов. Новосибирск : Наука, 2004. С. 14.

[2] Фень Е. Город в движении: к вопросу о повседневной мобильности // Антропол. форум. 2011. № 15. С. 147.

С учетом одностороннего движения такие объездные маршруты существенно изменяют и дистанцию, и ритм привычных мобильностей. Привычные торговые точки по прежнему маршруту меняются в пользу заведений вдоль нового пути. Повышение интенсивности движения по новым маршрутам, увеличение трафика по ранее «тихим» улицам повышали их привлекательность («проходимость») для мелкого бизнеса. Развивавшаяся здесь предпринимательская активность, в свою очередь, работала на закрепление формирующихся потоков транспорта и горожан.

Изменились и пешеходные маршруты в центре города. Близость рынка к большому числу учреждений обеспечила практику нерегулярных, но довольно частых визитов. Возможность в обеденный перерыв дойти до «китайки» и сделать необходимые покупки высвобождала время в выходные: «*Мне очень было удобно с «Шанхайкой». Я в обед добежала, купила, мне никуда потом не нужно. А там все есть, не надо ни бегать, ни искать по городу*».

Здесь хорошо видна не только мотивация к появлению нового варианта мобильности. Отчетливо заметно, как рынок изменяет и привычные практики мобильности: фраза «не нужно бегать, искать» отражает отказ от поиска того или иного «дефицита» как специфической практики взаимодействия с городом. «Китайский» рынок замещает собой привычные узлы повседневности, создавая принципиально новый фрейм в латуровском понимании[1] взаимодействий в городе и с городом.

Иными словами, «китайский» рынок стал механизмом выстраивания качественно новой системы внутригородских связей. Изменение системы городских мобильностей в связи с его деятельностью привело к росту связанности городского пространства. Пользование рынком обеспечило выработку горожанами практик взаимодействия с теми частями города, которые ранее оставались вне повседневности. Выработанные при этом практики оказались чрезвычайно устойчивыми, что ярко проявилось при ликвидации «Шанхая» и переносе «главного» китайского рынка из центра на северо-западную окраину города.

Создание «Китай-города», занявшего место «Шанхайки», привело к переносу средоточия «базарного» сегмента городской экономики в локальности, практически полностью лишенной общественного транспорта. Уже в процессе «переезда» рынка появляются бесплатные (!) маршруты микроавтобусов, доставляю-

---

[1] Latour B. On interobjectivity // Mind, culture, and activity: an international journal. 1996. Vol. 3, N 4. P. 228–245.

щих потенциальных покупателей до нового рынка от ликвидированного «Шанхая», символизируя миграцию не только локальности, но и системы связанных с нею практик. Практически сразу появляются такие же маршруты, связавшие новый «китайский» рынок с самыми разными частями города. Спустя год после создания рынка появился и регулярный маршрут городского транспорта (автобус № 81), конечной точкой которого прямо обозначен «Рынок «Китай-город». В результате отдаленная городская окраина, не посещавшаяся многими горожанами в течение долгих лет, оказалась тесно вплетена в повседневность жителей самых разных городских районов. Эта связь отчетливо визуализирована в рекламе нового рынка, которую можно встретить в различных частях города, в названиях маршрутов, указанных на бесплатных автобусах, и очередях горожан, желающих таковыми воспользоваться. С другой стороны, именно здесь отчетливо видно, как «китайский» рынок формирует городские мобильности, легко перенося транспортные потоки, а вслед за этим и придавая новое содержание жизни городской локальности.

Аналогичные, хотя и менее масштабные изменения происходят в городских мобильностях в связи с появлением «китайских» рынков «второго порядка». В тех или иных частях города они формируют новый характер мобильностей (заехать по пути с работы, заехать по пути на пикник), становятся точкой притяжения для потоков жителей того или иного микрорайона[1]. Отнимая часть покупателей у главного «китайского» рынка, они не становятся «исключительным поставщиком» для жителей обслуживаемого микрорайона. Давая возможность выбора (что-то приобретается на локальной «китайке», за другим товаром едут на «главную»), такие рынки не разграничивают, а скорее способствуют связыванию городских периферий с центром. Эта связь реализуется не только через потоки покупателей, но и через движение товаров, информации между торговцами, торговцами и покупателями. Это вновь отсылает к идее системы постсоциалистических базаров как коммуникационной сети, где «поиск информации… является центральным жизненным опытом»[2].

Через мобильности начинает интерпретироваться и символика локальности рынка. Название остановки общественного транспорта «Сельхозтехника» около рынка «Маньчжурия» объясняется не через центр снабжения сельскохозяйственной техни-

[1] См. например статью Григоричева К., Пинигиной Ю. «Два мира на Мира, 2» в этой книге.
[2] Geertz G. Op. cit. P. 30.

кой, существовавший здесь до конца 1990-х годов, а через представление об ассортименте рынка. «*Добираются туда как… там остановка «сельхозка», наверное, вот дачными товарами, для огорода, сельхозназначения торгуют на «Маньчжурии», вот и называется так. Вот на нее и приезжают…*»

Иными словами, мобильности, связанные с «китайскими» рынками, вторгаются не только в физическое, но и символическое пространство города, активно преобразуют его содержание и смыслы.

Как и локальности, формирующиеся вокруг рынков, связанные с ними мобильности не остаются неизменными. Едва возникнув, большие и малые «Шанхайки» начинают не только использовать традиционные городские мобильности, но и формировать новые. Став важным, если не важнейшим центром жизнеобеспечения городских семей в девяностые, китайские рынки сформировали систему регулярных (еженедельных, для части жителей и повседневных) поездок/пешеходных визитов. Наиболее интенсивные потоки при этом складывались вокруг «Шанхайки», тесно соседствовавшей с «Центральным» (продуктовым) рынком. Поездки за продуктами связывались с визитами на «китайский» рынок, торговавший, преимущественно, товарами бытовыми, промышленными. Снижение зависимости горожан от рынков привело к изменению регулярности поездок на «Шанхай» до сезонных (например, для покупки сезонной одежды) и внеплановых визитов. Однако и логистика, и смыслы таких визитов не изменились. Рынки и связанные с ними локальности, маршруты движения в транспорте или пешком и их ключевые точки (в том числе остановки и «пробки») остаются важнейшими городскими узлами, где «происходят встречи лицом к лицу»[1], формирующие и поддерживающие систему социальных связей.

Более того, рынок, несмотря на его эфемерный юридический статус как целостного пространства, все более явно становился доминантой организации движения. Разрастание главной «китайки» города обусловливало сохранение роли «Шанхая» как главной «оси», вокруг которой де-факто выстраивались транспортная схема и индивидуальные мобильности в центральной части города. Городская локальность, которую можно обозначить как «Большой Шанхай», остается такой доминантой и после официальной ликвидации рынка.

---

[1] Урри Дж. Указ. соч. С. 120.

Выводы

«Китайский» рынок, понимаемый не как единичный объект, но как система городских локальностей, внес в жизнь города принципиально новую основу для развития городского пространства. Формируя новую систему торговых локальностей, «китайские» рынки в девяностые не только обеспечили горожанам доступ к дешевым товарам, но и сформировали систему торговли «шаговой доступности». «Китайка» стала не единичным объектом, но разветвленной сетью разномасштабных торговых центров, гибко реагирующих и на запросы горожан, и на изменение экономической ситуации. Иными словами, «китайские» рынки стали еще одной городской инфраструктурой.

Как всякая инфраструктура, система «китайских» рынков не только вписывается в пространство города, но и активно преобразует его. Субъектность рынка как актанта городской жизни проявляется и в формировании новых локальностей, меняющих границы и структуру городских районов, и в трансформации системы городских мобильностей. Замыкая на себя через пассажирские и товарные потоки связи не только с близлежащими, но и отдаленными районами города, «Шанхайки», «Маньчжурии» и другие «китайки» становятся точками сборки города, одной из его несущих конструкций. Даже уходя в прошлое, трансформируясь в небольшие торговые центры на окраинах и крупные торговые комплексы, моллы в центре города, они остаются важной основой связанности пространства города. «Китайка» становится своего рода метаконтекстом (фреймом фреймов)[1], определяющим одну из нерефлексируемых систем поведения городского сообщества. Она задает один из важнейших контекстов понимания позиций «Другого» в системе взаимодействий людей, пространств, потоков в пределах города.

«Китайский» рынок становится точкой сборки не только городского пространства, но и интерфейсом его включения в иные системы отношений. Практика мелкооптовой торговли и снабжения небольших рынков и торговых точек за пределами города превращает «китайку» в механизм сопряжения города с пространством региона. Эта связь реализуется двояко: через поток покупателей, приезжающих в город, и поток товаров, вывозимых за его пределы. Одновременно являясь одним из наиболее круп-

[1] Вахштайн В. «Практика» vs «фрейм»: альтернативные проекты исследования повседневного мира // Социол. обозрение. 2008. Т. 7, № 1. С. 80.

ных реципиентов прямого импорта из КНР или транзитного через Казахстан и Кыргызстан, «китайский» рынок становится инструментом включения городского пространства в трансграничные взаимодействия, выступая точкой материального опосредования множества систем отношений[1], лежащих далеко за пределами конкретной локальности. Собирая два ключевых потока китайского импорта (из северо-восточного – через Забайкальск и Монголию и западного – через Кыргызстан[2]), «китайские» рынки Иркутска включают город в масштабную систему товарных, человеческих, финансовых потоков северо-восточной Азии. Иными словами, «китайские» рынки, при всей их архаичности как формы торговли, оказались для города мощнейшим инструментом модернизации и глобализации, включения в систему трансграничных взаимодействий[3].

Значение «китайских» рынков как точки сборки представляется еще более существенным. Если классический базар является средством коммуникации участников «базарной экономики»[4], то «китайский рынок» стал средством коммуникации не только горожан друг с другом и торговцами-мигрантами, а через них – и с существенной частью мира, но с собственно городом. Через «китайский» рынок (включая связанные с ним проблемы в тех или иных городских локальностях) артикулируются требования городских сообществ к организации городского пространства. Запрос на формирование целостной рекреационной зоны в центре Иркутска как единого пространства, расположенного поперек основных проектировочных осей города[5], вряд ли был бы возможен без возникновения здесь огромной территории «Шанхайки». Включив в себя несколько изначально разрозненных локальностей, она позволила горожанам «увидеть» и в ходе острых дискуссий и конфликтов «сформулировать» запрос на форму и качество центральной части города. Трансформация локальных «китайских» рынков «второго порядка» в благоустроенные магазины шаговой доступности с более или менее обустроенными подъезд-

---

[1] Вахштайн В. Возвращение материального. «Пространства», «сети», «потоки» в акторно-сетевой теории // Социол. обозрение. 2005. Т. 4, № 1. С. 105.

[2] Пешков И. О. Базар и вещи. Репрезентации товарно-вещевых рынков в перспективе материалистического поворота // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 187.

[3] Аналогичные выводы делаются и на примере постсоциалистических рынков Восточной Европы: Hüwelmeier G. Op. cit.; Humphry C., Skvirskaja V. Op. cit.

[4] Geertz C. Op. cit. P. 29.

[5] Алексей Козьмин: «Хочется поднять капитализацию центра Иркутска». URL: http://www.irk.ru/news/articles/ 20141124/center/

ными путями и стоянками, соотнесенными маршрутами общественного транспорта, фактически означала формулировку запроса жителей городских районов на подобные пространства, отсутствовавшие ранее.

«Китайские» рынки за два десятилетия стали не просто неотъемлемой частью сибирского города, повседневности его горожан, важнейшей частью городской экономики. Из производной постсоветских трансформаций, своего рода побочного продукта социальных и экономических катаклизмов, они стали полноценными акторами городской жизни. Из пассивного пространственного объекта, являющегося продуктом взаимодействий сложной системы субъектов, они превратились в активного участника таких взаимоотношений, чья субъектность проявляется в изменяющихся мобильностях, стремительных трансформациях множества городских локальностей, их архитектурного и в целом визуального ландшафта. Даже преодоление наиболее отторгаемых городом следствий возникновения и деятельности таких рынков, джентрификация занятых рынками локальностей во многом будет следствием или результатом феномена «китайских» рынков. Уходящая натура этнических рынков задала и, видимо, еще достаточно долго будет определять важный контекст пространственного развития города.

Открытые товарно-вещевые рынки могут быть осмыслены как один из механизмов модернизации города, его адаптации к качественно новым социальным, экономическим, политическим условиям. Не случайно их роль в жизни российских городов резко возрастает в период глубоких кризисов, когда они становятся средоточием всей жизни города и горожан. Выступив инструментами выживания для значительной части горожан, рынки после преодоления кризиса уходят в прошлое, трансформируясь в те или иные формы регулярной торговли, общественных пространств, узлов городских мобильностей. В этой перспективе «уход» рынков не только закономерен, но и, похоже, желателен для города и горожан. Однако «ушедшая натура» остается в ткани городского пространства, его повседневности если не артефактами, то нерефлексируемыми смыслами и доминантами его развития.