«Китайские» рынки Иркутска: в поисках невидимой сети

Диана БРЯЗГИНА

«Этнические» рынки являются неотъемлемой частью не только экономической жизни Иркутска, но и его городского пространства. Многие настолько вросли в структуру города, что представить его без них становится крайне сложно. Занимая огромные площади, самые крупные образуют целый «кластер» в «сердце» города, формируя тем самым центр не только городской торговли, но и важный узел транспортных развязок, взаимодействий людей и т. д. Даже утрачивая первоначальный облик и превращаясь в «моллы» и «торговые центры», такие объекты остаются в сознании горожан именно рынками, определяя отношение жителей города к тем или иным городским локальностям.

Представляется важным, что «этнические» рынки достаточно широко представлены в городском пространстве. Даже поверхностное наблюдение показывает, что помимо «главного», наиболее известного рынка «Шанхай»[1] в Иркутске действует множество более мелких рынков, маркированных как этнические. На первый взгляд, они хаотично разбросаны по всей территории Иркутска и воспринимаются людьми как неотъемлемая часть того или иного района[2]. Но, может, это расположение вовсе не случайность? Возможно, на первый взгляд ничем не связанные между собой, они являются элементами какой-то невидимой невооруженному глазу системы?

Поиск ответа на этот вопрос требует определения подходов к пониманию рынков вообще и «этнических» в особенности. В. В. Радаев, отмечая множество подходов к пониманию рынка и подчеркивая необходимость их соотнесения в ходе исследования, выделяет историческую концепцию[3]. Именно в ее рамках формируется родовое понятие городского рынка, наиболее операциональное для нужд нашего исследования. Это общее понятие нуж-

---

[1] Дятлов В. И. «Китайский» рынок «Шанхай» в Иркутске: роль в жизни городского сообщества // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 103–119.
[2] Григоричев К., Пинигина Ю. Н. В. Два мира на Мира, 2: «китайский» рынок в повседневности города // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 136–153.
[3] Радаев В. В. Что такое рынок: экономико-социологический подход. М. : ГУ ВШЭ. 2006. С. 11, 43–44.

дается в дополнении, так как нас интересуют не просто рынки, а их специфическая форма, заданная этнической маркированностью его участников. Работы И. О. Пешкова, Е. И. Нестеровой, В. И. Дятлова, Т. Н. Сорокиной помогут определить критерии «этничности» рынков, формы их соответствующего маркирования. Такое маркирование предполагает выделение общих признаков, специфики функционирования, характера взаимодействия его участников, а также его место и значение для города в целом.

Главной задачей этой работы является поиск «этнических» рынков в пространстве города Иркутска, а также попытка выявить некую взаимосвязь между ними. С этой целью студентами Иркутского государственного университета было проведено практическое исследование. В связи с этим хочу выразить благодарность Алине Поповой и Полине Туболушкиной за их большой вклад, терпение и помощь в проведении «полевых работ», которые мы выполняли в феврале–апреле 2015 г.

В ходе наблюдений удалось собрать достаточно большой массив первичного материала. Мы использовали разные источники информации, методы сбора данных, различного рода сравнения и сопоставления, о которых более подробно будет сказано ниже.

Обработка полученных данных завершается попыткой их осмысления, установления взаимосвязей между обнаруженными рынками и переводом мысленно сконструированной «сетевой модели», представленной в этой статье, в ее визуальную иллюстрацию, путем переноса выявленных рынков и намеченных связей между ними на карту города.

«Этнические» рынки Иркутска: определение объекта и программы исследования

Прежде чем выходить на поиски, необходимо было определить, что же такое «этнический» рынок? Вслед за В. В. Радаевым, мы понимаем рынок как «специально организованное место торговли»[1]. С добавлением «этнического» это понятие обрастает новыми категориями, связанными с этнической идентичностью торговых агентов, продаваемых товаров и т. п. Под «этническим» рынком мы понимаем специально организованное место торговли с доминированием (реальным или стереотипным) представи-

[1] Радаев В. В. Указ. соч. С. 12.

телей тех или иных этнических групп, где концентрируются «этнические» торговые предприятия, а также связанные с этой деятельностью городские локальности.

Это позволило выделить следующие признаки «этнических» рынков Иркутска:

1. *Наличие этнических или понимаемых как этнические акторов* в деятельности рынка, т. е. представителей различных этнических групп, участвующих в торговле (торговцы, владельцы торговых павильонов и т. д.).

2. *Торговля «этническими» товарами*. Происхождение товаров совпадает (реально или в представлениях потребителей) со странами выхода доминирующей на рынке этнической группы: кто торгует, тот и производит или, во всяком случае, привозит.

3. *Наличие элементов этнической инфраструктуры* – предприятий и заведений, которые каким-либо образом облегчают жизнь и работу занятых на рынке иностранных граждан.

4. *Визуальная репрезентация этничности* – элементы дизайна, вывески с узнаваемыми «этническими» названиями (официальными и неофициальными), объявления, баннеры.

Чрезвычайно сложен вопрос о применении этих критериев. Трудно назвать точную долю торговых агентов той или иной этнической группы, которая будет свидетельствовать о принадлежности рынка к числу «этнических», особенно учитывая неоднородность и динамичность состава работающих на рынке. Измерить «этничность» визуальных маркеров (например, вывесок) практически невозможно. Однако и игнорировать их нельзя. Поэтому соответствие торговых объектов города выделенным критериям «этнического» рынка проводилось в ходе наблюдений, «на глазок». Чтобы избежать серьезных погрешностей, к каждому объекту применялся весь набор критериев. Значение каждого из обозначенных признаков для различных объектов сильно разнится: например, крупнейший «китайский» рынок города «Шанхай» может не соответствовать большинству из заявленных критериев. Однако по совокупности признаков он все равно отнесен нами к «этническим» рынкам Иркутска.

Чтобы выявить «этнические» рынки в пространстве города, было проведено полевое исследование. Целью его было не только найти «этнические» рынки, но и определить, как они воспринимаются иркутянами; как они встроены в жизнь города, взаимосвязаны ли они друг с другом и каким образом.

Работа велась поэтапно. Первый этап – поиск рынков – в свою очередь состоял из двух фаз: дистанционной и полевой. Первая проводилась через опрос жителей Иркутска и работу с интерактивными картами. Необходимо было получить наиболее полную информацию об изучаемых объектах. Все-таки рынок не всегда оказывается постоянной, устойчивой структурой: зачастую рынки (особенно формирующиеся, недавно возникшие) не рассматриваются как официальные торговые площади, как, например, торговые центры и моллы, и не учитываются картографическими системами. В этом случае лучший результат дает опрос горожан, для которых зачастую рынок оказывается не только местом выгодных покупок, но и точкой пересечения со знакомыми, родственниками, местом обмена новостями. Кроме того, опрос позволил увидеть, как жители города видят «этнические» рынки, зачем они им нужны, осознается ли их значимость для города и др. Были проанализированы данные геоинформационных систем, где предоставлена информация об официально зарегистрированных рынках, прочно вошедших в городское пространство. Оба полученных массива информации были сопоставлены между собой, и результаты этой работы стали основой для второй фазы исследования.

Полевая фаза работы заключалась в поиске и фиксации «этнических» рынков непосредственно в городском пространстве. На основе комплекса выделенных выше критериев мы пытались подтвердить или отвергнуть «этническую принадлежность» найденных рынков. По результатам полевой фазы список рынков, составленный по результатам первой фазы, был скорректирован. Получившийся перечень «этнических» рынков» стал основой для определения своего рода сети «этнических» рынков Иркутска, невидимой, но пронизывающей город.

Фаза первая: дистанционное исследование

Перед тем как искать интересующие нас объекты, мы решили провести «разведку». В первую очередь мы провели небольшой опрос жителей Иркутска по составленной нами анкете. Респонденты отвечали на вопросы, направленные на получение общей информации о торговых точках: о местоположении, наименовании, этническом составе торгующих и т. д. Особое внимание уделялось названиям, которые респонденты давали рынкам, так как они являются одним из критериев определения «этнической принадлежности» торговых объектов.

Было опрошено 25 человек в возрасте 17–65 лет, проживающих в различных районах города. Результаты опроса показали, что в сознании жителей города Иркутска сложился стереотипный образ об «этнических» рынках. Отвечая на вопрос о том, о каких «этнических» рынках Иркутска им известно, респонденты, в первую очередь, называли крупнейшие рынки (такие как «Шанхай-сити», «Китай-город»), а лишь потом с трудом вспоминали о более мелких и локальных. Чуть менее половины респондентов называли все известные им рынки, аргументируя это тем, что «*представители различных национальностей и этничностей присутствуют, в той или иной степени, на всех торговых рынках*».

Результаты опроса позволили составить список рынков, которые в представлении населения являются «этническими». Он дал представление о сети «этнических» рынков в первом приближении и стал основой дальнейшего поиска. Второй составляющей работы на этом этапе стал анализ карт Иркутска трех крупнейших ресурсов: 2ГИС, «Яндекс.Карты» и «Карты Google». Результатов по поисковому запросу «этнический рынок» получено не было, что, вероятно, связано с отсутствием данного понятия как в бытовом языке, так и в языке описания города в геоинформационных системах. Поэтому запрос пришлось упростить и анализировать результаты поиска по запросу «рынок».

Были получены следующие результаты:

– 2ГИС – 36 результатов;

– «Яндекс.Карты» – 19 результатов;

– «Карты Google»– более 100 результатов, большая часть из которых, как выяснилось в ходе анализа, не имеет к объекту нашего поиска никакого отношения. Подходящие для исследования результаты полностью совпали с результатами поиска в двух предыдущих системах, в связи с этим данные «Карты Google» в дальнейшем не рассматривались.

Из полученных 55 результатов поиска с перечнем объектов, составленным в ходе опроса горожан, совпали 14. Связано это с тем, что, во-первых, около половины наименований, полученных в результате поиска, повторялись в обоих ресурсах, а во-вторых, с тем, что в результаты поисковых запросов включались любые виды рынков (продовольственные, автомобильные и т. д.). Более того, наличие лишних результатов обусловлено тем, что некоторые остановки общественного транспорта имеют в своем названии слово «рынок».

Самые крупные и популярные среди горожан рынки (такие как «Шанхайка», «Китай-город», «Маньчжурия» и др.) при поиске в интерактивных геоинформационных системах в результаты не попали. Они, а также некоторые другие «рынки», официально числятся как торговые центры.

По итогам данного этапа исследования было составлено два списка «потенциально этнических» рынков, которые на следующем этапе стали объектами непосредственного наблюдения (табл.).

Таблица

Списки рынков, составленные на основе предварительного исследования

Опрос	*Данные геоинформационных систем*
1. Шанхай-сити (ул. Байкальская, остановка «Центральный рынок»)	1. Рынок «Волжский» (ул. Волжская)
2. Китай-город (ул. Челябинская, 27)	2. Рынок «Покровский» (ул. Челябинская, 27)
3. Торговая площадь им. Чекотова (ул. Байкальская, 1)	3. Рынок «Малый» (ул. Аргунова, 2/12)
4. Рынок «Маньчжурия» (ул. Мира, 2)	4. Рынок «Свердловский» (ул. Терешковой, 24)
5. Китайский рынок на «Фортуне» (рядом с «Автоградом»)	5. Рынок «Казанский» (ул. Баррикад, 32 а)
6. Центральный продовольственный рынок (ул. Чехова)	6. Торговая площадь им. Чекотова (ул. Байкальская, 1)
7. Рынок «Перовский» (пересечение ул. Партизанская и Софьи Перовской)	7. Центральный рынок (ул. Чехова, 22)
8. Универмаг «1000 мелочей» (ул. Фурье, 16)	8. Мини-рынок (ул. Юбилейная, 42)
9. Рынок «Синюшка» (ул. Бульвар Рябикова)	9. Рынок «Павловский» (ул. Баррикад, 2/1)
10. Рынок «Первомайский» (м-н Первомайский, конечная остановка)	10. Китайский рынок (остановка «Фабрика “Узоры”»)
11. Рынок на остановке «Подстанция» (Ленинский округ)	11. Рынок «Знаменский» (ул. Баррикад, 26)
12. Рынок «Знаменский» (ул. Баррикад, 26)	12. Рынок «Матрешинский» (ул. Софьи Перовской, 2)
13. Рынок «Волжский» (ул. Волжская)	13. Рынок «Перовский» (пересечение ул. Партизанская и Софьи Перовской)
14. Рынок «Казанский» (ул. Баррикад, 32 а)	14. Рынок «Удобный» (остановка «Подстанция», Ленинский район)
15. ТЦ «Бишкек» (ул. Тимирязева, 18)	15. Рынок «Парус» (остановка «Узловая»)
16. Рынок «Парус» (остановка «Узловая»)	

Списки получились разными как по количеству рынков, так и по их перечню. Участники опроса не всегда знали о существовании некоторых объектов или могли не вспомнить о них. Они часто не учитывали официальных названий, применяя «народные», в результате чего один и тот же рынок может быть отмечен в обоих списках, но под разными названиями. Например, рынок

«Удобный» в списке геоинформационных систем в другом списке отмечен как «рынок на остановке «Подстанция». Несоответствие может быть связано и с неточностью интерактивных ресурсов, поскольку некоторые рынки не значатся на карте в силу своего неформального статуса.

Дополняя друг друга, списки позволили дополнить и расширить границы дальнейших наблюдений. На их основе мы составили общий перечень рынков, которые далее мы наблюдали «на местности». Для удобства список был разделен по административным округам города:

Ленинский округ

1. Рынок «Маньчжурия» (ул. Мира, 2).
2. Рынок «Парус» (остановка «Узловая»).
3. Рынок «Удобный» (остановка «Подстанция»).

Октябрьский округ

1. «Шанхай-Сити молл» (ул. Байкальская, остановка «Центральный рынок»).
2. Торговая площадь им. Чекотова (ул. Байкальская, 1).
3. Рынок «Волжский» (ул. Волжская).
4. ТЦ «Бишкек» (ул. Тимирязева, 18).

Правобережный округ

1. Рынок «Павловский» (ул. Баррикад, 2/1).
2. Рынок «Казанский» (ул. Баррикад, 32а).
3. Рынок «Матрешинский» (ул. Софьи Перовской, 2).
4. Рынок «Знаменский» (ул. Баррикад, 26).
5. Рынок «Перовский» (пересечение ул. Партизанская и ул. Софьи Перовской).
6. «Китай-город» (ул. Челябинская, 27).
7. Китайский рынок на «Фортуне» (рядом с «Автоградом»).
8. Рынок «Покровский» (ул. Челябинская, 27).
9. Универмаг «1000 мелочей» (ул. Фурье, 16).
10. Центральный продовольственный рынок (ул. Чехова).
11. Китайский рынок (остановка «Фабрика “Узоры”»).

Свердловский округ

1. Рынок «Синюшка» (ул. Бульвар Рябикова).
2. Рынок «Первомайский» (м-н Первомайский, конечная остановка).
3. Малый рынок (ул. Аргунова, 2/12).
4. Свердловский рынок (ул. Терешковой, 24).
5. Мини-рынок (ул. Юбилейная, 42).

Мы сознательно здесь не употребляли определение «этнический» рынок при составлении списка. Одной из основных задач, которую предполагалось решить в ходе следующей фазы исследования, было определение возможности обозначения этих объектов как «этнических». Иными словами, нам необходимо было «отфильтровать» те объекты, которые не соответствуют выбранным нами критериям, и выделить собственно «этнические» рынки Иркутска.

Фаза вторая: «полевое» исследование

В течение полутора месяцев мы посещали рынки для того, чтобы подтвердить или опровергнуть их «этнический» статус. В ходе наблюдений наше внимание в первую очередь было обращено на:

1) этнический состав работников данных предприятий;

2) этнический состав посетителей и покупателей рынка;

3) качественный и количественный состав продаваемых товаров (что именно продается, в каких количествах, каких товаров больше и т. д.);

4) производителя товаров (импортные, отечественные; страна-производитель и т. д.);

5) половозрастной состав и экономический статус покупателей (оценка внешних признаков);

6) территорию и местоположение объектов (географическое положение; крытый, уличный рынок, наличие или отсутствие специально оборудованных витрин, прилавков и т. д.);

7) рыночную инфраструктуру (автостоянки, места общественного питания, гостиницы, почтовые отделения и т. д.);

8) репрезентацию (объявления, баннеры и т. д.).

Собрав необходимую информацию, мы сопоставили получившуюся картину с теми признаками, которыми, по нашему мнению, должны обладать «этнические» рынки. Сделать это оказалось довольно сложно, так как рынки очень разнородны, и многие признаки «этничности» не всегда ярко выражены. Тем не менее по итогам наблюдений нам удалось существенно скорректировать список. Часть рынков, в которых мы не обнаружили необходимых признаков «этничности», были удалены из списка. Проанализировав оставшиеся, нам удалось выявить ряд общих черт в их работе, структуре и т. д.

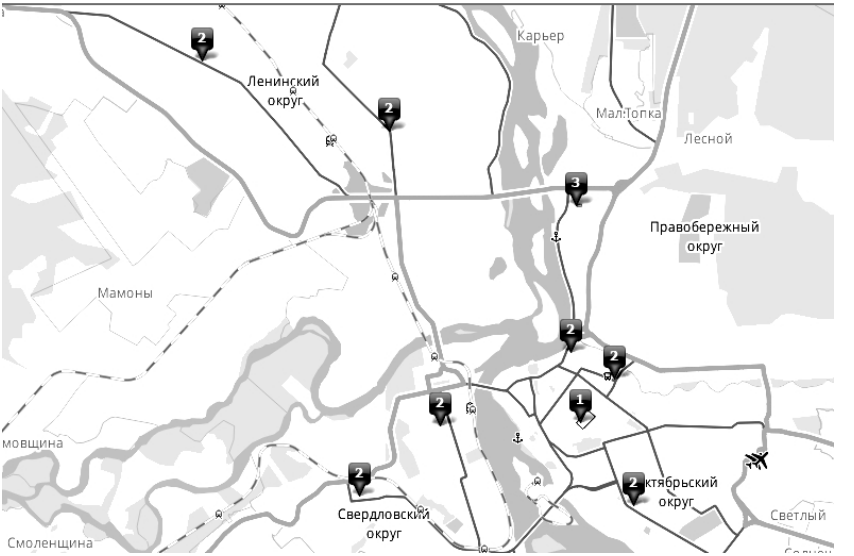

Рис. 1. «Китайские» рынки г. Иркутска:
1 – центральная группа; 2 – периферийные (локальные) рынки; 3 – «Китай-город»

Но прежде несколько замечаний о рынках, исключенных из итогового списка (9 из 32 объектов). Их можно разделить на две группы. Первая – это рынки, которые уже не работают или близки к этому. Это рынок «Парус», где каждую зиму торгуют несколько монголов; «Первомайский», от которого остались лишь воспоминания жителей микрорайона; рынок «Синюшка», не выдержавший конкуренции с соседним недавно построенным ТЦ, а также рынок «Матрешинский», некогда располагавшийся в центре города, однако в настоящее время полностью не функционирующий. Частично он перенесен на территорию «Маньчжурии» и «Китай-города».

Вторая группа отсеяна из-за отсутствия признаков «этнических рынков». Посещая их, мы везде встречали представителей различных национальностей, однако ни на одном из них не доминировала какая-либо этническая группа. Этническое разнообразие, однако, не обязательная черта всех этих рынков, скорее их объединяют специализированные профили деятельности (торговля тем или иным видом товаров). Это продовольственные мини-рынок в Юбилейном микрорайоне, Центральный рынок, рынок «Парус»; автомобильные рынки «Знаменский», «Казан-

ский», «Павловский»; строительный рынок «Покровский». Мы отсеяли и универмаг «1000 мелочей». В скупке-продаже мобильных устройств здесь заметно преобладают представители иноэтнических для города групп. Однако по формату это скорее магазин, чем рынок.

Оставшиеся в списке «этнические» рынки Иркутска можно разделить на две большие группы: центральные и периферийные. Основанием для выделения выступает не столько их пространственное расположение в городе, сколько их роль и значение для него и его жителей. Исходя из этого, а также масштабов рынков, вторую группу можно обозначить и как локальные рынки. Выделенные группы отличаются не только значимостью и ролью рынков, но характером их размещения, размерами, механизмами функционирования, покупательским составом.

Центральная группа

К центральной группе «этнических» рынков могут быть отнесены торговые центры «Шанхай-Сити молл», «Бишкек», торговая площадь имени П. Чекотова и рынок «Перовский». Все они расположены в центре города, рядом с Центральным рынком, и являются близкими «соседями». Они сформировали «кластер» рынков, в рамках которого они выступают как части целостной системы, тесно взаимодействуя между собой. Этот «кластер» формирует центр города, где пролегает множество транспортных, торговых и иных инфраструктурных путей и развязок, обуславливающих высокую интенсивность взаимодействий людей и «проходимость» этой части города. Они, очевидно, тесно связаны и имеют общую инфраструктуру. Для горожан это фактически единое пространство, главной функцией которого является «этническая» торговля.

1. *Торговый центр «Шанхай-Сити молл», ул. Байкальская, 8; ул. Софьи Перовской, 17 (2 корпуса).*

Это «преемник» существовавшего ранее на данной территории открытого рынка «Шанхай». «Шанхай-Сити молл» – это большой комплекс с пестрым этническим составом торгующих. Среди продавцов подавляющее большинство – китайцы, но немало и русских продавцов, которые, вероятнее всего, работают на китайских предпринимателей. Встречаются единичные выходцы с Кавказа и Закавказья, казахи, монголы и др. Среди товаров можно найти одежду и обувь любого назначения, для покупателя

любого пола и возраста, различные товары для дома: от мелких инструментов и утвари до крупных элементов интерьера и декора; различного рода аксессуары, косметику, парфюмерию и т. д. «Шанхай-Сити молл» является одним из крупнейших «этнических» рынков Иркутска. Он занимает значительное место в структуре торговой сферы города, который трудно представить без этого элемента.

2. *Торговый центр «Бишкек», ул. Тимирязева, 18.*

ТЦ «Бишкек» располагается рядом с «Шанхай-Сити моллом». Состав его работников также достаточно пестрый: в основном это выходы с Кавказа и Кыргызстана, реже встречаются китайцы, русские. Среди продавцов очень много женщин, одетых строго в мусульманских традициях. Среди товаров преобладает одежда, чаще женская. Специфичен ассортимент женской одежды: женских брюк практически не продают. Помимо одежды присутствуют различного рода товары для дома. Рынок занимает небольшую территорию и менее популярен, чем «Шанхай-Сити». Но он функционирует достаточно давно, его упоминает большинство респондентов. На наш взгляд, он имеет полное право считаться одной из «центральных» торговых площадей города.

3. *Торговая площадь имени Павла Чекотова, ул. Байкальская, 1.*

Располагается непосредственно на остановке «Центральный рынок». Находясь в самом центре конкурентной среды, рынок не уступает «Шанхайке» в степени разнородности этнических представителей, разнообразия товаров, количества покупателей и т. д. Рынок носит выраженный «этнический» характер, так как в составе работников рынка преобладают представители Кавказа, торговцы из Китая, Вьетнама и других азиатских стран. Русские торговцы присутствуют, но в значительно меньшем количестве. Определенной структуры у рынка нет. Большинство товаров составляет одежда и обувь, также встречаются павильоны с бижутерией, сумками и другими аксессуарами.

4. *Рынок «Перовский», на пересечении ул. Партизанская и Софьи Перовской.*

Находится в центре города. Среди продавцов подавляющее большинство – торговцы с Кавказа и из Закавказья, встречаются и китайцы. Русских торговцев не обнаружено. Среди товаров преимущественно представлены женская и детская одежда, мужская обувь, товары для дома и дачи, искусственные цветы, кожгалантерея и аксессуары. Большинство прилавков функционирует, однако треть рынка пустует. На территории этого рынка имеется

кафе национальной узбекской кухни, где помимо обычных столов и стульев установлены дастарханы. В целом рынок на первый взгляд выглядит как неприбыльный и разоряющийся. Однако он регулярно работает в летний сезон.

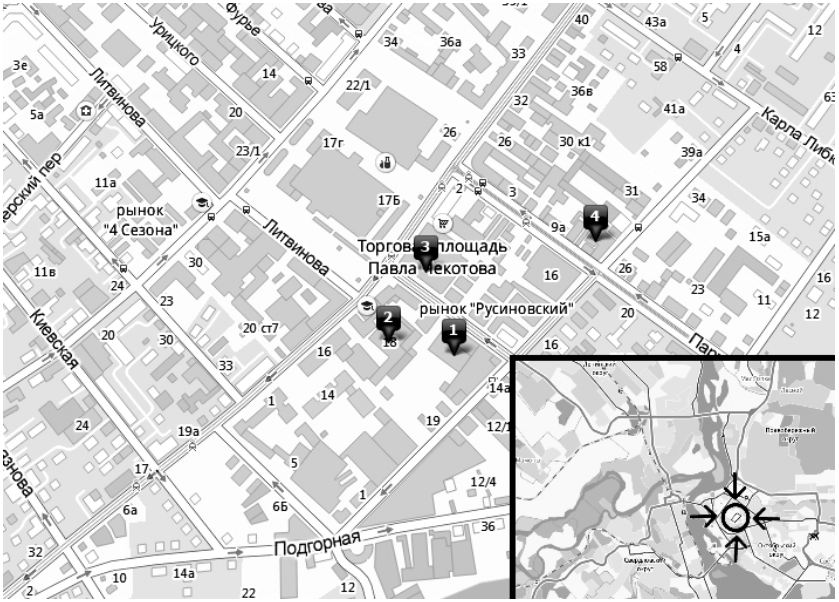

Рис. 2. Центральная группа «китайских» рынков г. Иркутска*

* 1 – Торговый центр «Шанхай-Сити молл», ул. Байкальская, 8; ул. Софьи Перовской, 17 (2 корпуса); 2 – Торговый центр «Бишкек», ул. Тимирязева, 18; 3 – Торговая площадь имени Павла Чекотова, ул. Байкальская, 1; 4 – Рынок «Перовский», на пересечении ул. Партизанская и Софьи Перовской

Периферийные (локальные) рынки

Группа периферийных (локальных) рынков заметно отличается от первой. Центральные рынки формируют единое целое и тесно связаны между собой. Периферийные же рынки разбросаны по разным частям города, обслуживая потребности жителей тех районов, вблизи или внутри которых они располагаются. О них обычно известно тем, кто проживает неподалеку и является их покупателями. Это отдельные объекты, не связанные друг с другом. Каждый их из них индивидуален, имеет свою «аудиторию», специфику, механизмы торговли и т. д. Зачастую они отли-

чаются постоянством состава продавцов и покупателей. Все они занимают сравнительно небольшие территории, имеют схожую структуру. Каждый обслуживает ту или иную часть города или группу покупателей. К этой группе мы относим рынок «Волжский», «Китайский» рынок на ул. Октябрьской Революции, рынок на ул. Рабочей, «Малый» рынок на ул. Аргунова, рынок «Свердловский» на ул. Терешковой, «Удобный» в Ленинском округе.

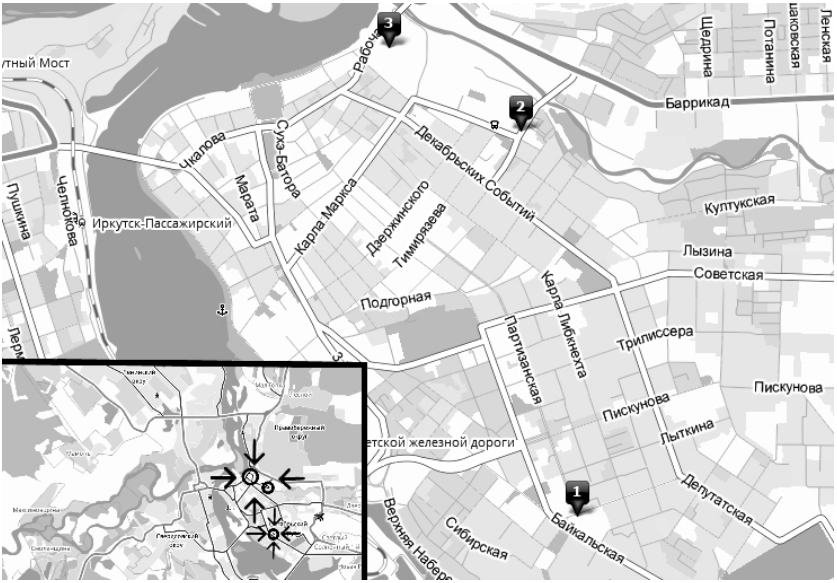

Рис. 3. «Китайские» рынки Октябрьского округа г. Иркутска (периферийная группа):

1 – Рынок «Волжский», остановка «Волжская» (на трамвайных путях); 2 – «Китайский» рынок, остановка «Фабрика “Узоры”» (на трамвайных путях по ул. Октябрьской Революции); 3 – «Китайский» рынок «Автоград», ул. Рабочая

1. Рынок «Волжский», остановка «Волжская» (на трамвайных путях).

Эффективно функционирует около 20 лет. Основную его территорию занимают продовольственные павильоны. Однако продаются и другие товары, что позволяет рассматривать его как «этнический» – «китайский». Вся непродовольственная торговля полностью находится в руках китайцев. Среди товаров преобладают мелкие бытовые товары, одежда, обувь, кожгалантерея и

аксессуары и т. д. Рынок существует много лет, его структура четко устоялась с годами, и китайские торговцы стали неотъемлемой его частью.

2. «Китайский» рынок, остановка «Фабрика “Узоры”» (на трамвайных путях по ул. Октябрьской Революции).

Рынок удалось обнаружить благодаря интерактивным ресурсам. Он расположен прямо у трамвайной остановки. Китайские ряды составляют основную его часть. Оправдывая название, здесь торгуют в основном китайцы, но встречаются и русские. Среди товаров большую часть занимают ковры, женская одежда и товары для дома и дачи. Можно условно разделить рынок на отдельные сегменты, объединенные по продаваемым товарам. Он имеет локальное значение и популярен среди жителей окрестных улиц. Никто из наших респондентов из других частей города о нем не упоминал.

3. «Китайский» рынок «Автоград», ул. Рабочая.

Это два торговых ряда напротив торгового комплекса «Фортуна». «Автоградом» его называют по имени одного из первых торговых заведений. «Китайский» рынок торгует самыми разнообразными товарами, так или иначе связанными с автомобилями и активным отдыхом. В первую очередь, это аксессуары и комплектующие для автомобилей, однако, если пройти далее по рядам, можно обнаружить товары для дома и садового участка, некоторые инструменты для ремонта, а также несколько прилавков с товарами для туризма и активного отдыха. В целом ассортимент соответствует профилю торгового центра и может быть определен как сопутствующая торговля. Торгуют в большинстве своем китайцы, присутствуют и русские. Среди торговцев мало женщин, что связано со спецификой товаров. Его особенность в том, что он действует на территории крупного торгового центра. Это обеспечивает ему популярность среди автолюбителей и устойчивое функционирование.

4. Малый рынок, ул. Аргунова, 2/12.

Расположен рядом с автобусной остановкой, через дорогу от одного из крупнейших торгово-развлекательных центров города. Среди работников мы встретили китайцев и узбеков. Рынок ничем особенно не примечателен, имеет «локальный характер» и не составляет серьезной конкуренции находящемуся рядом ТРЦ «JamMoll».

5. Рынок «Свердловский», ул. Терешковой, 24.

Его условно можно разделить на две части: вещевой и продовольственный. В вещевом отделе торговлю ведут преимущественно китайцы, небольшой ряд занимают монголы. Это позволяет определить этот рынок как «этнический». Ассортимент товаров обширен: женская, мужская и детская одежда любого назначения – домашняя, повседневная, походная, верхняя и т. д. Обувь продают преимущественно монголы. Это унты, зимние ботинки и т. д. На рынке можно приобрести все, что может пригодиться в домашнем хозяйстве: от мелкой утвари, до инструментов.

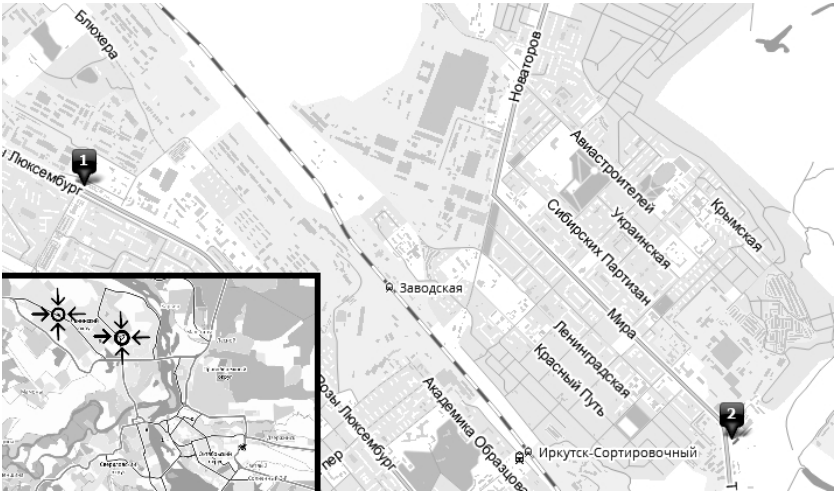

Рис. 4. «Китайские» рынки Ленинского округа (периферийная группа):
1 – Рынок «Удобный» в Ленинском округе; 2 – Межрегиональный оптово-розничный торговый центр «Маньчжурия», ул. Мира, 2

6. *Рынок «Удобный» в Ленинском округе.*

Торгуют преимущественно китайцы, присутствует незначительное количество русских. Ассортимент – мужская, женская, детская одежда, обувь, мелкие товары для дома и быта, детские игрушками.

7. Межрегиональный оптово-розничный торговый центр «Маньчжурия», ул. Мира, 2.

Работают в основном китайцы, очень мало русских. Представители других национальностей насчитываются единицами, даже в «бишкекских» рядах. Торговля ведется достаточно ожив-

ленно. Среди товаров наблюдается огромное разнообразие: от мелких аксессуаров до товаров для отдыха и туризма. Большое место отведено торговле одеждой. Много павильонов с обувью, верхней одеждой, автомобильными товарами и т. д. Все товары преимущественно китайского производства. Это крупный торговый центр (как указывают в интерактивных картах) «китайской» торговли, расположенный под открытым небом. Здесь хорошо заметен «этнический» характер рынка, а его популярность у населения и статус «межрегионального ТЦ» сближает его с центральной группой.

«Китай-город»

Особняком среди «этнических» рынков Иркутска стоит недавно возникший «*Китай-город*». Он представляет собой крупнейший торговый «этнический» комплекс, образовавшийся в результате частичного переноса «Шанхайки». Расположенный на периферии города, рынок занимает обширную территорию. Фактически здесь находится два крытых «китайских» рынка, к которым прилегают уличная торговая площадь и павильон «Бишкекские ряды». В помещениях продаются товары разного предназначения – одежда и обувь, косметика, парфюмерия, аксессуары, товары для дома, дачного участка и т. д. Таким образом, «Китай-город», действительно, как следует из его названия, напоминает целый город с отдельными кварталами и улицами.

Отнести его к той или иной выделенной нами группе достаточно сложно, так как по расположению и удаленности он является периферийным. Но он занимает огромную площадь, представляет собой целый торговый комплекс, что говорит о том, что его можно считать частью центральной группы. Особенно учитывая то, что он связан с центром с помощью специально созданного маршрута, позволяющего покупателям добраться до рынка прямо из центра и удаленных районов города. При ликвидации рынка «Шанхай» часть его торговцев перекочевала в «Молл», а некоторым пришлось переехать в «Китай-город», о чем свидетельствуют баннеры, украшающие пустующие павильоны на центральных рынках. То есть часть центрального «кластера» была вынесена за его пределы, сохранив свои функции. Возможно, это переходное состояние, и со временем станет ясно, чем станет для Иркутска «Китай-город» – сохранит ли он свою связь с центральной группой или станет частью «семьи» локальных рынков.

Пример «Китай-города» позволяет предложить более сложное описание комплекса этнических рынков Иркутска, чем следует из первоначального деления. С одной стороны, территориальное деление очевидно: центральная группа образовала собой плотное сосредоточение рынков, вокруг которого хаотично рассыпались локальные рынки. Центральная группа имеет общегородское значение, периферийная – локальное. С другой стороны, не все периферийные «этнические» рынки имеют значение только для прилегающего района. Некоторые из них могут быть значимыми для города в целом. Вместе они образуют сложную сеть, невидимую для горожан, но составляющую важную часть их жизни.

***

И в заключение. Поиск этнических рынков оказался ярким приключением. Приключением интеллектуальным, так как надо было понять, чего же мы ищем. Посещая рынки, мы сравнивали представления наших респондентов с собственными ощущениями и оценками, с заранее сформулированными критериями. Увлекательными были как исследование рынков изнутри, примерка на себя роли их потенциальных клиентов, так и сам процесс поиска этих рынков в городском пространстве. Мы ощутили на себе, как неудобно добираться до «Китай-города» в февральский мороз, не владея личным транспортом и не зная о существовании специального маршрута для покупателей из центра города. Или как странно было приехать в совершенно незнакомую часть города и обнаружить пустошь вместо ожидаемого рынка. Тревожно было ловить на себе подозрительные взгляды продавцов, когда мы проходили по торговым рядам с блокнотом и ручкой, стараясь зарисовать план территории. А некоторые, наоборот, интересовались, что мы делаем, и даже предлагали помощь!

Словом, исследование оказалось не просто познавательным, но и интересным и занимательным. Удалось узнать много нового не только о рынках, но и о городе в целом, выйти за рамки учебных предметов и погрузиться с головой в исследовательскую среду, получить незаменимый опыт в проведении практических исследований.