

УДК 316.334.56
DOI 10.17223/19988613/45/16

Д.Е. Брызгина

«КИТАЙСКИЕ» РЫНКИ В ПОСТСОВЕТСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ИРКУТСКА

Исследование выполнено в рамках базовой части государственного задания Минобрнауки России, проект «Дискурсивные механизмы конструирования границ в гетерогенном обществе востока России» и проекта «“Этнические рынки” в пространстве постсоветского сибирского города», поддержанного РФФИ (проект № 16-03-00100).

Статья посвящена изучению роли «китайских» рынков в процессах постсоветских городских трансформаций. На примере Иркутска ставится вопрос о том, каким образом рынки взаимодействуют с городом и какие последствия имеют такие взаимодействия. Анализ строится в рамках концепции естественного развития городской среды, подчеркивающей роль рынка в организации пространства города. На основе изучения «китайских» рынков Иркутска обосновывается тезис о том, что, несмотря на изменения формата и внутренней организации таких объектов, они по-прежнему остаются неотъемлемым элементом городской среды и одной из доминант ее развития.

Ключевые слова: «китайские» рынки; городское пространство; Иркутск.

Конец XX в. ознаменовался появлением в большинстве сибирских городов нового элемента повседневности, без которого представить современное городское пространство сейчас уже крайне трудно. Речь идет о «китайских» рынках, которые быстро стали ключевым элементом социальной и экономической жизни города. В тяжелых экономических условиях они превратились в один из основных источников снабжения населения, удовлетворения его потребностей [1. С. 109]. Это определяло их значимость для городского сообщества и пространства города.

Рынки превратились в неотъемлемую часть инфраструктуры, предмет обсуждения в медиа, а также повод для диалога власти и городского сообщества. Следствием укоренения «китайских» рынков в пространстве и жизни города является приобретение ими новой, организующей, функции. Они становятся важным фактором городского пространственного развития, влияние которого обнаруживается в повседневных практиках горожан, в их отношении к рынкам и в восприятии пространства города. При этом изначально маркированные как «китайские» рынки со временем утратили элементы, за которые они получили такой статус. С точки зрения их внутренней структуры и организации, они становятся скорее полиэтничными, что обеспечивает многообразие социальных взаимодействий на рынке, а его «этничность» оказывается символом специфичности городской локальности.

Еще одним следствием укоренения рынков в городской повседневности является их фактическое отсутствие в поле зрения исследователей, обусловленное известной в антропологии проблемой разграничения «поля» и «дома» [2. С. 12–14], отсутствием внимания к привычному [3. С. 39]. Отсюда – низкая степень изученности рынков, в том числе как фактора развития городского пространства. Ставшие частью городской повседневности, «китайские» рынки представляются

как обыденные, ничем не выделяющиеся объекты. В результате они остаются в поле вненаучных рефлексий, превращаются в «уходящую натуру» [4. С. 38–41], поскольку их динамичное развитие приводит к серьезным изменениям формата торговли, трансформации открытых рынков в торговые центры. Это приводит к тому, что остаются не изученными важные механизмы трансформации пространства постсоветского города, понять которые с уходом рынков из жизни города станет крайне сложно.

Интерес к развитию рынков в условиях российских реалий возникает в конце 1990-х – начале 2000-х гг. [5, 6]. С этих работ начинается развитие направления исследований, акцентирующих внимание на «этнических» рынках как особой локальности, системе социально-экономических отношений в городе. Однако большинство научных работ, так или иначе затрагивающих тему рынков, просто описывают и анализируют отдельные кейсы. Это порождает проблему систематизации подходов к изучению феномена и концептуализации понятий, нерешенность которой приводит, по выражению И. Пешкова, к «изобретению концептуального велосипеда» [7. С. 58]. В немалой степени такая ситуация связана с ограниченностью письменных источников, адекватно отражающих реалии «китайского» рынка. Сказывается и отсутствие традиции изучения проблемы в связи с отсутствием исследований и описаний советских рынков.

Распространение этого феномена выходит далеко за пределы российских границ: подобные рынки довольно часто встречаются в пространстве многих постсоциалистических, европейских и других городов. Тем не менее и зарубежных работ на эту тему крайне мало. В немногочисленных исследованиях преобладает взгляд на рынки в контексте глобальных социально-политических и экономических трансформаций [8, 9], формирования трансграничных связей

[10] и взаимоотношений местных сообществ с мигрантами [11].

Среди исследований, посвященных рынкам, нередко встречаются анализ взаимоотношений и практик, складывающихся на рынках и вокруг них [12], исследования социально-экономического развития рынков [13], историко-социологический и антропологический анализ процесса формирования мигрантских локальностей, связанных с рынками [14]. Включение проблематики рынков в научный дискурс в последние годы ознаменовалось выходом тематического номера журнала «Известия Иркутского государственного университета» [15], впоследствии ставшего основой проблемного сборника статей [16], ставших своего рода ревизией ситуации в изучении рынков.

Исследование «китайских» рынков в контексте процессов трансформации и модификации городской пространственной организации позволит понять, какое влияние они оказывают на организацию города. В этом вопросе рынок выступает не просто как система экономических связей и отношений, но и как часть его пространства, функционирующая в рамках процессов городского развития. Ввиду этого отправной точкой моего анализа является концепция эволюционизма, подчеркивающая естественный характер процессов развития городского пространства и «естественных» ареалов, составляющих социальное пространство города [17. С. 67–73]. Городская организация в рамках этого подхода рассматривается как результат неосознанной эволюции пространства, которая разворачивается в форме борьбы городских сообществ за ресурсы, в результате которых формируются «естественные» ареалы – пространства, закрепленные за отдельными группами горожан [18. С. 7–8]. Интеграция мигрантских локальностей в местное сообщество определяется прежде всего их способностью закрепить за собой подобные ареалы.

«Китайские» рынки являются важным объектом властного управления в городе. В связи с этим в исследовании проблемы организации «китайского» рынка целесообразно обратиться к идее о стремлении власти к упрощению управляемых объектов. Этот подход разрабатывался не только в исследованиях власти [19], но и в городской социологии [20]. Планирование ландшафта, с этой точки зрения, служит инструментом контроля, позволяющим эффективно выстраивать властные практики. Однако ценой этому является упрощение ландшафта, несоответствующее городской реальности. Подобные планы зачастую оказываются нежизнеспособными и вызывают реакцию отторжения у горожан, так как не отвечают устоявшимся практикам повседневности [19. С. 177–194]. Следствием этого становится сопротивление процессам внедрения упрощенных моделей планирования в жизнь города.

Идея властных упрощений подчеркивает некоторую вторичность фактора власти в развитии городского пространства, которая содержится в концепции эволю-

ционного развития города. «Китайские» рынки как элемент городского пространства, безусловно, развиваются под воздействием властных решений. Но вместе с тем они остаются особой локальностью со специфическими чертами, которые проявляются в развитии социального и физического пространства города «вопреки» властным решениям.

Исследование построено на примере двух крупнейших «китайских» рынков Иркутска – «Шанхай» и «Китай-город». Эти объекты, по моему мнению, как нельзя лучше подходят для понимания того, каким образом «китайские» рынки оказывают воздействие на процессы трансформации городской среды. Оба рынка, на первый взгляд, представляют две типологически схожие, но независимые локальности. Однако, на самом деле, они являются воплощением различных этапов развития главного «китайского» рынка Иркутска – «Шанхая». Его стихийная эволюция в начале 1990-х гг. способствовала быстрой интеграции в жизнь города и определила его организующую роль. «Китай-Город», возникший в результате попыток управления процессами развития «Шанхайки», усиливает эту функцию и демонстрирует новые механизмы влияния «китайских» рынков на организацию пространства современного города.

Рынок «Шанхай» как городская локальность. Первый и крупнейший «китайский» рынок Иркутска – «Шанхай» – за все время своего существования пережил множество трансформаций от открытого, затем контейнерного рынка, до современной торговой площади, сформированной комплексом торговых зданий. В том виде, в котором он функционирует сейчас, назвать «Шанхай» рынком можно с серьезными оговорками, так как внешне он больше напоминает большой торговый центр. Однако внутреннее содержание торговли и социально-экономические отношения, связанные с этим рынком, практически не изменились. «Шанхай» по-прежнему располагается в центре города, сосредотачивая вокруг себя активную торговлю, услуги, транспортные развязки и т.д. Более того, к функциям центра добавилось обеспечение взаимосвязи города с удаленными районами, ранее не связанными с «китайским» рынком, и частью города, в котором он располагается.

Концентрация мигрантов из Китая в Иркутске, ставшая одним из последствий и механизмов социально-политических трансформаций, послужила толчком к формированию рынка. Деятельность китайцев в центре города, развернувших торговлю на необорудованных для этого улицах, подтолкнуло городские власти к выделению специального пространства для урегулирования такой стихийной торговли. В результате под рынок было отведено специальное место в центре города, что обеспечило успешное развитие новой торговой площади. Новизна «китайского» рынка для горожан и доступные цены привлекали покупателей, а удачное местоположение на пересечении основных транспорт-

ных маршрутов обеспечило доступ к рынку из других районов.

Фиксация рынка в пространстве города способствовала его дальнейшему развитию и расширению. Постепенно вокруг него складывается обслуживающая инфраструктура – система охраны, места общепита, гостиницы, парикмахерская и т.д. [6. С. 121–122]. Рыночная торговля распространяется на близлежащие территории, выходя за пределы официальной «Шанхайки», в результате чего вокруг собственно «Шанхая» формируется комплекс более мелких рынков, каждый из которых превращается в неотъемлемый элемент городского центра. Однако расширение рынка сопровождалось не только социально-пространственным развитием города: неподконтрольность властям, вне-легальная деятельность, транспортные пробки и масса других проблем существенно усложняли жизнь города [Там же. С. 124–126]. Противоречивость положения и значения рынка легла в основу устремлений власти к его закрытию, но каждая попытка приводила к новым трансформациям форм функционирования «Шанхая», продлевающим ему жизнь. Так, например, приостановление работы рынка в 2002 г. под предлогом несоблюдения пожарной безопасности привело к трансформации формата торговли: часть открытых прилавков была заменена контейнерами [Там же. С. 121]. Это повлекло сокращение торговых мест на рынке, но позволило частично устранить заявленные нарушения и возобновить его работу.

В процессе развития рынок становится важнейшей точкой притяжения людей, товаров; пересечением инфраструктурных, коммуникационных, торговых и иных сетей. Трансформация формы сопровождалась укоренением этих функций в содержании социальных взаимодействий и практик рынка. Появление «Шанхайки» в период кризиса стало спасением для горожан. Доступность и разнообразие товаров обеспечили высокую конкурентоспособность и экономическую эффективность рынка на ранних этапах его существования [1. С. 106, 109]. Экономическое значение рынка для города выражалось в обеспечении занятости, регулировании цен на товары повседневного пользования, развитии мелкооптовой торговли. Система экономических взаимосвязей развивалась по мере роста рынка. Однако в результате стабилизации экономической ситуации и повышения уровня жизни населения «Шанхай» утратил свое положение в экономической жизни Иркутска, сохранив за собой функцию снабжения малообеспеченных слоев населения.

Помимо экономической роли рынок выполняет социально-пространственную функцию в городе. Тенденция слияния небольших торговых площадей в единое пространство вокруг главного рынка, которое может быть обозначено как «Большой Шанхай», становится определяющей в формировании восприятия горожанами центра города. В рамках «торгового комплекса» рынки, очевидно, тесно связаны, имеют общую

инфраструктуру и выступают как части целостной системы. Тесно взаимодействуя между собой, они определяют характер городского центра. Для горожан рынок становится фактически единым пространством, главной функцией которого является торговля. Помимо этого, здесь пролегает множество транспортных, торговых и иных инфраструктурных путей и развязок, обуславливающих высокую интенсивность взаимодействия людей и «проходимость» этой части города.

«Китайский» рынок – также центр притяжения мигрантов, обеспечивающий их доходом, возможностью адаптации в чужой среде, налаживанием социальных контактов и т.д. Восприятие рынка местным сообществом формируется на основе воспроизводимых в городских медиа представлений о мигрантах из Китая, «захвативших» эту часть городского пространства [21. С. 787]. Однако интеграция рынка в жизнь города усиливает его экономическое значение, привлекая горожан не только как источник потребительских товаров, но и как прибыльное место работы. Ограничение с 2007 г. на торговлю иностранцами на рынках под открытым небом привело к расширению участия в деятельности рынков местного населения. Это обусловило расширение полиэтничной структуры рынка, в которой также присутствуют вьетнамцы, корейцы, киргизы, выходцы с Кавказа и т.д. В структуре товаров, продающихся на рынке, продукция из Китая уже значительно разбавляется киргизскими, российскими и иными товарами, однако устойчивое представление «дешевое равно китайское» по-прежнему делает рынок «китайским».

Отношение горожан к рынку также претерпевает изменения. Первоначальный интерес к «Шанхаю» был вызван его экзотичностью и специфичностью для города. Постепенно он сменился устойчивым отношением к рынку как «присвоенному» мигрантами пространству [22. С. 141–142]. Подобное обозначение определяет формы развития и самоорганизации «Шанхайки», а также практики взаимодействия горожан с пространством рынка в публичном дискурсе. «Китайский» рынок рассматривается местным сообществом как пространство, исключенное из жизни города. В основе подобных оценок лежат публичные образы рынка, формирующиеся в медиа. Однако, на самом деле, рынок способствует вовлечению горожан в систему социальных и экономических взаимоотношений города. В результате массовые представления о нем оказываются оторваны от непосредственного опыта горожан, базирующегося на системе нерелефлексированных практик взаимодействия с рынком.

Трансформация «китайского» рынка: «Новый Шанхай». Будучи динамичной структурой «Шанхай» продолжает видоизменяться под влиянием очередных мер по борьбе с «китайским» рынком в центре города. Под их удар попал не только официальный рынок, но и территория «Большого Шанхая», что существенно усложняло задачи, стоявшие перед властью: необходи-

мо было справиться с совокупностью рынков, которые сформировали единую систему, основанную на прочных социальных связях [23. С. 92], складывавшихся годами. Однако ядро торгового «кластера» удалось ликвидировать: на месте прежней «Шанхайки» был построен «Шанхай-Сити молл» – торговый центр, внешне отвечающий современным стандартам. Тем не менее со временем стало ясно, что, несмотря на внешнее преобразование, «Новый Шанхай» остался частью «Большой Шанхайки». Такое изменение рынка можно рассматривать как естественный процесс, вызванный трансформацией социальных отношений, структуры и нужд городского сообщества [23. С. 92]. Кроме того, изменения обеспечивают выживаемость рынка в новых городских условиях. «Уход под крышу» [1. С. 105] наделяет рынок новым статусом, который гарантирует признание его частью городского пространства со стороны власти и тем самым обеспечивает своего рода «новую крышу» в терминологии девяностых [24].

Несмотря на описанные трансформации, «Шанхайка» как крупнейший субъект социально-экономической жизни города не исчезла из городской повседневности окончательно. Эволюционируя из открытого рынка в торговые центры, она продолжает существование уже в новом качестве в рамках закрепившегося за пространством городского центра образа «китайского» рынка. Он сохраняется в названии торгового центра, в элементах дизайна нового здания, вывески и т.д. При этом наименование рынка изначально было неформальным, которое закрепило за центром города его торговую функцию и «этнический» статус. Таким образом, «китайский» рынок превращается в бренд, символизирующий уже привычные для горожан функции городской локальности.

Специфика «Шанхая», связанная с его «этничностью», по мере развития рынка также модифицируется. «Китайская» торговля по-прежнему доминирует в его деятельности, однако ассортимент товаров расширяется за счет появления «некитайского» сегмента. В результате роста миграции из Центральной Азии на рынке формируется и развивается киргизская торговля, представленная «Бишкекскими рядами», из которых со временем вырос еще один торговый центр [22. С. 155–156]. Так же развивается «киргизская» инфраструктура: появляется множество заведений с киргизской кухней. Таким образом, киргизский сегмент «китайского» рынка повторяет тенденции развития «Шанхая», при этом органично вписываясь в организацию его пространства.

Трансформации, происходящие с «Шанхаем» и другими «китайскими» рынками, придают ему особое символическое значение: образы рынка воспроизводятся в представлениях горожан о пространстве города и становятся еще одним механизмом их укоренения. Оформление нового юридического статуса способствует тому, что рынки отображаются в геоинформационных ресурсах, приобретают возможности официально-

го диалога с властью и т.д. Это, в свою очередь, объясняет природу конфликтов местной администрации с «китайским» рынком, упомянутых ранее. Неформальность рынка стала основой для его негативного восприятия, трансформировалась в характеристики, описывающие их как незаконные объекты (во многом благодаря медиа). Вследствие этого, власть воспринимает эту ситуацию как формирование запроса на ликвидацию рынка. Но действия власти становятся лишь механизмом дальнейших трансформаций. Впоследствии «Шанхай» как самоорганизующийся элемент городской реальности быстро адаптируется к изменяющимся условиям и приобретает официальный статус торгового центра. Это сглаживает сложившийся конфликт образа и функций рынка в жизни города.

Преобразование рынка является не только результатом трансформации социальных отношений в городе, но и механизмом его дальнейших изменений и развития городского пространства в целом. Новый формат торговли задает несколько иной контекст для развития социально-экономических связей «Шанхая». Он становится более статичным и организованным. Дальнейшее пространственное расширение рынка ограничено стенами здания и отведенными под прилавки конструкциями. Однако близлежащие рынки, образующие «Большой Шанхай», продолжают функционировать. Более того, «Шанхайка» неизменно остается «китайским» рынком в символическом пространстве города. Это существенно сглаживает последствия вмешательства власти в жизнь рынка, который продолжает развиваться и функционировать по собственным правилам, и позволяет ему сохранить свою роль в жизни города и его сообществ.

За измененной формой «китайского» рынка сохраняется его первичное содержание: превратившись в торговый центр, «Шанхайка» продолжает играть в городе центрообразующую роль, которая заключается в том, что рынок закрепил функцию торговли за территорией своего размещения. Это отразилось в проекте по реконструкции центра Иркутска [25]. Пересечение транспортных маршрутов, сформировавших вокруг «Шанхая» важнейший внутригородской пассажирский узел, обуславливает роль «Шанхая» как механизма организации пространственных взаимосвязей в городе. Помимо того, что к нему обеспечен доступ даже из удаленных районов, рынок оказывается ключевым узлом коммуникаций между отдельными частями города. В этом смысле «китайский» рынок представляет собой не просто ядро торговли и экономических операций, но и важнейший узел движения людей, товаров, информации.

Трансформация «Шанхая» демонстрирует действие механизма пространственных преобразований в городе. Стремление власти устранить негативные последствия существования «Шанхая» в городе сводилось к многочисленным попыткам закрыть рынок, однако это оказалось непростой управленческой задачей. Неодно-

кратные усилия администрации по ликвидации «Шанхая» оказывались неэффективны. Одной из причин поражения власти в этой борьбе можно назвать, с одной стороны, ее искаженное видение ситуации с рынком, а с другой – его быстрое реагирование на изменяющиеся условия, обеспечивающие «выживаемость» рынка в городе. Вмешательство власти в процесс трансформаций рынка меняет траекторию его развития. В результате происходящих изменений «Шанхай» теряет свою экзотичность, растворяясь в повседневности горожан. Он становится частью городской инфраструктуры, функционирует как его органичная часть и становится важным механизмом пространственного развития города.

Формирование новой локальности: «Китай-Город». Последние на момент наблюдения изменения на «Шанхайке» связаны с процессом переноса части рынка из центрального района на городскую периферию. Этот процесс был инициирован «сверху» как результат борьбы городской администрации со стихийной торговлей в центре города, которую в СМИ показывали как масштабную «войну» [26]. Это определило характер формирования второго крупнейшего торгового объекта Иркутска – «Китай-города», который является еще одним важным узлом «китайской» торговли в Иркутске. Этот рынок возникает как следствие переноса «китайского» рынка из городского центра и представляет собой не самостоятельно сложившийся рынок, а скорее новую фазу существования «Шанхайки». В отличие от последней, он должен был стать четко структурированным, а значит, легко поддающимся управлению объектом. С новым местоположением у рынка появляется новый владелец: если «Шанхай» находился в муниципальной собственности города, то новый рынок был передан в управление крупной компании «Фортуна». В этом смысле способ организации нового рынка, пространство которого было спланировано геометрически четко [23. С. 91], подчеркивает стремление «новых хозяев» установить контроль над территорией рынка, упростив его структуру.

Однако преобразуемый ландшафт зачастую не соответствует плану организации рынка, что приводит к сопротивлению процессам их реализации. Это наглядно иллюстрируется примером «Китай-города», который изначально имел четкую планировку, но в процессе развития быстро вышел за ее пределы, изменяя первоначальную планировочную структуру и расширяя его границы [Там же. С. 91–93]. В отличие от «Шанхайки», структура «Китай-Города» была изначально спланирована и ограничена конструкциями, установленными под торговые павильоны. Контейнеры были расположены по прямым линиям, упрощающим пространство рынка, а следовательно, делающим его понятным и контролируемым. Однако рынок быстро размывает первоначальную структуру: формируются неформальные торговые ряды, нарушающие общую планировку «Китай-Города», центральная

часть которого все больше напоминает «Шанхайку» начала 2000-х.

Эти процессы можно объяснить тем, что «Китай-город» является не самостоятельным рынком, а скорее продолжением «Шанхая», и в этом смысле повторяет траекторию его развития на новом месте [Там же]. Но, возможно, это не единственная причина. Принимая во внимание идею Дж. Скотта о несоответствии преобразуемого ландшафта плану его организации [19. С. 177–194], можно говорить о несоответствии планирования пространства рынка его реальным условиям, в результате чего рынок «оказывает сопротивление», попросту нарушая эту планировку. Этот процесс хорошо объясняется идеями эволюционизма, в рамках которых процесс формирования нового «китайского» рынка можно рассматривать как следствие повседневных социальных практик, лежащих в основе этого процесса. Они оказывают незаметное, но решающее воздействие на властные решения, влияние которых оказывается второстепенным. С этой точки зрения, именно нерефлексируемые действия определяют характер происходящих преобразований.

Процессы естественного развития рассматриваемого рынка выходят далеко за его пределы. Несмотря на то, что появление «Китай-города» было инициативой власти (городской администрации и тесно взаимодействующего с ней крупного иркутского бизнеса), рынок постепенно становится все более децентрализованным и интегрированным в городскую среду. Однако его периферийное расположение противоречит функциям, «унаследованным» от «Шанхайки». Это естественным образом приводит к тому, что возникает потребность в установлении пространственной связи между новым рынком и центром города. Для обеспечения этой связи был создан специальный пассажирский маршрут, напрямую соединяющий «Китай-город» и «Шанхай». Позднее появляются маршруты, связывающие новый рынок с другими районами города. Развитие системы мобильностей, связанной с «Китай-Городом», становится механизмом перетягивания части характеристик центра Иркутска на периферийные территории, а сам центр при этом приобрел новую функцию связующего узла между различными районами города и новым «китайским» рынком.

Несмотря на различия в формировании рассмотренных кейсов «китайских» рынков, развитие новой локальности, представленной «Китай-Городом», сходно с процессами преобразования «Шанхая». Новый рынок быстро осваивает предоставленную территорию и расширяется на близлежащее пространство. Логика развития рынка продиктована внутренними законами, сложившимися еще в рамках существования «Шанхайки». В результате этого структура рынка приобретает смешанный характер: помимо установленных администрацией рынка павильонов образуются стихийные торговые ряды. Так же развивается обслуживающая рынок инфраструктура, значение которой в условиях функци-

онирования «Китай-Города» как торговой локальности на окраине города заметно возрастает. Новый рынок располагается на периферийном пространстве, неприспособленном к обслуживанию больших масс людей, соответственно альтернативы сервисным предприятиям рынка поблизости нет.

Расположение рынка в удаленном районе города, с одной стороны, укрепило пространственные взаимосвязи этой городской окраины с центром и способствовало его включению в социальное пространство города, с другой – способствовало обособлению нового «китайского» рынка от «Шанхая». Благодаря развитию инфраструктуры, притяжению товарных потоков и масс людей пространство, занимаемое «Китай-Городом», включается в повседневность города [23. С. 93], а сам рынок становится серьезным экономическим конкурентом для «Шанхая».

Выводы. Изменения, происходящие с «китайскими» рынками в Иркутске, наглядно демонстрируют их место и роль в жизни города. В начале своего существования они стали центром новой экономической реальности города и основным источником материальных благ для горожан в условиях дефицита. Экономическое значение рынков было тесно связано с их социальной функцией: рынки оказались не только ядром торговли, но и основой для формирования новых локальностей, которые стали основой развития физического и социального пространства города. В результате «китайские» рынки прочно вошли в его повседневность, стали частью его инфраструктуры.

Будучи органичной частью города рынки становятся важным фактором его социальной жизни. Притяжение людей и товаров обеспечивает высокую плотность взаимодействий и формирует комплекс взаимоотношений и связей вокруг «китайских» рынков, которые становятся сущностными характеристиками занимаемых ими территорий. Они оказываются не просто «торговыми комплексами», но важными узлами коммуникаций людей друг с другом, с пространством города. Более того, трансформация рынков сопровождается раз-

витием обслуживающей их инфраструктуры. В связи с этим рынки обеспечивают многофункциональность пространства. Таким образом, рынки придают особое значение и задают контекст дальнейшего пространственного развития города.

Помимо этого, «китайские» рынки обеспечивают выстраивание пространственных взаимосвязей города. Притяжение к рынку транспортных маршрутов обеспечивает доступ к нему из различных районов. Рынок оказывается связан даже с удаленными частями города, коммуникация между которыми налажена крайне слабо. Он способствует усилению взаимосвязи между ними и активизации взаимодействия людей с районами, ранее исключенными из повседневности города в силу своей удаленности.

Следует подчеркнуть, что «китайские» рынки создают и множество проблем, которые составляют оборотную сторону их укорененности в пространстве. Рынки оказываются в поле пристального внимания и особого контроля местных властей, действия которых, как правило, ориентированы на вытеснение рынков на периферию города либо полную ликвидацию. Однако запланированные меры зачастую не приводят к ожидаемым результатам, а лишь стимулируют новые трансформации рынка.

Таким образом, рынки как самоорганизующаяся система переживают множество внешних и структурных изменений, но в своем содержании остаются неизменными. Несмотря на новый формат и уход с авансцены городской экономической жизни, «китайские» рынки продолжают существовать в повседневности и символическом пространстве города и, в этом смысле, продолжают развиваться. В этих процессах проявляется организующая роль «китайских» рынков: преобразуя город, они адаптируются к новым условиям, сохраняя при этом свои функции. Смена формата «китайских» рынков оказывается, с одной стороны, ответом на изменение социальных отношений в городе, а с другой – эволюцией механизмов развития городского пространства, диалога горожан с городом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дятлов В.И. «Китайский» рынок «Шанхай» в Иркутске: роль в жизни городского сообщества // Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015. С. 105–123.
2. Гупта А., Фергюсон Дж. Дисциплина и практика: «поле» как место, метод и локальность в антропологии // Этнографическое обозрение. 2013. № 6. С. 3–44.
3. Эриксен Т.Х. Что такое антропология. М. : Изд. дом ВШЭ, 2014.
4. Дятлов В.И. «Этнические рынки» в современной России – ускользающий объект исследовательского внимания // Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015. С. 16–41.
5. Тренин Д., Витковская Г. Введение // Московский центр Карнеги. Перспективы Дальневосточного региона: китайский фактор. М., 1999. С. 7–8.
6. Дятлов В.И., Кузнецов Р.Э. «Шанхай» в центре Иркутска. Экология китайского рынка // Экономическая социология. 2004. № 4. Т. 5. С. 56–71.
7. Пешков И.О. «Восточный рынок» на постсоветском «Востоке»: анализ подходов к восточным моделям товарно-вещевых рынков Восточной Сибири и Дальнего Востока // Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015. С. 42–58.
8. Endres K.W. Trades, Markets, and the State in Vietnam: Anthropological Perspectives // ASEAS – Austrian Journal of South-East Asian Studies. 2013. Vol. 6, № 2. P. 356–365.
9. Hohnen P. A Market out of Place? Remaking Economic, Social, and Symbolic Boundaries in Post-Communist Lithuania. Oxford ; N.Y. : Oxford University press, 2004.
10. Nyiri P. Chinese in Russia and Eastern Europe: A Middle Minority in a Transnational Era. L. : Routledge, 2007.
11. Huwelmeier G. Postsocialist Bazaars: Diversity, Solidarity, and Conflict in the Marketplace // Laboratorium. 2013. Vol. 5, № 1. P. 52–72.

12. 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.
13. Рыжова Н.П. Трансграничный рынок в Благовещенске: формирование новой реальности деловыми сетями «челноков» // *Экономическая социология*. 2003. № 5, Т. 4. С. 54–71.
14. Сорокина Т.Н. «Заветная мысль каждого китайца»: форматы китайской торговли в Приамурском крае на рубеже XIX–XX вв. // *Известия Иркутского гос. университета. Сер. «Политология. Религиоведение»*. 2014. Т. 10. С. 84–102.
15. *Известия Иркутского гос. университета. Сер. «Политология. Религиоведение»*. Иркутск. 2014. Т. 10.
16. Этнические рынки в России: пространство торгового и места встречи. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015.
17. Трубина Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М. : Новое литературное обозрение, 2010.
18. Парк Р.Э. Город как социальная лаборатория // *Социологическое обозрение*. 2002. № 3, Т. 2. С. 3–12.
19. Скотт Дж. Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни. М. : Университетская книга, 2005.
20. Ingold T. *Lines: A Brief History*. N.Y. : Routledge, 2007.
21. Grigoriev K. Migrant Localities: “Gated Space” or “Access Points”? // *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*. 2016. Vol. 9, № 4. P. 783–794.
22. Хорие Н., Григоричев К.В. Эволюция китайских рынков в Сибири: пересборка «китайскости» и открытие «закрытых» локальностей // *Этнические рынки в России: пространство торгового и места встречи*. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015. С. 141–158.
23. Григоричев К.В. Базар и город: «китайский» рынок как точка сборки городского пространства // *Этнические рынки в России: пространство торгового и места встречи*. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2015. С. 86–104.
24. Волков В.В. *Силовое предпринимательство*. СПб. : Изд-во ЕУСПб, 2002.
25. «Иркутские кварталы» как ближайшее будущее // Информационное агентство «Телеинформ». URL: <http://i38.ru/nedvizhimost-kommenti/irkutskie-kvartali-proekt-preobrazheniya-tsentra-goroda-kommentiruiut-eksperti>, свободный.
26. «Шанхайские» планы Виктора Кондрашова // Альтаир – альтернативное информационное агентство Иркутской области. URL: http://altair.ru/new/policy/_the_shanghai_plans_viktor_kondrashov, свободный.

Bryazgina Diana E. Irkutsk State University (Irkutsk, Russia). E-mail: br.diana21@gmail.com

"CHINESE" MARKETS IN POST-SOVIET TRANSFORMATIONS OF URBAN SPACE (THE CASE OF IRKUTSK).

Keywords: "Chinese" markets; urban space; Irkutsk.

The paper is devoted to research of the function of “Chinese” markets in the processes of Post-Soviet urban transformation. The example of Irkutsk shows how the markets interact with the city and consequences of these interactions. “Chinese” markets transformed into integral part of the city infrastructure and consequently became an important factor of development of urban space. The important result of market integration lay in the fact that the market interrelation with the urban space is not in the research field. Hence, the aim of the study is determination and analysis of “Chinese” market’s role in the processes of urban space organization in Irkutsk. The empirical basis of study is the results of observation of the largest Irkutsk “Chinese” markets – “Shankhai” (“Shanghai”) and “Kitai-gorod” (“China-town”). Transformations of “Shankhai” reveal interrelation between reshaping of “Chinese” market and city’s spatial changes. This market changed many forms from the open market (like a grass-root place of bargain) to the container market and later to the contemporary shopping mall. Nevertheless, despite the form modifications the essence of “market” relations remains unchanged. “Shankhai” plays formative role for the central part of the city as the area of bargain and its infrastructure. The second case of “Kitai-gorod” appeared as a result of attempts to control the future development processes of “Shankhai”. In this case, the formative role of market is enhanced and demonstrates another way to “Chinese” market’s influence on organization of urban space. The market is located in the city’s peripheral so it strengthens the spatial connections between the city areas and ensures the integration of outskirts in urban social space. At the same time, it contributed to the separation of the new “Chinese” market from “Shankhai”. The changes of Irkutsk “Chinese” markets demonstrate their role in city development processes. “Chinese” markets have economic function, which is closely related with their social importance. The markets are the basis of new urban localities, which define development of spatial and social development of the city. Markets provide people-to-people and human-space interactions. They determine the multifunctionality of urban space and the system of the intercity connections. In this way, the “Chinese” markets have a special meaning: despite their new forms, these markets set the context for further spatial development of Irkutsk. On the one hand, transformation of “Chinese” markets is the answer to changes in social life of the city, but on the other hand, this is evolution of urban development mechanism.

REFERENCES

1. Dyatlov, V.I. (2015) “Kitayskiy” rynek “Shankhay” v Irkutske: rol’ v zhizni gorodskogo soobshchestva [The “Chinese” market “Shanghai” in Irkutsk: The role in the life of the urban community]. In: Dyatlov, V.I. & Grigoriev, K.V. (eds) *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: The space of trade and a meeting place]. Irkutsk: Irkutsk State University. pp. 105–123.
2. Gupta, A. & Ferguson, J. (2013) Distiplina i praktika: “pole” kak mesto, metod i lokal’nost’ v antropologii [Discipline and practice: “Field” as the place, method and locality in anthropology]. *Etnograficheskoe obozrenie – Ethnographic Review*. 6. pp. 3–44.
3. Eriksen, T.H. (2014) *Chto takoe antropologiya* [What is anthropology]. Translated from English by A. Karasev. Moscow: HSE.
4. Dyatlov, V.I. (2015) “Etnicheskie rynki” v sovremennoy Rossii – uskol’zayushchiy ob’ekt issledovatel’skogo vnimaniya [“Ethnic markets” in modern Russia – the elusive object of research]. In: Dyatlov, V.I. & Grigoriev, K.V. (eds) *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: The space of trade and a meeting place]. Irkutsk: Irkutsk State University. pp. 16–41.
5. Trenin, D. & Vitkovskaya, G. (1999) Vvedenie [Introduction]. In: *Moskovskiy tsentr Karnegi. Perspektivy Dal’nevostochnogo regiona: kitayskiy faktor* [Carnegie Moscow Center. Prospects of the Far East region: the Chinese factor]. Moscow: HSE. pp. 7–8.
6. Dyatlov, V.I. & Kuznetsov, R.E. (2004) “Shankhay” v tsentre Irkutska. Ekologiya kitayskogo rynka [“Shanghai” in the centre of Irkutsk. Ecology of a Chinese market]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya – Economic Sociology*. 4(5). pp. 56–71.
7. Peshkov, I.O. (2015) “Vostochnyy rynek” na postsovetkom “Vostoke”: analiz podkhodov k vostochnym modelyam tovarno-veshchevykh rynkov Vostochnoy Sibiri i Dal’nego Vostoka [An “Eastern market” in the post-Soviet “East”: The analysis of approaches to the eastern model of commodity-goods markets in Eastern Siberia and the Far East]. In: Dyatlov, V.I. & Grigoriev, K.V. (eds) *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: The space of trade and a meeting place]. Irkutsk: Irkutsk State University. pp. 42–58.
8. Endres, K.W. (2013) Traders, Markets, and the State in Vietnam: Anthropological Perspectives. *ASEAS – Austrian Journal of South-East Asian Studies*. 6(2). pp. 356–365. DOI: <http://dx.doi.org/10.4232/10.ASEAS-6.2-7>
9. Hohnen, P. (2004) *A Market out of Place? Remaking Economic, Social, and Symbolic Boundaries in Post-Communist Lithuania*. Oxford; New York: Oxford University Press.
10. Nyiri, P. (2007) *Chinese in Russia and Eastern Europe: A Middle Minority in a Transnational Era*. London: Routledge.

11. Huwelmeier, G. (2013) Postsocialist Bazaars: Diversity, Solidarity, and Conflict in the Marketplace. *Laboratorium*. 5(1). pp. 52–72.
12. Zhuravskaya, T.N. (2012) “Chinese” shopping centre vs. “Chinese” market: What changed after ban on foreign traders in retail markets (a case study of Amur Region. *Politiya – Politeia*. 4(67). pp. 104–123. (In Russian).
13. Ryzhova, N.P. (2003) Transgraničnyy rynek v Blagoveshchenske: formirovanie novoy real'nosti delovymi setyami “chel'nikov” [The cross-border market in Blagoveshchensk: The formation of a new reality by suitcase traders’ networks]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya – Economic Sociology*. 5(4). pp. 54–71.
14. Sorokina, T.N. (2014) “Zavetnaya mysl' kazhdogo kitaytsa”: formaty kitayskoy trgovli v Priamurskom krae na rubezhe XIX–XX vv. [“The cherished thought of every Chinese”: Chinese trade formats in Amur region at the turn of 20th century]. *Izvestiya Irkutskogo gos. universiteta. Ser. Politologiya. Religiovedenie*. 10. pp. 84–102.
15. *Izvestiya Irkutskogo gos. universiteta. Ser. Politologiya. Religiovedenie*. (2014) 10.
16. Dyatlov, V.I. & Grigoriev, K.V. (eds) (2015) *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: The space of trade and a meeting place]. Irkutsk: Irkutsk State University.
17. Trubina, E.G. (2010) *Gorod v teorii: opyty osmysleniya prostranstva* [The city in the theory: Space comprehension experiments]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
18. Park, R.E. (2002) Gorod kak sotsial'naya laboratoriya [The city as a social laboratory]. *Sotsiologicheskoe obozrenie – Russian Sociological Review*. 3(2). pp. 3–12.
19. Scott, J. (2005) *Blagimi namereniyami gosudarstva. Pochemu i kak provalivalis' proekty uluchsheniya usloviy chelovecheskoy zhizni* [Good intentions of the state. Why and how failed projects to improve the conditions of human life]. Translated from English by E.N. Gusinskiy, Yu.I. Turchaninova. Moscow: Universitetskaya kniga.
20. Ingold, T. (2007) *Lines: A Brief History*. New York: Routledge.
21. Grigoriev, K. (2016) Migrant Localities: “Gated Space” or “Access Points”? *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*. 9(4). pp. 783–794. DOI: 10.17516/1997-1370-2016-9-4-783-794
22. Khorie, N. & Grigoriev, K.V. (2015) Evolyutsiya kitayskikh rynkov v Sibiri: peresborka “kitaykosti” i otkrytie “zakrytykh” lokal'nostey [The evolution of the Chinese market in Siberia: Remaking “Chinese” and opening the “closed” localities]. In: Dyatlov, V.I. & Grigoriev, K.V. (eds) (2015) *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: The space of trade and a meeting place]. Irkutsk: Irkutsk State University. pp. 141–158.
23. Grigoriev, K.V. (2015) Bazar i gorod: “kitayskiy” rynek kak tochka sborki gorodskogo prostranstva [Bazaar and the city: “The Chinese” market as a point of urban space assembly]. In: Dyatlov, V.I. & Grigoriev, K.V. (eds) (2015) *Etnicheskie rynki v Rossii: prostranstvo torga i mesto vstrechi* [Ethnic markets in Russia: The space of trade and a meeting place]. Irkutsk: Irkutsk State University. pp. 86–104.
24. Volkov, V.V. (2002) *Silovoe predprinimatel'stvo* [Power busin]. St. Petersburg: EUSPb.
25. Teleinform News Agency. (2015) “Irkutskie kvartaly” kak blizhayshee budushchee [“Irkutsk districts” as the immediate future]. [Online] Available from: <http://i38.ru/nedvizhimost-kommenti/irkutskie-kvartali-proekt-preobrazheniya-tsentra-goroda-kommentiruiut-eksperti>.
26. Altair News Agency. (n.d.) “Shankhayskie” plany Viktora Kondrashova [Viktor Kondrashov’s “Shanghai” plans]. [Online] Available from: http://altairk.ru/new/policy/_the_shanghai_plans_viktor_kondrashov.