

«ЭТНИЧЕСКИЕ» РЫНКИ ИРКУТСКА: ПРОИЗВОДСТВО И ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА

Диана Брызгина

Диана Брызгина, лаборатория социально-антропологических исследований Национального исследовательского Томского государственного университета; лаборатория исторической и политической демографии Иркутского государственного университета. Адрес для переписки: НИ ТГУ, пр. Ленина, 34а, Томск, 634050, Россия. br.diana21@gmail.com.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 18-18-00293 «Использование и создание мигрантами городской инфраструктуры сибирских региональных столиц».

Статья посвящена изучению роли «этнических» рынков в процессах городских трансформаций. Случай Иркутска наглядно демонстрирует процесс интеграции рынков в повседневность города и их превращение в часть городской инфраструктуры. «Этнические» рынки как особый феномен городской жизни представляют собой сложный комплекс социальных, экономических и межэтнических взаимоотношений. Целью исследования является анализ этнически маркированных рынков как специфических локальностей и важной составляющей городского пространства. В основе анализа лежит концепция конструирования социального пространства Анри Лефевра, которая позволяет рассматривать рынки как комплекс разнонаправленных процессов, определяющих формы и содержание социальных взаимодействий. Социально-антропологический фокус исследования позволяет рассматривать «этнические» рынки как особые локальности, включенные в различные системы координат. Анализ включает не только физическое, но и ментальное, и социальное пространства, обеспечивает более глубокие и систематизированные обобщения, а типичность кейса позволяет генерализировать выводы и применять их к анализу феномена в целом. Анализ материалов, полученных в результате исследования иркутских «этнических» рынков, позволяет утверждать, что рынки имеют существенное значение для города, оказывая влияние на организацию пространства. Важнейшими составляющими здесь является функция притяжения людей, товаров и других элементов, участвующих в реализации повседневных практик города, а также пересечение множества социальных и инфраструктурных сетей, которое обеспечивает высокую плотность взаимодействий.

Ключевые слова: «этнические» рынки; социальное пространство; городская среда; ментальные карты; мигранты

В начале 1990-х годов в российских городах появились открытые розничные рынки. Их возникновение стало символом переходного этапа в жизни местных сообществ и одним из важнейших элементов происходящих в социальной жизни и экономике страны изменений (Дятлов и др. 2009; Паченков 2004; Радаев 2007). Это было время, когда шоковые реформы финансовой системы перевернули все структуры экономики, включая структуру занятости. Месяцами не получающие зарплаты люди были вынуждены искать альтернативные источники средств к существованию. Выходом стала торговля – открывшиеся границы и возможность частного предпринимательства запустили механизм развития оптовой и розничной торговли. Все, кому это было доступно и необходимо, от воспитателей до инженеров, в одночасье перепрофилировались в «челноков» – торговцев, курсирующих по стране и за границу (Ильин и Ильина 2001). Вся страна и ее жители оказались вовлечены в новые для себя формы товарно-денежных отношений и рыночной экономики в ее, возможно, самой прямой и осязаемой форме – торговля «из рук в руки» на рынках. Нельзя сказать, что советское население совсем не было знакомо с рынком как явлением – в СССР имели широкое распространение продуктовые, так называемые колхозные, рынки (Дятлов 2015: 21–24). Однако рынки 1990-х изначально возникли как принципиально новая для постсоветского общества форма, превратившись из мест торговли преимущественно продуктами питания в универсальные торговые пространства, заполненные дешевой одеждой, обувью и прочими товарами широкого потребления.

Появившиеся как манифестация новых экономических процессов рынки также оказались чрезвычайно важным явлением с точки зрения городского планирования. Новая форма осуществления экономической деятельности оказалась способна занимать практически любые свободные или невостребованные городские пространства, будь то парковка, городская площадь или заброшенная фабрика. Будучи ключевыми элементами экономической системы города, рынки интегрировались в повседневность горожан и городскую среду, функционируя не только как места оптово-розничной торговли, но и как важные элементы городской инфраструктуры и повседневной жизни горожан. Во многих городах рынки, возникшие в 1990-е, остаются влиятельным объектом городской жизни и по сей день, спустя тридцать лет.

Еще одной важной характеристикой постсоветских рынков являлся значительный вклад в их формирование миграционных процессов. Рынки и в советское время были отражением маршрутов внутренней миграции и местом репрезентации этнического многообразия населения Советского Союза (Рязанцев 2000). С возникновением новых границ внутри пространства СССР и открытием внешних границ новой России состав участников рынков существенно изменился, пополнившись новыми мигрантами из дальнего зарубежья – Китая, Вьетнама, Кореи. Наиболее заметные перемены новая миграционная ситуация привнесла в жизнь восточной части страны – в Сибирь и на Дальний Восток.

В этой статье в фокусе внимания – «этнические» рынки Иркутска и их роль в процессах городских трансформаций. Под «этническим» рынком здесь понимается место торговли, этнически маркируемое местным обществом в результате взаи-

модействий с его работниками-мигрантами¹. «Этнические» рынки как особый феномен городской жизни представляют собой сложный комплекс социальных, экономических и межэтнических взаимоотношений. Целью исследования является анализ этнически маркированных рынков как специфических локальностей и важной составляющей городского пространства Иркутска. Случай Иркутска наглядно демонстрирует процесс интеграции рынков в повседневность города и их превращение в городскую инфраструктуру. В основе анализа лежит концепция конструирования социального пространства Анри Лефевра, которая позволяет рассматривать рынки как комплекс разнонаправленных процессов, определяющих формы и содержание социальных взаимодействий.

РЫНКИ И ГОРОД: ОБЗОР ПОДХОДОВ

Значение рынка для повседневной жизни и развития города неоднократно отмечалось исследователями. Макс Вебер (2001) заложил основы для классического понимания рынка как места регулярного товарообмена, наличие которого является обязательным условием существования города. Рынки играли роль экономического центра, нацеленного на удовлетворение потребностей городского населения, обеспечивая тем самым экономическую самодостаточность города (Вебер 2001).

Изначально рынки были объектом лишь экономических исследований, в центре внимания которых было изучение особенностей экономических сделок между участниками рынков, функционирование законов экономического обмена, значение и место рынков в местной, региональной и государственной экономике и др. Со второй половины XX века к этой теме стали обращаться представители других научных дисциплин: социологи, урбанисты и антропологи. Сочетание антропологических подходов с пониманием рынка Вебером открыло новые перспективы для исследования роли рынка в социально-политическом развитии городов (Geertz 1963). В рамках этих подходов рынок начал осознаваться не только как «место, сосредоточенное на производстве и потреблении товаров и услуг, то есть частный случай экономики» (Geertz 1978:28), но и как важный институт социальной организации общества, отражающий и создающий социальные статусы, культуру и экономические возможности его участников (Geertz 1963). Примечательно, что фокус сместился в сторону изучения отношений между участниками рынка как особой социальной системы, определяющей их экономическую составляющую (Geertz 1978:29).

Современные социологические и антропологические исследования рынков уходят все дальше от экономики, подчеркивая, что рынок – это не только социально-экономический, но и культурный феномен, который может отражать историю города или страны, особенности жизни горожан, а также активно влиять на городские процессы, повседневную жизнь людей и восприятие города (Воронкова, Сотникова и Паченков 2016).

¹ Следует отметить, что понятие «этнический рынок» отсутствует в повседневном языке горожан и является сугубо научным конструктом.

Постсоветские розничные рынки полностью подтверждают этот тезис. Возникшие на сломе эпох, рынки до сих пор служат зеркалом глобальных и локальных социально-политических и экономических трансформаций и, в частности, картины международной миграции. В российских городах отличительной чертой многих рынков является их этническое маркирование местным населением, которое является частью процессов этнизации городского пространства конца XX и начала XXI веков. (Григоричев и др. 2019). Так, этнически маркированные рынки являются неотъемлемой составляющей ряда постсоветских городов Сибири и Дальнего Востока (Дятлов и Григоричев 2017).

Концептуализация и формирование подходов к изучению данного феномена происходили в рамках исследований «этнической экономики» (Aldrich and Waldinger 1990; Bonacich 1973; Light 1994; Waldinger 1986). Объектом исследований здесь выступали не только рынки как особые локальности, но и практики торговли, ведения бизнеса у представителей этнических меньшинств, способы организации мигрантами предпринимательской деятельности (в том числе на базарах и рынках). В российской науке обращение к проблеме «этнических» рынков произошло в конце 1990-х – начале 2000-х годов в условиях постсоветских реалий (Дятлов и Кузнецов 2004; Тренин и Витковская 1999). Эти исследования акцентировали внимание на «этнических» рынках как локальности, порождающей особую систему социально-экономических отношений в городе. Феномен постсоветских «этнических» рынков нашел отражение и в западной науке (см., например, Hohnen 2004; Humphrey 2002). Функционирование рынков рассматривалось через анализ новых экономических условий (распад СССР и советской экономической модели) в сочетании с сохраняющимся в сознании людей советским мировоззрением и дискурсом (Hohnen 2004). Сосуществование старых и новых паттернов обуславливало процесс формирования нового социального порядка, отличающегося особой структурой и способами осуществления торговли при сохранении прежних представлений об отношениях между капиталом и трудом, стремлении к обогащению и т. д. Авторы определяли рынки как элементы формирования новой экономической системы, балансирующей на остатках старых и зачатках новых отношений (Humphrey 2002). Особо отмечалось, что в подобных гибридных условиях рынок приобретает высокую социальную значимость, проявляя себя институтом не только товарно-денежных, но и социальных отношений, что выражается в распространении разнообразных (и не всегда монетарных) практик, например, покупки товаров в кредит или отношений обмена-бартера, особенно распространенных в 1990-е (Humphrey 2002).

В ряде исследований рынки рассматриваются как одно из проявлений глобальных социально-экономических и миграционных процессов на местном уровне (Karrar 2013, 2019; Nyirí 2007). Анализ значения рынков на местном уровне в подобных исследованиях ограничивается их ролью в выстраивании трансграничных сетей и формировании локальностей активного взаимодействия местного населения с мигрантами. При этом в большинстве случаев рынки рассматриваются как такой элемент этой системы, который не оказывает существенного влияния на

социальное развитие принимающей стороны и возможности успешной интеграции мигрантов в местную среду (Nyíri 2007).

Кроме того, предметом исследований являются последствия изменений социально-экономической системы отношений (Levitt and Lamba-Nieves 2011; Spector 2008), участие мигрантов в экономике города и формировании новых элементов городской инфраструктуры (Журавская 2012; Рыжова 2003). При этом вопросы взаимосвязи изучаемых социально-экономических, культурных и прочих процессов с городским пространством, влияния рынков на конструирование и трансформации городских ландшафтов остаются практически без внимания. Исключение составляют историко-антропологические описания отдельных кейсов. В этом отношении особое значение для настоящего исследования имеют работы, посвященные изучению рынков Одессы (Humphrey and Skvirskaja 2009; Polese and Prigarin 2013), так как их авторы подчеркивают и обосновывают значимость городского контекста, в котором функционирует и развивается рынок. Однако названные статьи ограничиваются лишь указанием на взаимосвязь рынков с городом как на данность, которая остается вне фокуса внимания исследователя. Взаимосвязь рынка с городом рассматривается в контексте экономических отношений и политических дебатов, в то время как пространственная составляющая всего лишь маркирует местоположение рынка в городе.

Новейшая история Иркутска является настолько ярким примером тесного сосуществования и взаимосвязи «этнических» рынков и города, что настоятельно приглашает восполнить этот пробел. Как и везде в России, рынки появились в Иркутске в 1990-е вследствие челночной торговли, однако специфика географического положения и миграция из КНР обусловила их развитие в особом, «этническом» ключе (Дятлов 2014). Ослабление приграничного режима между Россией и Китаем способствовало активизации трансграничной миграции (Кайзер и Бредникова 2004) и формированию устойчивых социальных, культурных и экономических связей в приграничье. Для Дальнего Востока эти процессы имеют исторические корни: партнерство с Россией традиционно расценивалось в Китае как престижное и было выгодным для российской стороны (Сорокина 2014), что обеспечило благодатную почву для развития таких отношений в условиях ослабления контроля и развития рыночной экономики. Те же процессы, хотя и в меньших масштабах, характеризуют ситуацию в Сибири, ставшей еще одной точкой притяжения мигрантов из Китая (Дятлов 2016) – в частности, в Иркутске.

Для Иркутска эти процессы стали определяющими с точки зрения не только экономического, но и пространственного развития города. В результате притока мигрантов из Китая в городе образовались места концентрации мигрантов, наличие которых в данном случае означает то, что место работы (и торговли) совпадает с местом проживания мигрантов. Именно граждане Китая заняли ключевые позиции в городском пространстве и сформировали крупнейший в городе «этнический» рынок («Шанхай») в городском центре. Особенности его функционирования и развития в дальнейшем определили характер трансформаций пространства Иркутска. «Шанхай» и другие «этнические» рынки достаточно быстро интегрировались как в городское пространство, так и во все сферы жизни местно-

го сообщества и стали играть заметную роль в городе: финансовые и торговые потоки, связанные с рынками, заняли значительное место в экономике города, принося прибыль не только мигрантам, работающим на рынках, но и городу (в том числе через систему налогообложения) (Дятлов и Кузнецов 2004); разнообразие товарного ассортимента в сочетании с невысокими ценами улучшило качество жизни населения, а в некоторых случаях стало механизмом выживания в условиях кризиса. Наконец, территории, на которых развернулась торговля, активно включились в повседневную жизнь города, а преобразование некоторых из них до сих пор вызывает горячие дискуссии у местных администраторов, архитекторов и представителей общественности.

Основной задачей исследования является анализ рынков в качестве значимой части и механизма трансформации городского пространства. Важно рассмотреть, какую роль играют «этнические» рынки в изменениях пространства города. Особое внимание уделяется социальным взаимодействиям и практикам, сложившимся вокруг «Шанхая» и «Китай-города» – двух наиболее известных и значимых в Иркутске «этнических» рынков. Привлечены также данные, собранные на нескольких менее крупных рынках.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для понимания роли «этнических» рынков в постсоветском городе я обращаюсь к теории социального пространства Анри Лефевра о комплексности и сложности пространственных измерений (Лефевр [1974] 2015). Лефевр утверждал, что пространство не сводится лишь к материальному миру или представлениям о пространстве, а является динамичным процессом производства и воспроизводства нескольких взаимосвязанных элементов. Первым элементом он называл *пространственные практики* – производство материальных объектов и социальных форм взаимодействия в регулярных, ежедневных действиях людей. Именно практики, по мнению Лефевра, являются связующим звеном между представлениями о пространстве и взаимодействиями с ним, а значит, они и определяют пространственные структуры и их дальнейшее развитие. Второй элемент – это *репрезентации пространства*, то, как его видят и интерпретируют исследователи, архитекторы, чиновники и другие акторы, способные создавать и изменять пространство города. Третий элемент – *пространства репрезентаций*, то, как горожане воспринимают свое жизненное пространство («обжитое пространство»), какими смыслами его наделяют. Обжитое пространство соединяет в себе реальное и воображаемое (Бедаш 2012).

Дальнейшим развитием идей о социальных измерениях физического пространства занимались исследователи в области нового урбанизма Дэвид Харви (Harvey 1997), Эдвард Сойя (Soja 2000), Стюарт Элден (Elden 2004) и др. Так, Харви, изучая взаимодействие капитала с физической средой города, подчеркивал, что социальное развитие воплощается в материальных формах, определяющих эффективность города. Это выражается в том, что пространство (физическая среда) одновременно сохраняет старые формы своей организации и в то же время

регулярно изменяется, реагируя на новые условия функционирования. Отсюда его противоречивость, порождающая в дальнейшем ряд проблем. По мнению исследователя, анализ подобных противоречий способствует решению возникающих проблем. Для этого он должен быть сосредоточен на взаимосвязи социальных процессов с городской географией (Harvey 1997).

Тех же взглядов придерживается Со́я, утверждая, что любое общество имеет пространственное измерение. Тем не менее, особое внимание в социальных исследованиях следует уделять социальному измерению территории, а не наоборот, поскольку именно взаимодействия людей наполняют пространство содержанием (Soja 2000).

В предпринятом здесь анализе используются также методологические схемы и способы концептуализации эмпирических данных, сформулированные Кевином Линчем в области ментального картирования (Lynch 1960). В своих исследованиях он фокусируется на анализе визуальных характеристик города, а точнее – их когнитивного отражения в сознании горожан. Он оперирует понятием *образ города*, который состоит из нескольких элементов, анализ которых позволяет выявить не только визуально фиксируемые практики и взаимодействия, но и скрытые характеристики, включая степень опознаваемости пространства, границы той или иной локальности или района, символическое значение мест и др.

В настоящей статье я буду рассматривать «этнические» рынки как комплекс взаимосвязанных отношений и практик, характеризующих рынки не просто как важную городскую инфраструктуру, но как механизм трансформации городского пространства. Экономическая составляющая в исследовании вынесена за скобки, так как моей целью является изучение роли «этнических» рынков в трансформациях городского пространства Иркутска.

Инструментальность концепции Лефевра позволяет представить «этнический» рынок как средоточие социально-пространственных связей и ментальных репрезентаций. Тем самым данная концепция не только обеспечивает комплексность изучения физического пространства и наполняющих его социальных отношений, но и акцентирует внимание на их взаимосвязи и дальнейшем развитии.

Исследование условий формирования и преобразования рынков с позиции теории Лефевра позволит показать то, какие изменения происходили на всех трех уровнях, как эти процессы связаны между собой, а также то, каким образом в рамках развития «этнических» рынков конструируется городское пространство. Концепция образа города Линча, объясняющая особенности ментальных представлений людей о городе, в свою очередь согласуется во многих аспектах с теорией пространства Лефевра. Оба исследователя признают значение представлений людей для преобразований физического пространства, при этом указывая на значимость не столько самого образа или его элементов, сколько взаимосвязей и зависимостей между ними. Именно они обеспечивают связность воображаемого измерения и реального пространства и играют решающую роль в процессах конструирования социального пространства. Таким образом, идеи Лефевра и Линча используются в статье для объяснения того, каким образом происходит формирование и трансформации пространства города.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Эмпирические материалы для исследования были собраны в ходе серии наблюдений на рынках, интервью с его посетителями, а также составления ментальных карт. В 2015–2018 годах проводились наблюдения на «этнических» рынках Иркутска («Шанхай», «Китай-Город», «Волжский») с целью фиксации особенностей их функционирования и характера взаимодействий людей в процессе посещения рынка. Выделение объектов для анализа проводилось на основе сопоставления данных опроса горожан и наблюдений за городскими рынками по специально разработанным критериям². Были проведены также полужформализованные интервью с жителями Иркутска (25 интервью), которые позволили получить подробную информацию о конкретных практиках посещения (или избегания) «этнических» рынков, причинах и мотивах совершаемых действий и отношении горожан к рынкам.

Кроме интервью и наблюдений, в статье используются ментальные карты, составленные информантами по просьбе исследователя. Этот метод позволяет выявить представления людей об особенностях структуры, функционирования рынков и возникающих образов. Сбор карт проводился в феврале 2017 года на рынке «Шанхай» по принципу случайной выборки. Всего было собрано 10 карт с комментариями информантов. В исследовании приняли участие 8 женщин и 2 мужчин в возрасте от 19 до 48 лет, посещавшие рынок с разными целями (шопинг, посещение банка, ожидание общественного транспорта на остановке у рынка). Выбор «Шанхая» в качестве объекта исследования обусловлен его расположением в городе и особенностями пространственной организации. Рынок имеет размытые границы, находится рядом с несколькими крупными транспортными узлами, на его территории имеются большие торговые площади. Описание рынка информантами с помощью ментальных карт позволило выявить, каким образом горожане видят и воспринимают его границы, взаимосвязи с другими пространственными объектами «здесь и сейчас», находясь прямо на территории рынка.

Также был проведен анализ материалов электронных медиа Иркутской области (информационных агентств и сетевых версий печатных СМИ). Сюжеты отбирались по наличию в текстах ключевых слов «китайский рынок», «шанхайка», «шанхай», «Китай-Город» и названий других этнически маркированных рынков Иркутска. Всего было проанализировано более 300 материалов за 2010–2018 годы. Временные рамки обусловлены началом кардинальных трансформаций рынков, вызванных осуществлением мер по ликвидации открытых торговых площадей. Целью анализа новостных сюжетов интернет-СМИ была реконструкция событий, связанных с этими процессами, а также выявление касающейся исследуемой темы риторики представителей городской администрации. Наиболее заметные изменения, произошедшие с рынками и пространством города в целом, осуществлялись на фоне конфликта администрации города с предпринимателями и мигрантами, занятыми на рынках. В этих событиях наиболее ярко проявляется

² Подробнее о методике выделения «этнических» рынков в пространстве города см.: Брызгина (2015).

значимость «этнических» рынков в качестве городской инфраструктуры, которая до этого не рефлексировалась ни горожанами, ни городскими планировщиками. Однако появление рынков в актуальной повестке дня демонстрирует не только значимость фактора самих рынков, но и формирование определенных позиций и установок, обуславливающих пространственные трансформации города.

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ «ЭТНИЧЕСКИХ» РЫНКОВ ИРКУТСКА

Анализ формирования, развития и функционирования «этнических» рынков Иркутска строится на изучении двух из них: первый – крупнейшая торговая площадь города – «Шанхай», возникший вследствие притока мигрантов в конце 1990-х годов; второй – «Китай-Город» – новое торговое пространство, созданное в 2014 году в результате попыток преобразования пространства рынка «Шанхай».

Толчком к формированию рынка «Шанхай» послужил приезд в Иркутск мигрантов из Китая, развернувших торговлю на необорудованных для этого улицах в центре города. Этот стихийный захват пространства города подтолкнул городские власти к выделению специального места для торговли. В результате под рынок была выделена отдельная площадь в центре города, что обеспечило успешное развитие новой торговой площади.

В настоящее время рынок представляет собой обширную территорию, включающую несколько торговых центров («Шанхай-Сити молл», «Оазис»), торговые площади (торговая площадь им. Павла Чекотова, рынок «Перовский» и др.), парковки, заведения восточной кухни, а также небольшие частные магазины, парикмахерские, ателье и т. д. Несмотря на разнообразие торговых объектов, масштабы и специализацию, взаимосвязь их с рынком «Шанхай» зафиксирована и пространственно (расположение на территории рынка), и исторически (старые торговые ряды были заменены современными торговыми центрами, в которые переехали многие торговцы рынка), в результате чего в восприятии горожан пространство рынка по-прежнему характеризуется как целостная территория. Долгое время рынок носил стихийный характер: появление торговых рядов в 1990-е годы никем не контролировалось, поэтому центр города активно занимали мигранты из стран дальнего и ближнего зарубежья (Китай, Вьетнам, Корея, Кыргызстан, Узбекистан и др.), располагавшие свои товары на самодельных прилавках, впоследствии замененных контейнерами и стационарными павильонами. Однако с введением ограничений на участие мигрантов в уличной торговле федеральным законом «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс РФ», вступившим в силу в 2013 году, городская администрация начала активную борьбу с рынком.

Мэрия города, руководствуясь необходимостью соблюдения нового законодательства, эпидемиологических и санитарных норм, обеспечения безопасности и других предписаний, выдвинула требование произвести реорганизацию рынка и построить торговый центр, отвечающий всем нормам. Неповиновение грозило проведением регулярных рейдов и проверок различных служб, что и было впоследствии реализовано («Ежедневные рейды» 2014). Результатом этих мер стало

появление торгового центра («Шанхай-Сити молл»), внешне отвечающего современным стандартам. На фото (рис. 1) видно, какие изменения произошли с рынком. Часть павильонов переехали в новое здание. Оставшиеся территории были переданы в ведение местного предприятия (компания «Фортуна»), ввиду чего торговый центр оказался окружен несколькими торговыми площадями, выросшими из старого рынка. Таким образом, превращение стихийного рынка «Шанхай» в торговый центр происходило под влиянием мер по борьбе городской администрации с «этническим» рынком в центре города, которые частично привели к ликвидации торгового «кластера». Такое изменение рынка можно рассматривать как естественный процесс, вызванный трансформацией социальных отношений, структуры и нужд городского сообщества (Григоричев 2015).



Рис. 1. Рынок «Шанхай» до и после изменений

Несмотря на описанные трансформации, «Шанхай» как крупнейший «этнический» рынок города не исчез из городской повседневности: вместе с названием новый торговый центр унаследовал образ «этнического» рынка. Более того, за измененной формой рынка сохраняется и его первичное содержание: торговое пространство внутри нового торгового центра «Шанхай-Сити» организовано так же, как и на рынке. Внутри расположены ряды открытых павильонов для торговли, заваленные разнообразными товарами, торговцы сидят рядом и работают, общаются с покупателями. Заходя внутрь, покупатели попадают на тот же рынок, который они помнят: продавцы бегают в соседние павильоны и на склады, покупатели тут же примеряют одежду, стоя на «картонке», посетители активно торгуются с продавцами, сбивая цену, и т. д. Социальный и этнический состав работников рынка фактически также остался прежним: основную массу работников нового торгового центра составляют торговцы с бывшего рынка, которые смогли себе позволить арендовать место в новом здании; остальные либо перебрались на близлежащие территории (площадь Чекотова, рынок «Перовский»), либо переехали в «Китай-Город».

История формирования второго рынка «Китай-Город» существенно отличается. Это место появилось в процессе переноса бывшего стихийного рынка «Шанхай», располагавшегося в центральном районе Иркутска, на городскую окраину. Этот процесс был инициирован городской администрацией во время борьбы со стихийной торговлей в центре города в 2010–2014 годах. Новое место торговли представляет собой не самостоятельно сложившийся рынок, а скорее, новую фазу существования «Шанхая» – большой торговый комплекс с павильонами внутри. По замыслу властей он должен был стать хорошо структурированным, а значит легко поддающимся управлению, объектом. Однако в процессе развития «Китай-город» быстро вышел за изначально заданные пределы (территориально и организационно), изменяя структуру и расширяя границы (Григоричев 2015). Около большого павильона основного здания сегодня теснятся неформальные торговые ряды, нарушающие общую планировку «Китай-Города» и напоминающие «Шанхай» начала 2000-х годов: самовозведенные деревянные прилавки, установленные плотными рядами, расположены в местах, не предназначенных для торговли (в случае «Китай-Города» прямо на парковке) (рис. 2). При этом «внешняя» форма рынка существенно отличается от его «содержания», как и в случае «Шанхая». Организованное, на первый взгляд, пространство развивается по-прежнему стихийно. Кроме того, ярко выраженные визуальные маркеры «китайскости» рынка скрывают мультиэтническое наполнение как в ассортименте товара, который привозят не только из Китая, но и из Вьетнама, Узбекистана, Кыргызстана и так далее, так и в этническом составе торговцев, среди которых преобладают граждане из стран Центральной Азии (бишкекские ряды, кафе узбекской кухни и др.).



Рис. 2. Открытый рынок около «Китай-Города»

Помимо того, что подавляющую часть торговцев «Китай-Города» составляли работники «Шанхая», которые вынуждены были добровольно или под воздействием местной власти переехать на новый рынок, связь «Китай-Города» с «Шанхаем» четко зафиксировалась и в сознании горожан (Григоричев 2015). Иными словами, преемственность рынков укоренилась не только на материальном, но и на ментальном уровне. Таким образом, «Китай-город» является не самостоятельным рынком, а скорее продолжением «Шанхая», и в этом смысле повторяет траекторию его развития на новом месте (Григоричев 2015). Преемственность выражается и в наружной рекламе: территория «Шанхая» пестрит баннерами и листовками, ориентирующими население на посещение нового рынка («Китай-Города») (рис. 3).



Рис. 3. Баннер с рекламой рынка «Китай-Город», размещенный на территории рынка «Шанхай»

Кроме того, между «Шанхаем» и «Китай-городом», расположенными в разных частях Иркутска, существует и транспортная связь – специальный общественный маршрут, доставляющий покупателей и торговцев с одного рынка на другой.

Помимо этих новых торговых центров, выросших из бывшего стихийного рынка, по городу разбросаны более мелкие рынки, которые маркируются местными жителями как «этнические». В большинстве случаев они не являются самостоя-

тельными объектами, обычно мигранты разворачивают торговлю промышленными товарами на продовольственных и сельскохозяйственных рынках города. В силу этого многие из этих торговых точек не имеют юридического статуса и не фиксируются в официальных источниках данных о городских предприятиях (Григоричев 2015). Одним из них является рынок «Волжский», расположенный в Октябрьском районе города. Он находится недалеко от торгового центра «Шанхай», однако не относится к территории центра. Его местоположение привязано к зоне продовольственной торговли, а главная функция связана с обеспечением продовольственными товарами жителей прилегающего к нему района.

«Волжский» возник в середине 1990-х годов в ходе реорганизации городского пространства: располагавшиеся неподалеку «китайские» ряды, появившиеся на незанятой территории, были расформированы, в результате чего китайцы переехали на соседнюю территорию еще формирующегося в то время продовольственного рынка. Позднее, с ростом популярности этого места торговли у горожан, на территории рынка стали появляться прилавки и павильоны, торгующие преимущественно продуктами местного производства (мясо, рыба, молочная продукция, кондитерские изделия и т. д.). В настоящее время продуктовый рынок составляет основу, а сектор, в котором торгуют мигранты, предлагает местным жителям промышленные товары (одежду, обувь, кухонную утварь, предметы быта и т. д.). Фактически сегмент «этнической» торговли на «Волжском» является частью продовольственного рынка, занимая небольшую площадь в несколько павильонов на его территории.

Интересно то, что рынок возник на территории, ранее исключенной из жизни горожан. Жители района с трудом вспоминают, что располагалось на этом месте до появления рынка, отмечая, что до его открытия их взаимодействие с пространством здесь ограничивалось ожиданием транспорта. Так, на вопрос интервьюера о том, что находилось на месте рынка ранее, был дан такой ответ: «Хм... Даже не знаю. Напротив был дом жилой, он и сейчас там. А на рынке... Помню, какие-то дома деревянные, вроде... Жилые или нет, не знаю. Я туда только на трамвай бегал, как-то и не обращал внимания, что там такое...» (Полевые материалы автора, далее – ПМА).

Несмотря на то, что около половины пространства рынка занято торговыми точками, принадлежащими мигрантам, большинство опрошенных жителей, посещающих рынок, определяют его прежде всего через пространственные, экономические и социальные (а не этнические) категории. Для них рынок – это в первую очередь место продажи разнообразных недорогих товаров, расположенное в шаговой доступности, место встречи со знакомыми и соседями: «Туда только к одной женщине ходила. Как-то раз купила ребенку курточку, мы с ней разговорились. С тех пор, когда что-то нужно было, говорила ей, она отвечала: “Привезем через две недели”. Или: “Через месяц”. Потом я приходила и забирала...» (ПМА). Среди местного населения рынок не маркирован как «этнический» или «мигрантский», скорее, он воспринимается как место для покупок товаров эконом-класса, и хотя «Волжский» стал ответом на запрос жителей на объект торговой инфраструктуры эконом-класса в условиях кризиса, с появлением конкурирующих магазинов он

сохраняет востребованность у горожан. Благодаря появлению «китайской» торговли рынок из продовольственного стал универсальным, что делает его привлекательным как для покупателей, основную часть которых составляют люди пожилого и зрелого возраста, так и для мигрантов-торговцев. Спрос на товары широкого потребления и трансформация структуры миграции способствовали расширению ассортимента рынка и его развитию в полиэтничном ключе. В настоящее время на «китайском» рынке работают не только граждане КНР, но и мигранты из стран Центральной Азии, в связи с чем из обихода уходит восприятие рынка как «китайки» или «местной шанхайки», а присутствие мигрантов воспринимается посетителями как само собой разумеющееся: «Да, китайцы тут давно... И узбеки есть сейчас, и киргизы овощами торгуют. Они везде сейчас, уже и не обращаешь внимания, некоторые как свои, и за здоровье справиться могут, и привет жене передать...» (ПМА).

Можно констатировать, что, в отличие от крупных рынков, включенных не только в местные, но и в региональные сети отношений, небольшие рынки имеют особое значение для воспроизводства локальности и сообщества (community). На таких рынках межличностное взаимодействие между торговцами (мигрантами) и посетителями (жителями близлежащих районов) оказывается первостепенным, что в свою очередь наделяет локальные рынки еще одной функцией – они являются местом интеграции мигрантов (Григоричев и Пинигина 2014).

Большинство небольших рынков Иркутска переживает изменения: редуют торговые ряды, закрываются павильоны, снижается посещаемость. В связи с этим происходят изменения в пространственной организации города: исчезают павильоны и даже целые торговые ряды, появляются альтернативные рынкам магазины и торговые центры, трансформируется характер взаимодействия горожан с пространством города.

Тем не менее, несмотря на исчезновение прошлых «стихийных» «этнических» рынков, их интеграцию в новом виде в городскую среду, они остаются важным фактором, определяющим пространственное развитие Иркутска. Формирующиеся и существующие на протяжении десятилетий в качестве мест инаковости и экзотики, контакта местного населения с восточной культурой (Григоричев и Пинигина 2014), этнически маркированные рынки, с одной стороны, воспринимаются как нечто чуждое, выбивающиеся из общей городской картины объекты; с другой – рынки оказываются активно включены в социальные и пространственные практики населения и прочно укоренены в городской среде. Несмотря на изменения этнического состава работников, вызванные трансформацией структуры миграционных потоков, маркеры «китайскости» рынков сохраняются и даже переносятся на новые торговые площади, функционируя не как признак чуждости, а уже как бренд, за которым закрепились особые цены и качества товаров, формы и условия взаимодействий, описанные выше (Дятлов 2015).

«Китай-Город», который планировался как альтернатива «Шанхаю», стал новым торговым местом, «унаследовавшим» определенный набор практик, способов взаимодействия, организации пространства, стереотипов и значения для города. В свою очередь локальные рынки адаптируются к новым условиям иным спосо-

бом: сливаются с другими торговыми площадями, превращаясь в универсальные ярмарки, трансформируются в торговые центры, переносятся на другие территории. Меняя свой облик и форму и даже исчезая, рынок остается фактором развития занимаемой ранее территории, определяя ее дальнейшее назначение (как место торговли), включая в повседневность горожан новые пространства, создавая новые маршруты и т. д.

«ЭТНИЧЕСКИЕ» РЫНКИ В МЕНТАЛЬНЫХ КАРТАХ ГОРОЖАН

Для исследования восприятия и представлений горожан об «этнических» рынках, их роли и значения для жизни использовалась методика ментального картирования Линча. В контексте идей Лефевра о социальной сконструированности пространства, а также его последователей, утверждающих, что «места сконструированы вдвойне: большинство построены или в некотором роде физически вырезаны», что «они также еще интерпретируются, описываются, воспринимаются, чувствуются, понимаются и воображаются» (Сойя 2008:174), «этнические» рынки оказываются не просто местом трудовых практик мигрантов, их экономической зоной, но и важным узлом формирования представлений и образов, оказывающих влияние не только на восприятие и отношение к городу и мигрантам, но и на способы взаимодействия людей с городом и в городе (Веселкова 2010; Недосека и Волков 2014).

В настоящем исследовании был использован метод графического изображения территории – методика ментального картирования (Lynch 1960). Информантам предлагалось изобразить на бумаге карту/схему, которая, по их мнению, отображает рынок «Шанхай». По результатам анализа полученных материалов удалось выделить несколько ключевых элементов, отмечаемых респондентами.

Являясь частью пространства города, открытые рынки в представлении жителей выступают как обыденные, ничем не выделяющиеся объекты. Кроме того, в силу их постепенного ухода с авансцены экономики российских городов, рынки трансформируются в другие форматы (торговые центры и моллы), что существенно видоизменяет их природу и превращает в «ускользающую натуру» (Григоричев и др. 2019), в феномен, который изучается посредством реконструирования их развития с помощью письменных источников и воспоминаний людей о том, какими рынки были до произошедших изменений. Именно последнюю задачу позволяет решить использование метода ментального картирования.

Торговый центр «Шанхай-Сити молл» остается центром территории, которую занимал рынок «Шанхай» и с которым эта территория по-прежнему ассоциируется во многом из-за названия, полученного «в наследство» от рынка. На мой взгляд, восприятие торгового центра как основного места торговли связано с тем, что, несмотря на видоизменение внешней формы, содержание осталось прежним: в молле, как и раньше на рынке, сохраняются те же пространственные практики торговли и отношений «покупатель – продавец».

Во всех картах присутствует еще один важный элемент района – дорога с обозначением остановок общественного транспорта, светофоров, трамвайных пу-

тей, а иногда и направлений движения. Дорога на картах, изображаемых жителями, служит прежде всего границей, разделяющей рынок на сегменты. Следует подчеркнуть, что рисунки содержат не только инфраструктуру торговых центров, но и другие ближайшие городские объекты: магазины, банк, музей, гостиницы, кафе, и т. д. Возможно, это связано с тем, что для горожан рынок – не только несколько торговых центров, где можно купить необходимые вещи, но и пространство, на котором можно встретиться со знакомыми, пообедать во время перерыва на работе, мимо рынка можно просто пройти/проехать. Для жителей города рынок является местом, где удовлетворяются не только экономические потребности, но и социальные, досуговые, культурные.

Некоторые элементы, изображенные информантами на картах, являются для них ориентирами при понимании пространства района, в котором расположен рынок. Например, информантка обозначила на карте гостиницу (рис. 4), прокомментировав: «...Где-то здесь находится кафе, мы проезжаем мимо гостиницы, заворачиваем на светофоре и там “шашлычка”, в которой мы иногда обедаем...» (ПМА). Она рассматривала это место как ориентир, который указывает на часть рынка, включенную в ее повседневность.

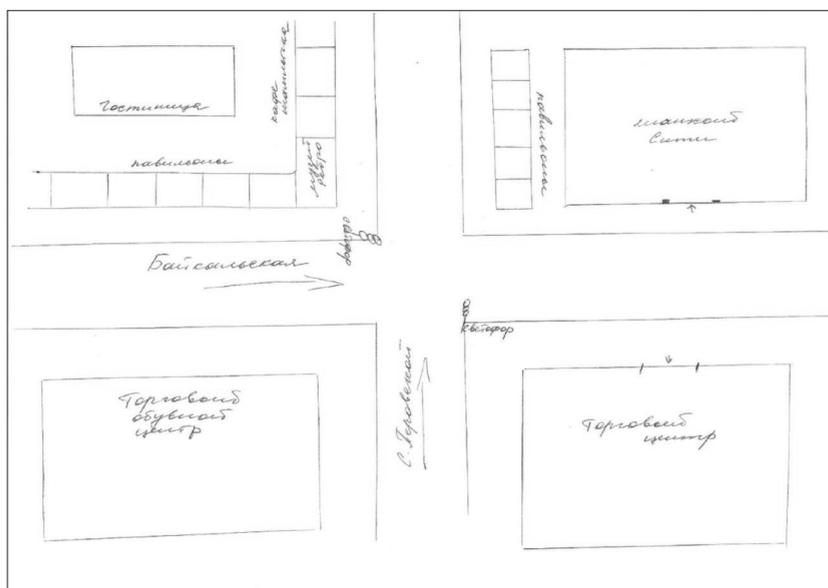


Рис. 4. Ментальная карта 1

Другой тип ориентиров – границы рынка. На одной из карт (рис. 5) элементы, изображенные в верхней части, по словам информанта, не входят в его «понимание» рынка «Шанхай», но указывают на его границы. Тем самым информант выделяет территорию рынка из более широкого торгового пространства, в которое включен рынок: «Вот здесь, за дорогой, это уже не “Шанхайка”. За этими магазинами начинается Центральный рынок, который появился раньше всего, еще при советской власти...» (ПМА). Граница в данном случае визуализирована лишь с

одной стороны, что подчеркивает неясность границ рынка в ментальном образе, сложившемся у горожан.

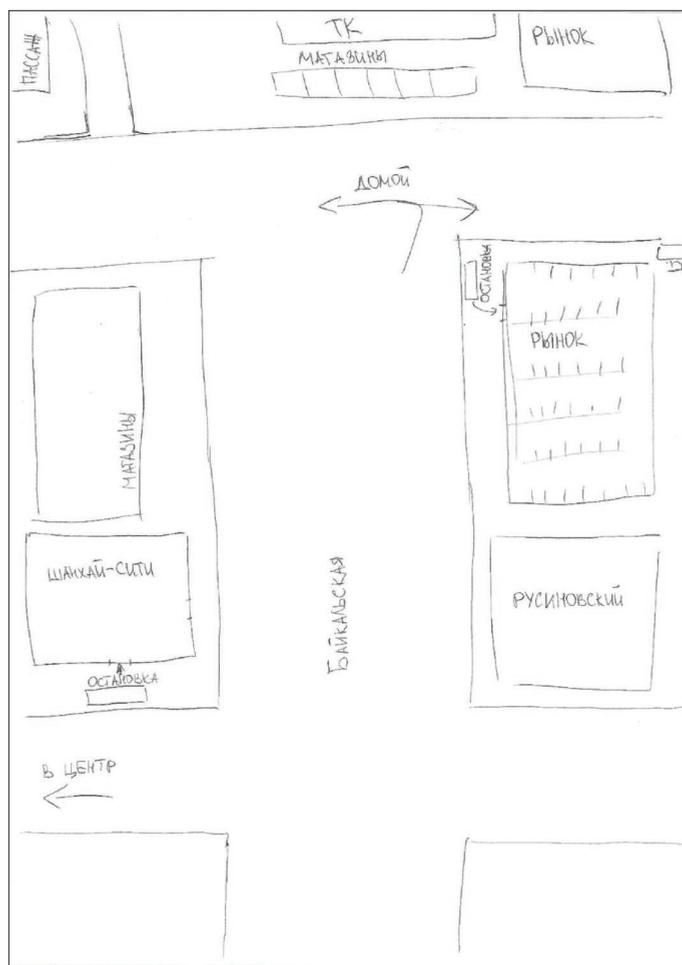


Рис. 5. Ментальная карта 2

Следует отметить, что информанты не отобразили на своих схемах структуру рынка. Все попытки изобразить расположение павильонов или обозначить внутреннюю структуру «Шанхай-Сити» по памяти представляют абсолютно разные картины, которые не совпадают с их реальным расположением (см. рис. 4–6). Торговые павильоны в структуре торгового центра и открытого рынка изображаются схематично.

Отчасти это связано с тем, что рынок постоянно трансформируется, павильоны переносятся, отсутствует какая-либо логика в расположении прилавков, структура его хаотична. Отсюда – «нечитаемость» его пространства и необходимость в постоянном освоении продуцируемого пространства, которое сопровождает практически каждое посещение рынка горожанами.

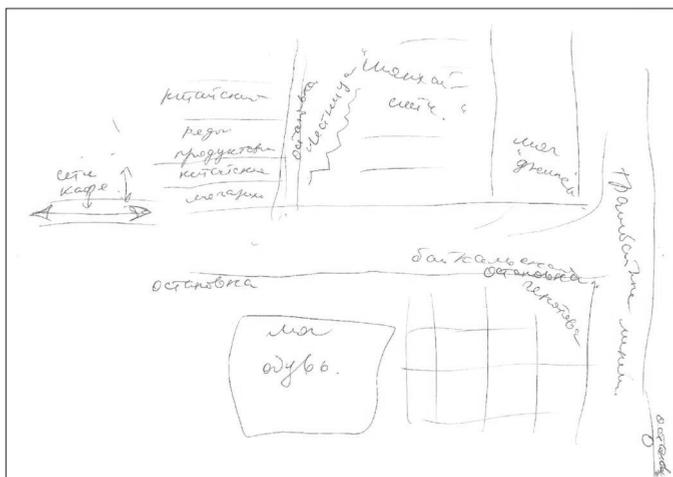


Рис. 6. Ментальная карта 3

Таким образом, ментальные карты визуализируют границы рынка, воспринимаемые горожанами (рис. 7). Примечательно, что границы пространства рынка, зафиксированные в ментальных картах (помечены на рисунке сиреневым цветом), оказываются существенно уже восприятия пространства рынка, выявленного в интервью и наблюдениях (зеленый цвет) (Хорие и Григоричев 2015). Такие расхождения в восприятии пространства рынка можно объяснить чрезвычайной подвижностью его фактических границ – стихийным развитием и политикой администраторов, которые неоднократно пытались разогнать рынок. Вследствие их действий торговцы перемещались на соседние пространства и рынок разрастался.

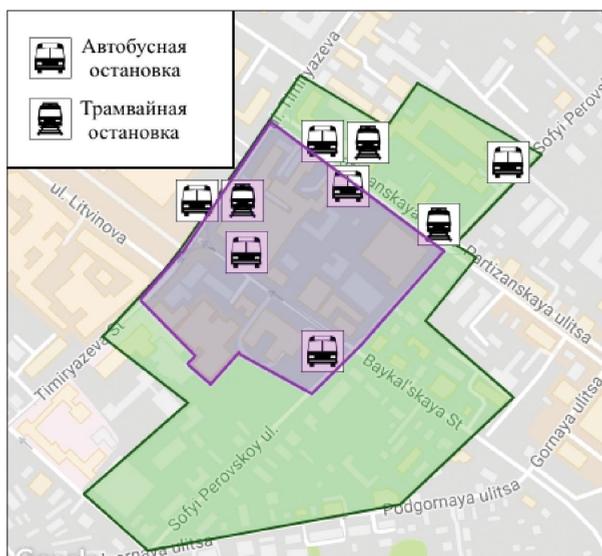


Рис. 7. Границы рынка: сравнение данных ментального картирования и материалов наблюдений

Анализ ментальных карт рынка «Шанхай» показывает, что его нынешний образ зиждется на представлениях, сложившихся в период формирования. Однако за тридцать лет существования в городе рынок претерпел большие изменения, вследствие которых его внешний облик значительно трансформировался (это относится и к размеру занимаемых территорий, и к организации торговли). При этом в целом образ современного «Шанхая» сосредоточен вокруг «Шанхай-Сити молла», что указывает не только на устойчивость образа, но и на фиксацию горожанами преемственности старого и нового рынка, отчасти обусловленную эксплуатацией образа, который закреплен в наименовании торгового центра и его оформлении.

Несмотря на внешние трансформации, внутренняя организация нового «Шанхая» и практики взаимодействия на рынке остаются практически неизменными, что способствует поддержанию образа «Шанхая» как специфического места («этнического» рынка) и в физическом, и в социальном измерении. Пространство рынка все еще отличается «нечитаемостью» внутренней структуры, низкой степенью освоенности горожанами, обусловленной динамикой происходящих изменений, а также пространственными взаимосвязями рынка с другими городскими системами, которые определяют многофункциональную природу пространства рынка и делают его одним из ключевых факторов пространственного развития города.

АНАЛИЗ ОБРАЗОВ «ЭТНИЧЕСКИХ» РЫНКОВ В МАСС-МЕДИА

Важнейшую роль в создании, трансформации и функционировании городских пространств играют представители местной администрации и городские планировщики и их представления об объекте воздействия (Скотт 2011). Именно проекты по преобразованию среды и замыслы, лежащие в их основе, составляют третий элемент триады Лефевра – репрезентации пространства (Лефевр [1974] 2015:219). В условиях трансформации управленческих процессов важнейшим элементом политического регулирования становятся масс-медиа.

Медийные образы «этнических» рынков, как правило, являются набором стереотипов, складывающихся из ярких и понятных для горожан сюжетов. Наиболее часто упоминаемыми из них являются попытки власти ликвидировать рынок «Шанхай»; пожары на территории «Шанхая»; информация о случаях правонарушения на территории рынков и их пресечении; открытие «Китай-города»; намерения власти благоустроить территории бывшего «Шанхая».

Данные, представленные в таблице 1, демонстрируют контекст, в котором рынки упоминаются в сообщениях информационных агентств региона. Как видно, речь идет преимущественно о сюжетах, посвященных каким-либо происшествиям или практикам устранения правонарушений в работе рынка; об описаниях рынков как источника дешевых товаров, места стихийной, незаконной торговли и концентрации мигрантов и т. д.

Таблица 1. Медийное описание «этнических» рынков Иркутска

Наименование рынка	Цитата
«Шанхай»	«Причину пожара на китайском рынке в центре Иркутска объявят через 10 дней...»; «После жестокого товарного дефицита периода перестройки китайские торговцы одевали и обували весь город...»; «Уже точно решено, что китайского рынка в центре Иркутска не будет...»; «Однако необходимость в дешевых товарах после ликвидации китайского рынка никуда не пропала...»; «Значительная часть рыночной площади перекрыта нелегальными маршрутками...»
«Китай-Город»	«Практически в одночасье вырос масштабный вещевой рынок “Китай-город”...»; «...Компания совместно с Региональным оптово-розничным торговым центром “Китай-город” запускает проект по организации бесплатного автобусного маршрута...»; «Организован рейд по проверке территории, прилегающей к рынку “Китай-город”...»
Другие рынки	«Продавца китайских товаров на рынке “Фортуна” задержали по подозрению в попытке дать взятку в Иркутске...»; «Рынок не оправдал свое название [...], работая на неблагоустроенной площади с необорудованными подъездами...»; «В Иркутске состоялось несколько рейдов, направленных на прекращение незаконной уличной торговли...»

Центральное место в медийных сюжетах занимает именно «Шанхай»: подавляющая часть проанализированных материалов так или иначе посвящена его описанию либо содержит упоминание о нем. Образы, складывающиеся на основе материалов о «Шанхае», проецируются на другие, более мелкие «этнические» рынки, независимо от того, попадают эти объекты в фокус внимания медиа или нет.

Следующий по количеству упоминаний в СМИ – второй крупнейший рынок Иркутска «Китай-город». Сюжеты, посвященные данному рынку, занимают сравнительно небольшую долю в медийном пространстве и носят в большей степени нейтральный, информационный характер. Вероятнее всего, это связано с его сравнительно недавним появлением в жизни города и периферийным расположением, которое во многом определяет его включение в городские процессы. Что касается менее крупных торговых локусов, они представлены в медиапространстве города единичными материалами. Все рынки города, упоминаемые в городских и региональных медиа, в целом имеют сходные черты, среди которых можно выделить несколько ключевых. Прежде всего это концентрация мигрантов и восприятие рынка как некоего «этнического» пространства. В подавляющем большинстве медийных сюжетов «этнические» рынки описаны как места, обеспечивающие занятость мигрантов из Китая и Центральной Азии. Их деятельность рассматривается как основное содержание функционирования рынков. Несмотря на то, что подобный ракурс имел определенные основания, поскольку появление феномена «этнических» рын-

ков в жизни Иркутска является следствием притока мигрантов и развития челночной торговли (Дятлов 2014), в настоящее время ситуация на рынках существенно изменилась. Рынки, маркируемые в СМИ как «этнические»/«китайские», уже давно изменили свое содержание, утратив те черты, за которые получили «этнический» статус: состав работников рынков представлен как мигрантами (не только из КНР, но и из других стран ближнего и дальнего зарубежья – Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан, Вьетнам, Южная Корея и др.), так и местными жителями.

Вторая тема, активно обсуждаемая СМИ, – это закрытость и обособленность мигрантских сообществ. Автономный характер рынков в контексте социальной жизни города подчеркивается в медийных текстах с помощью характерной лексики: «гетто», «улей», «анархическая республика», «город в городе» и т. д. В публикациях рынки упоминаются как закрытые пространства, развивающиеся по собственным, непонятым внешнему наблюдателю, законам и не допускающие проникновения посторонних в эту систему.

Третья тема – это нелегальность и криминализация, связанная с деятельностью рынков. В центре внимания практически всех проанализированных медиаисточников чаще всего оказываются сюжеты о нарушениях законодательства, сопровождающих функционирование рынков. Регулярно фиксируются нарушения, несанкционированная торговля, несоблюдение технических требований и правил безопасности, «теневая» занятость торговцев и случаи ограбления покупателей на рынках. Все эти проблемы упоминаются в тесной взаимосвязи с проблемой нелегальной миграции, которую считают одной из ключевых причин хаотичности, характеризующей рынки.

Четвертая тема, обсуждаемая в городских масс-медиа, – это деструктивное влияние рынков на развитие города (и на его внешний облик, и на внутригородскую организацию). Представители городской администрации в публичных выступлениях регулярно заявляют, что рынок портит визуальное восприятие города своим неприглядным видом; отличается устаревшей, «архаичной» организацией, нарушающей внутреннюю структуру города; затрудняет транспортное движение; функционирует в условиях несоблюдения технических и санитарных норм и т. д. В связи с этим рынок описывается как «клубок проблем» пространственного, социально-политического и экономического характера, создающий «головную боль для местной власти» (Байбородина 2012).

Примечательно, что конструирование негативного образа сопровождается в публикациях, посвященных рынкам, указанием на местоположение. Это связано с тем, что в фокусе медиа чаще других рынков находится «Шанхай», расположенный в центре города. Однако это не рефлексия по поводу особой роли рынков в развитии городской среды, а скорее способ подчеркнуть глубину отрицательных характеристик рынка, его негативную роль в развитии города.

Таким образом, проблематизация существования «этнических» рынков является доминантой в репрезентациях рынка в СМИ, активно используемых городской администрацией для создания негативного образа. В этой репрезентации акценты делаются на нарушении законодательства, отсутствии контроля, отталки-

вающем облике рынка. Описания мер по ликвидации рынков характеризуются риторикой борьбы, конфликт между представителями муниципальной власти и работниками рынка освещается как «война» или «боевые действия». Власть в этих сюжетах выступает как миротворческая сила, всячески пытающаяся избежать прямого столкновения с собственниками торговых павильонов, не пожелавших пойти на уступки и «развязавших войну».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Этнические» рынки представляют собой элемент городской инфраструктуры, который является важным связующим механизмом городского пространства Иркутска. Анализ развития «этнических» рынков в контексте глобальных социально-экономических процессов позволяет установить их экономическую значимость для населения. Появившись вследствие притока мигрантов, рынки сформировали особые локальности, определявшие экономическую жизнь города в 1990-е годы. Они снабжали население товарами в условиях кризиса. Однако такой подход существенно ограничивает возможности концептуализации социальной роли рынков в локальных масштабах.

Постепенное распространение рынков и особенности социальных взаимодействий, формирующих содержание их деятельности, демонстрировали органичное включение рынков в систему социальных отношений города. Вследствие этого рынки оказались не только ядром торговли, но и основой для формирования новых мест, отличающихся визуальным обликом (этнические маркеры), особой пространственной структурой, непонятной для тех, кто не знаком с этими объектами, а также высокой степенью интенсивности социальных взаимодействий. Именно эти объекты стали фактором развития физического и социального пространства города.

Помимо этого, «этнические» рынки обеспечивают выстраивание пространственных взаимосвязей города. Осмысление феномена рынков через призму идей Лефевра позволяет рассматривать их как особые пространства, социально-экономическая роль которых трансформируется и превращает рынки в несущую конструкцию города. Рынки оказываются связаны даже с удаленными районами, коммуникация между которыми налажена крайне слабо. Они способствуют усилению взаимосвязи между городскими районами и активизации взаимодействия людей с территориями, ранее исключенными из повседневности города в силу удаленности от центра, как в случае «Китай-Города». Более того, развитие обслуживающей инфраструктуры, сопровождающее трансформации рынков, способствует расширению возможностей использования пространства рынков не только как места торговли, но и досуга, тем самым обеспечивая многофункциональность пространства. Таким образом, «этнические» рынки прочно вошли в повседневность, стали частью инфраструктуры города, которая обеспечивает трансформацию и развитие его пространственной организации.

Превращение рынков в городскую инфраструктуру, включенную в различные городские системы и отношения, не только особенным образом структури-

рует пространство города, но и переформатирует сущность пространственных практик. Распространение «этнических» рынков формирует специфическую структуру, неформальную сеть, охватывающую все внутригородские территории и районы. Рынки в этой системе выступают в качестве узлов коммуникации и взаимодействий, соединение которых обеспечивается особыми каналами и механизмами, обуславливающими функционирование рынков в качестве хозяйствующих субъектов. Притяжение людей и товаров влечет за собой высокую плотность взаимодействий и формирует набор взаимоотношений и систему связей вокруг «этнических» рынков. В результате они оказываются не просто «торговыми комплексами», но важными узлами коммуникаций мигрантов с принимающим сообществом.

Непосредственная коммуникация с пространством рынков также определяется особенностями его развития. Стихийная организация внутреннего пространства рынков обуславливает специфику взаимодействия людей с рынками, в ходе которых посетители обращаются к собственному опыту и знанию города, опираются на собственные представления о рынках. В терминах Лефевра, происходит слияние материального и обживаемого пространства, в результате чего наблюдается трансформация социально-пространственных практик (круг производства пространства замыкается).

Характер сформированных представлений и наличие (или отсутствие) личного опыта взаимодействия с рынками обуславливает частоту и степень интенсивности социальных интеракций, так как знание того, как функционируют и взаимосвязаны системы, в которые включены рынки, как организована торговля, предоставляет человеку множество вариантов в конструировании индивидуальных стратегий проживания и освоения пространства.

Следует подчеркнуть, что «этнические» рынки создают и множество управленческих проблем (Дятлов 2014), которые составляют оборотную сторону их укорененности в пространстве. В связи с этим рынки оказываются в поле пристального внимания и особого контроля местных властей, действия которых, как правило, ориентированы на вытеснение рынков на периферию города или полную ликвидацию. Логика управленческой деятельности, в свою очередь, зачастую не соответствует двум другим уровням организации пространства, в результате чего на уровне пространственных практик формируются особые тактики (Certeau 1984), позволяющие не просто игнорировать заданную структуру, но впоследствии и изменять ее.

Анализ образов, воспроизводимых в медиа, демонстрирует существенные противоречия, возникающие между пространством репрезентаций и репрезентациями пространства. Последним присуще доминирование над обыденным восприятием, которое в случае «этнических» рынков ярко иллюстрируется медийной риторикой. Формируемые образы служат обоснованием стремления городской власти вытеснить рынки из городского пространства. Однако ее усилия оказываются безуспешными, поскольку «этнические» рынки переносятся на периферию физического пространства, но не перестают оказывать воздействие на него, сохраняя важное место в социальном пространстве города.

Противоречия репрезентаций пространства наблюдаются и в отношении с пространственными практиками, которые обуславливают устойчивость «этнических» рынков в пространстве Иркутска (Grigoriev 2016) и определяют характер протекающих в городе процессов в целом. В связи с этим рефлексия повседневности способствует расширению возможностей интерпретации городской реальности и обеспечивает конструктивный подход власти к выявлению проблем и организации мероприятий по их решению. Это позволяет заключить, что «этнические» рынки в Иркутске являются органичной частью городского пространства. Несмотря на изменения, происходящие под воздействием местной власти, рынки продолжают оказывать влияние на развитие городской структуры и повседневные практики горожан. Устойчивость влияния рынков обуславливает их сохранение в качестве особой структуры.

Особенности и тенденции развития «этнических» рынков Иркутска, характеризующие их как изменчивые, нестабильные системы, позволяют рассматривать рынки в более широком контексте в качестве механизма трансформации города из прочной, организованной структуры в текучую, изменчивую сущность. В условиях постсоветских реалий эта роль оказывается определяющей, поскольку рынки предстают не только частью этого процесса, но и фактором, воздействующим на становление новых практик и отношений. Разрушение устойчивых форм взаимодействия людей с пространством и их замена на разовые интеракции и практики, реализация которых базируется на индивидуальных представлениях и стратегиях проживания, задают новые условия существования людей в реалиях постсоветского города. Формируются принципиально иные инструменты осуществления политической власти, основанной на результатах деятельности масс-медиа, набор повседневных практик и отношений, составляющих основное содержание социальной жизни города, образов и представлений, образующих символическое пространство, в сторону которого смещается борьба за власть.

Иначе говоря, «этнические» рынки являются важным элементом в процессах модернизации города и жизни городских сообществ в «гибкие формы текучей современности» (Бауман 2008), главным условием которой является неустойчивость существующих паттернов общественных отношений, их постоянная изменчивость и динамичность. Именно в таких условиях происходит дальнейшее социально-политическое развитие не только города, но и общества в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Байбородина, Алена. 2012. «Шанхайку» перенесут?». *Байкал-Инфо*, 15 ноября. <http://baikal-info.ru/sm/2012/45/005007.html>.
- Бауман, Зигмунт. 2008. *Текучая современность*. СПб.: Питер.
- Бедаш, Юлия. 2012. «Концепция социального пространства Анри Лефевра». *Вестник Томского государственного педагогического университета* 11(126):219–224.
- Брязгина, Диана. 2015. «Китайские» рынки Иркутска: в поисках невидимой сети». С. 124–140 в *Этнические рынки в России: пространство торгового места встречи*, под ред. Виктора Дятлова и Константина Григоричева. Иркутск: Иркутский государственный университет.
- Вебер, Макс. 2001. *История хозяйства. Город*. М.: Конан-пресс-Ц, Кучково поле.

- Веселкова, Наталья. 2010. «Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования». *Социология: методология, методы, математическое моделирование* (4М) 31:2–29.
- Воронкова, Лилия, Екатерина Сотникова и Олег Паченков. 2016. «“Это не рынок”: игра с форматами». *Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований* 1(4):142–181.
- Григоричев, Константин. 2015. «Базар и город: “китайский” рынок как точка сборки городского пространства». С. 86–104 в *Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи*, под ред. Виктора Дятлова и Константина Григоричева. Иркутск: Иркутский государственный университет.
- Григоричев, Константин, Виктор Дятлов, Дмитрий Тимошкин и Диана Брызгина. 2019. *Базар и город: пространства, образы*. Иркутск: «Оттиск».
- Григоричев, Константин и Юлия Пинигина. 2014. «Два мира на Мира, 2: “китайский” рынок в повседневности города». *Известия Иркутского государственного университета. Сер. «Политология. Религиоведение»* 10:136–153.
- Дятлов, Виктор. 2014. «“Китайский” рынок “Шанхай” в Иркутске: роль в жизни городского сообщества». *Известия Иркутского государственного университета. Сер. «Политология. Религиоведение»* 10:103–119.
- Дятлов, Виктор. 2015. «“Этнические рынки” в современной России – ускользающий объект исследовательского внимания». С. 16–41 в *Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи*, под ред. Виктора Дятлова и Константина Григоричева. Иркутск: Иркутский государственный университет.
- Дятлов, Виктор. 2016. «Восток на Востоке России: китайские мигранты в переселенческом обществе (позднеимперская и постсоветская эпохи)». С. 124–144 в *Восток на Востоке, в России и на Западе: трансграничные миграции и диаспоры*, под ред. Сергея Панарнина. СПб.: «Нестор-История».
- Дятлов, Виктор и Константин Григоричев. 2017. «“Китайские рынки”: роль в постсоциалистической трансформации». *Вестник Томского государственного университета* 419:121–132. doi:10.17223/15617793/419/16.
- Дятлов, Виктор, Татьяна Журавская, Андриан Охотников, Лидия Перевалова и Екатерина Собенникова. 2009. «“Китайские рынки” российских городов – уходящая натура?». С. 249–288 в *Трансграничные миграции и принимающее общество: механизмы и практики взаимной адаптации*, под ред. Виктора Дятлова. Екатеринбург: Уральский государственный университет им. А. М. Горького.
- Дятлов, Виктор и Роман Кузнецов. 2004. «“Шанхай” в центре Иркутска. Экология китайского рынка». *Экономическая социология* 5(4):56–71.
- «Ежедневные рейды по проверке санитарного состояния проводятся в Иркутске». 2014. *IrkutskMedia.ru*, 4 апреля. <https://irkutskmedia.ru/news/348128/?from=48>.
- Журавская, Татьяна. 2012. «“Китайский” торговый центр vs. “китайский” рынок: что изменилось со времени запрета на торговлю иностранцев на розничных рынках (на примере Амурской области)». *Полития* 67(4):104–123.
- Ильин, Владимир и Марина Ильина. 2001. *Российский базар: социальная организация и маркетинг*. Сыктывкар: Изд-во Сыктывкарского университета.
- Кайзер, Маркус и Ольга Бредникова. 2004. «Транснационализм и транслокальность (комментарии к терминологии)». С. 133–146 в *Миграция и национальное государство*, под ред. Татьяны Бараулиной и Оксаны Карпенко. СПб.: ЦНСИ.
- Лефевр, Анри. [1974] 2015. *Производство пространства*. М.: Strelka Press.
- Недосека, Елена и Владимир Волков. 2014. «Ментальная репрезентация пространства молодежи г. Мурманск». *Регионоведение* 4:179–189.
- Паченков, Олег. 2004. «Блошиный рынок в перспективе социальной политики: “бельмо на глазу” города или институт “повседневной экономики”?». С. 271–314 в *Социальная политика: реалии XXI века*. М.: Поматур.

- Радаев, Вадим. 2007. *Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле*. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ.
- Рыжова, Наталья. 2003. «Трансграничный рынок в Благовещенске: формирование новой реальности деловыми сетями “челноков”». *Экономическая социология* 4(5):54–71.
- Рязанцев, Сергей. 2000. «Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов». *Общественные науки и современность* 5:73–86.
- Скотт, Джеймс. 2011. «Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни». *Управление мегаполисом* 6:23–63.
- Соя, Эдвард. 2008. «Как писать о городе с точки зрения пространства?». *Логос* 3(66):130–140.
- Сорокина, Татьяна. 2014. «“Заветная мысль каждого китайца”: форматы китайской торговли в Приамурском крае на рубеже XIX–XX вв.». *Известия Иркутского государственного университета. Сер. «Политология. Религиоведение»* 10:84–102.
- Тренин, Дмитрий и Галина Витковская. 1999. «Введение». С. 7–8 в *Перспективы Дальневосточного региона: китайский фактор: материалы конференции*. М.: Московский Центр Карнеги.
- Хорие, Норио и Константин Григоричев. 2015. «Эволюция китайских рынков в Сибири: пересборка “китайскости” и открытие “закрытых” локальностей». С. 141–158 в *Этнические рынки в России: пространство торгового и места встречи*, под ред. Виктора Дятлова и Константина Григоричева. Иркутск: Иркутский государственный университет.
- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. 1990. “Ethnicity and Entrepreneurship.” *Annual Review of Sociology* 69(3):111–135.
- Bonacich, Edna. 1973. “A Theory of Middleman Minorities.” *American Sociological Review* 38(5):583–594.
- Certeau, Michael de. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Elden, Stuart. 2004. *Understanding Henri Lefebvre: Theory and the Possible*. London: Continuum.
- Geertz, Clifford. 1963. *Peddlers and Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Geertz, Clifford. 1978. “The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing.” *American Economic Review* 68(2):28–38.
- Grigorichev, Konstantin. 2016. “Migrant Localities: ‘Gated Spaces’ or ‘Access Points’?” *Journal of Siberian Federal University: Humanities & Social Sciences* 9:783–794. doi:10.17516/1997-1370-2016-9-4-783-794.
- Harvey, David. 1997. “Contested Cities: Social Process and Spatial Form.” Pp. 47–54 in *Transforming Cities: New Spatial Divisions and Social Transformation*, ed. by Nick Jewson and Susanne MacGregor. London: Routledge.
- Hohnen, Pernille. 2004. *A Market out of Place? Remaking Economic, Social, and Symbolic Boundaries in Post-Communist Lithuania*. Oxford: Oxford University Press.
- Humphrey, Caroline. 2002. *The Unmaking of Soviet Life: Everyday Economies after Socialism*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Humphrey, Caroline, and Vera Skvirskaja. 2009. “Trading Places: Post-Socialist Container Market and the City.” *Focaal: European Journal of Anthropology* 55:61–73.
- Karrar, Hasan H. 2013. “Merchants, Markets, and the State: Informality, Transnationality, and Spatial Imaginaries in the Revival of Central Eurasian Trade.” *Critical Asian Studies* 45(3):459–480. doi:10.1080/14672715.2013.829315.
- Karrar, Hasan H. 2019. “Between Border and Bazaar: Central Asia’s Informal Economy.” *Journal of Contemporary Asia* 49(2):272–293. doi:10.1080/00472336.2018.1532017.
- Levitt, Peggy, and Deepak Lamba-Nieves. 2011. “Social Remittances Revisited.” *Journal of Ethnic and Migration Studies* 37(1):1–22. doi:10.1080/1369183X.2011.521361.
- Light, Ivan. 1994. “The Ethnic Economy.” Pp. 650–677 in *The Handbook of Economic Sociology*, ed. by Neil J. Smelser and Richard Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press; Russell Sage Foundation.
- Lynch, Kevin. 1960. *The Image of the City*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Nyiri, Paul. 2007. *Chinese in Russia and Eastern Europe: A Middleman Minority in a Transnational Era*. London: Routledge.

- Polese, Abel, and Aleksandr Prigarin. 2013. "On the Persistence of Bazaars in the Newly Capitalist World: Reflections from Odessa." *Anthropology of East Europe Review* 31(1):110–136.
- Soja, Edward W. 2000. *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford: Blackwell.
- Spector, Regine A. 2008. "Bazaar Politics: The Fate of Marketplaces in Kazakhstan." *Problems of Post-Communism* 55(6):42–53. doi:10.2753/PPC1075-8216550604.
- Waldinger, Roger D. 1986. *Through the Eye of the Needle: Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades*. New York: NYU Press.

THE "ETHNIC" MARKETS OF IRKUTSK: PRODUCTION AND TRANSFORMATION OF URBAN SOCIAL SPACE

Diana Bryazgina

Diana Bryazgina, Laboratory for Social and Anthropological Research, National Research Tomsk State University; Laboratory of Historical and Political Demography, Irkutsk State University. Address for correspondence: TSU, prospekt Lenina, 34a, Tomsk, 634050, Russia. br.diana21@gmail.com.

The study was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation in the framework of the scientific project No. 18-18-00293 "The Use and Creation of Urban Infrastructure by Migrants in Siberian Regional Centers."

This article presents results of the study of the role of "ethnic" markets in the processes of urban transformations. The case of Irkutsk demonstrates the integration of the markets into everyday life of the city and their incorporation into the urban infrastructure. "Ethnic" markets are a special phenomenon of urban life and a complex of social, economic, and interethnic relations. The aim of this study is to analyze ethnically marked markets as specific localities and an important part of urban space. The analysis is based on Henri Lefebvre's theory of construction of social space. This theory enables the study of "ethnic" markets as a complex of multidirectional processes that determine the forms and contents of social interactions. The social anthropological focus of the study allows us to consider "ethnic" markets as special localities included in various coordinate systems. The analysis includes not only the physical but also mental and social spaces and facilitates more in-depth and systematic conclusions. Moreover, the case is typical enough to allow for generalization of these conclusions. The results of field observations of Irkutsk "ethnic" markets suggest that markets are important for the city in terms of their impact on the organization of urban space. Most importantly, they function as the attraction of people, goods, and other elements involved in the implementation of the city's everyday practices, as well as the intersection of social and infrastructure networks, which ensures a high density of the interactions.

Keywords: "Ethnic" Markets; Social Space; Urban Environment; Mental Maps; Migrants

REFERENCES

- Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. 1990. "Ethnicity and Entrepreneurship." *Annual Review of Sociology* 69(3):111–135.
- Baiborodina, Alena. 2012. "'Shankhaidu' perenesut?" *Baikal-Info*, November 15. <http://baikal-info.ru/sm/2012/45/005007.html>.
- Bauman, Zygmunt. 2008. *Tekuchaia sovremennost'*. Saint Petersburg, Russia: Piter.
- Bedash, Iuliia. 2012. "Kontsepsiia sotsial'nogo prostranstva Anri Lefevra." *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* 11(126):219–224.
- Bonacich, Edna. 1973. "A Theory of Middleman Minorities." *American Sociological Review* 38(5):583–594.
- Bryazgina, Diana. 2015. "'Kitaiskie' rynki Irkutsk: V poiskakh nevidimoi seti." Pp. 124–140 in *Etnicheskie rynki v Rossii: Prostranstvo torga i mesto vstrechi*, ed. by Viktor Dyatlov and Konstantin Grigorichev. Irkutsk, Russia: Irkutskii gosudarstvennyi universitet.
- Certeau, Michael de. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Dyatlov, Viktor. 2014. "'Kitaiskii' rynek 'Shankhai' v Irkutsk: Rol' v zhizni gorodskogo soobshchestva." *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta: Seriia Politologiya, Religiovedeniie* 10:103–119.
- Dyatlov, Viktor. 2015. "'Etnicheskie rynki' v sovremennoi Rossii: Uskol'zaiushchii ob"ekt issledovatel'skogo vnimaniia." Pp. 16–41 in *Etnicheskie rynki v Rossii: Prostranstvo torga i mesto vstrechi*, ed. by Viktor Dyatlov and Konstantin Grigorichev. Irkutsk, Russia: Irkutskii gosudarstvennyi universitet.
- Dyatlov, Viktor. 2016. "Vostok na Vostoke Rossii: Kitaiskie migranty v pereselencheskom obshchestve (pozднеimperskaia i postsovetskaia epokhi)." Pp. 124–144 in *Vostok na Vostoke, v Rossii i na Zapade: Transgranichnye migratsii i diaspori*, ed. by Sergei Panarnin. Saint Petersburg, Russia: "Nestor-Istoriia."
- Dyatlov, Viktor, and Konstantin Grigorichev. 2017. "'Kitaiskie rynki': Rol' v postsotsialisticheskoi transformatsii." *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* 419:121–132. doi:10.17223/15617793/419/16.
- Dyatlov, Viktor, and Roman Kuznetsov. 2004. "'Shankhai' v tsentre Irkutsk: Ekologiya kitaiskogo rynka." *Ekonomicheskaiia sotsiologiya* 5(4):56–71.
- Dyatlov, Viktor, Tatiana Zhuravskaiia, Andrian Okhotnikov, Lidiia Perevalova, and Ekaterina Sobennikova. 2009. "'Kitaiskie rynki' rossiiskikh gorodov: Ukhodiashchaia natura?" Pp. 249–288 in *Transgranichnye migratsii i prinimaiushchee obshchestvo: Mekhanizmy i praktiki vzaimnoi adaptatsii*, ed. by Viktor Dyatlov. Yekaterinburg, Russia: Ural'skii gosudarstvennyi universitet im. A. M. Gor'kogo.
- Elden, Stuart. 2004. *Understanding Henri Lefebvre: Theory and the Possible*. London: Continuum.
- "Ezhednevnye reidy po proverke sanitarnogo sostoianiia provodiatsia v Irkutsk." 2014. *IrkutskMedia.ru*, April 4. <https://irkutskmedia.ru/news/348128/?from=48>.
- Geertz, Clifford. 1963. *Peddlers and Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Geertz, Clifford. 1978. "The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing." *American Economic Review* 68(2):28–38.
- Grigorichev, Konstantin. 2015. "Bazar i gorod: 'Kitaiskii' rynek kak tochka sborki gorodskogo prostranstva." Pp. 86–104 in *Etnicheskie rynki v Rossii: Prostranstvo torga i mesto vstrechi*, ed. by Viktor Dyatlov and Konstantin Grigorichev. Irkutsk, Russia: Irkutskii gosudarstvennyi universitet.
- Grigorichev, Konstantin. 2016. "Migrant Localities: 'Gated Spaces' or 'Access Points'?" *Journal of Siberian Federal University: Humanities & Social Sciences* 9:783–794. doi:10.17516/1997-1370-2016-9-4-783-794.
- Grigorichev, Konstantin, Viktor Dyatlov, Dmitriy Timoshkin, and Diana Bryazgina. 2019. *Bazar i gorod: Liudi, prostranstva, obrazy*. Irkutsk, Russia: "Ottisk."

- Grigorichev, Konstantin, and Iuliia Pinigina. 2014. "Dva mira na Mira, 2: 'Kitaiskii' rynek v povsednevnosti goroda." *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta: Seriia Politologiya, Religiovedenie* 10:136–153.
- Harvey, David. 1997. "Contested Cities: Social Process and Spatial Form." Pp. 47–54 in *Transforming Cities: New Spatial Divisions and Social Transformation*, ed. by Nick Jewson and Susanne MacGregor. London: Routledge.
- Hohnen, Pernille. 2004. *A Market out of Place? Remaking Economic, Social, and Symbolic Boundaries in Post-Communist Lithuania*. Oxford: Oxford University Press.
- Horie, Norio, and Konstantin Grigorichev. 2015. "Evoliutsiia kitaiskikh rynkov v Sibiri: Peresborka 'kitaiskosti' i otkrytie 'zakrytykh' lokal'nostei." Pp. 141–158 in *Etnicheskie rynki v Rossii: Prostranstvo torga i mesto vstrechi*, ed. by Viktor Dyatlov and Konstantin Grigorichev. Irkutsk, Russia: Irkutskii gosudarstvennyi universitet.
- Humphrey, Caroline. 2002. *The Unmaking of Soviet Life: Everyday Economies after Socialism*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Humphrey, Caroline, and Vera Skvirskaja. 2009. "Trading Places: Post-Socialist Container Market and the City." *Focaal: European Journal of Anthropology* 55:61–73.
- Il'in, Vladimir, and Marina Il'ina. 2001. *Rossiiskii bazar: Sotsial'naia organizatsiia i marketing*. Syktyvkar, Russia: Izd-vo Syktyvskarskogo universiteta.
- Kaiser, Markus, and Olga Brednikova. 2004. "Transnatsionalizm i translokal'nost' (kommentarii k terminologii)." Pp. 133–146 in *Migratsiia i natsional'noe gosudarstvo*, ed. by Tat'iana Baraulina and Oksana Karpenko. Saint Petersburg, Russia: TsNSI.
- Karrar, Hasan H. 2013. "Merchants, Markets, and the State: Informality, Transnationality, and Spatial Imaginaries in the Revival of Central Eurasian Trade." *Critical Asian Studies* 45(3):459–480. doi:10.1080/14672715.2013.829315.
- Karrar, Hasan H. 2019. "Between Border and Bazaar: Central Asia's Informal Economy." *Journal of Contemporary Asia* 49(2):272–293. doi:10.1080/00472336.2018.1532017.
- Lefebvre, Henri. [1974] 2015. *Proizvodstvo prostranstva*. Moscow: Strelka Press.
- Levitt, Peggy, and Deepak Lamba-Nieves. 2011. "Social Remittances Revisited." *Journal of Ethnic and Migration Studies* 37(1):1–22. doi:10.1080/1369183X.2011.521361.
- Light, Ivan. 1994. "The Ethnic Economy." Pp. 650–677 in *The Handbook of Economic Sociology*, ed. by Neil J. Smelser and Richard Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press; Russell Sage Foundation.
- Lynch, Kevin. 1960. *The Image of the City*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Nedoseka, Elena, and Vladimir Volkov. 2014. "Mental'naia reprezentatsiia prostranstva molodezhi g. Murmansk." *Regionologiya* 4:179–189.
- Nyiri, Paul. 2007. *Chinese in Russia and Eastern Europe: A Middleman Minority in a Transnational Era*. London: Routledge.
- Pachenkov, Oleg. 2004. "Bloshinyi rynek v perspektive sotsial'noi politiki: 'Bel'mo na glazu' goroda ili institut 'povsednevnoi ekonomiki'?" Pp. 271–314 in *Sotsial'naia politika: Realii XXI veka*. Moscow: Pomatur.
- Polese, Abel, and Aleksandr Prigarin. 2013. "On the Persistence of Bazaars in the Newly Capitalist World: Reflections from Odessa." *Anthropology of East Europe Review* 31(1):110–136.
- Radaev, Vadim. 2007. *Zakhat rossiiskikh territorii: Novaia konkurentnaia situatsiia v roznichnoi torgovle*. Moscow: Izd. dom GU VShE.
- Ryzhova, Natal'ya. 2003. "Transgranichnyi rynek v Blagoveshchenske: Formirovanie novoi real'nosti delovymi setiami 'chelnokov.'" *Ekonomicheskaiia sotsiologiya* 4(5):54–71.
- Ryazantsev, Sergey. 2000. "Etnicheskoe predprinimatel'stvo kak forma adaptatsii migrantov." *Obshchestvennye nauki i sovremennost'* 5:73–86.
- Scott, James. 2011. "Blagimi namereniiami gosudarstva: Pochemu i kak provalivalis' proekty uluchsheniia uslovii chelovecheskoi zhizni." *Upravlenie megapolisom* 6:23–63.
- Soja, Edward W. 2000. *Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford: Blackwell.

- Soja, Edward. 2008. "Kak pisat' o gorode s tochki zreniia prostranstva?" *Logos* 3(66):130–140.
- Sorokina, Tat'iana. 2014. "'Zavetnaia mysl' kazhdogo kitaitsa': Formaty kitaiskoi torgovli v Priamurskom krae na rubezhe XIX–XX vv." *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta: Seriia Politologiya, Religiovedenie* 10:84–102.
- Spector, Regine A. 2008. "Bazaar Politics: The Fate of Marketplaces in Kazakhstan." *Problems of Post-Communism* 55(6):42–53. doi:10.2753/PPC1075-8216550604.
- Trenin, Dmitrii, and Galina Vitkovskaya. 1999. "Vvedenie." Pp. 7–8 in *Perspektivy Dal'nevostochnogo regiona: Kitaiskii faktor. Materialy konferentsii*. Moscow: Moskovskii Tsentrii Karnegi.
- Veselkova, Natalia. 2010. "Mental'nye karty goroda: Voprosy metodologii i praktika ispol'zovaniia." *Sotsiologiya: Metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (4M)* 31:2–29.
- Voronkova, Liliia, Ekaterina Sotnikova, and Oleg Pachekov. 2016. "'Eto ne rynek': Igra s formatami." *Praktiki i interpretatsii: Zhurnal filologicheskikh, obrazovatel'nykh i kul'turnykh issledovaniy* 1(4):142–181.
- Waldinger, Roger D. 1986. *Through the Eye of the Needle: Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades*. New York: NYU Press.
- Weber, Max. 2001. *Istoriia khoziaistva: Gorod*. Moscow: Konan-press-Ts; Kuchkovo pole.
- Zhuravskaia, Tatiana. 2012. "'Kitaiskii' torgovyi tsentr vs. 'kitaiskii' rynek: Chto izmenilos' so vremeni zapreta na torgovliu inostrantsev na roznichnykh rynkakh (na primere Amurskoi oblasti)." *Politiia* 67(4):104–123.