

А.А. Авдашкин

Южно-Уральский государственный университет  
просп. Ленина, 76, Челябинск, 454000  
E-mail: adrianmaricka@mail.ru

## «КИТАЙСКИЙ» РЫНОК В ПРОСТРАНСТВЕ РОССИЙСКОГО ГОРОДА (СЛУЧАЙ ЧЕЛЯБИНСКА)

*Статья посвящена вопросу формирования и развития представлений о «китайском» рынке у жителей Челябинска. Понятие «Китайка» вообрало множество смыслов. Локации, связанные с китайскими мигрантами, аккумулировались в образах «китайского» квартала, угроз и маркеров, определявших социальный статус горожан. «Китайский» рынок образовал разветвленные сети отношений между торговцами и потребителями, принимающим обществом и мигрантами, стал площадкой для познания собирательного образа «Востока».*

**Ключевые слова:** «китайский» рынок, городское пространство, этничность, мигранты, Челябинск.

### Введение

В 1990-х гг. во многих российских городах появились этнические рынки, часто маркируемые как «китайские». Таковыми их делало восприятие принимающего общества. В представлении горожан, на них китайские торговцы промышляли товарами «made in China» по китайским ценам и в китайском стиле (возможность торга, скидки и др.). *Китайскость* являлась брендом, определяя параметры экономического и даже социального характера. Так родились мотивы осознанного формирования «китайского» облика рынка через набор визуальных маркеров (название, оформление и др.) [Этнические рынки..., 2015, с. 32].

Сегодня опубликовано немало исследований, посвященных созданию и функционированию «китайских» рынков, но в основном они выполнены на материалах Иркутска (см.: [Ryzhova, Ioffe, 2009; Григоричев, Дятлов, 2017; Тимошкин, 2017]). В большинстве работ рынки рассматриваются с позиции их внутренней организации, отношений с городскими сообществами, властью, влияния на городской ландшафт и др. В центре внимания авторов оказываются трансформации социальных и экономических отношений в период постсоветских преобразований. При всей сложности взгляда на «этнический» рынок изнутри, практически все такие исследования сосредоточены на внутреннем мире рынка и механизмах его функционирования. Мы хотели бы взглянуть на «китайский» рынок «извне». Цель статьи — проследить формирование и развитие представлений о «китайском» рынке у жителей крупного российского города на примере Челябинска.

Челябинский кейс избран для исследования потому, что Челябинск — крупный город с населением 1 млн чел., центр одного из наиболее многонаселенных регионов Урала с развитой промышленностью и сельским хозяйством. Кроме того, Челябинск является важным транспортно-логистическим центром, через который проходят крупные потоки китайских товаров. Специфичность объекта — в его удаленности от российско-китайского фронта и отсутствии у населения опыта коммуникаций с китайцами. Образ китайца, китайского торговца и рынка формировался в сжатые сроки. Первый стихийный рынок с китайскими рядами возник в конце 1992 г. вблизи центра города («Заречный рынок», «Восточный город») (рис. 1). Эти торговые площадки сохранились и сегодня, но китайских торговцев городские власти в 2000 г. переместили ближе к окраине [Челябинский рабочий, 2000, 6 июля; 27 июля]. На стыке Курчатовского и Metallургического районов города уже много лет действует «Китайский рынок» (рис. 2). Помимо названия, он оформлен в соответствующем стиле (дизайн, фасад и т.д.). В этих хронологических (1992–2019 гг.) и территориальных рамках выполнен наш обзор.

Основная проблема в изучении «этнических» рынков — нехватка источников, описаний и анализа ситуации в различных городах и регионах, отсутствие четких представлений о динамике становления, развития и угасания отдельных рынков и их влияния на городскую среду. Эти рынки «ушли», не оставив статистических сведений. Мы эту «ушедшую натуру» не описываем, а реконструируем [Дятлов, 2008а, с. 24]. Большая часть сведений не отражена в делопроизвод-

ственной и статистической документации, а сосредоточена в подшивках прессы и памяти горожан, т.е. исследователь имеет дело с медийными мифами, предрассудками и фрагментарными воспоминаниями.

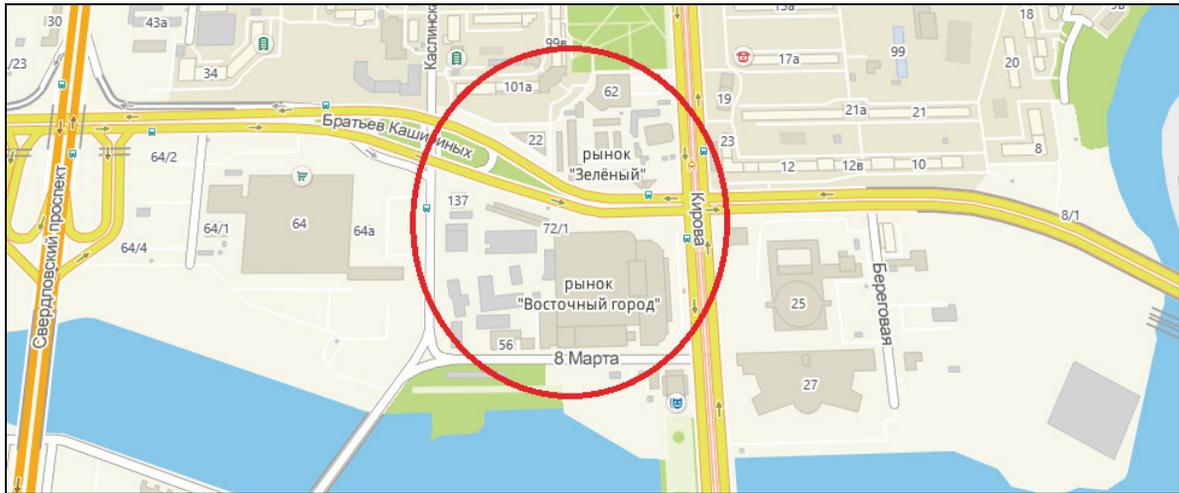


Рис. 1. Место расположения китайских торговых рядов в 1992–2000 гг.  
Fig. 1. The location of the Chinese shopping arcade in 1992–2000.

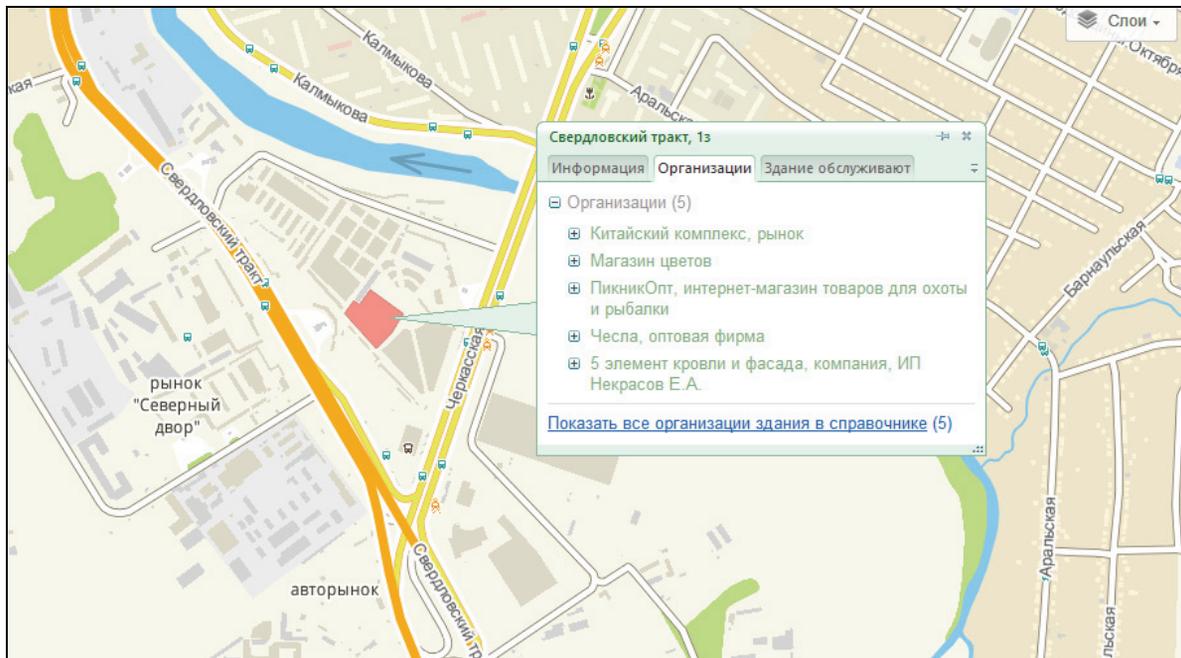


Рис. 2. Современный «Китайский рынок».  
Fig. 2. Modern «Chinese market».

Эмпирическую базу составили личные наблюдения автора, сделанные за много лет проживания вблизи «китайского» квартала (окрестности «Заречного рынка») и интервью. Включенное наблюдение в качестве посетителя и покупателя позволило выявить некоторые скрытые стороны повседневной жизни мигрантских сообществ. Это коммуникации между торговцами, потребителями, наличие или отсутствие «закрытых» локаций и др. В 2019 г. в Челябинске собраны фокусированные интервью с завсегдатаями «Китайского» рынка, квартирными хозяевами, сдававшими китайцам жилье, и работниками рынка (25 интервью, возраст респондентов от 18 до 89 лет). Челябинские и общероссийские газеты позволили проследить динамику общественного мнения о «китайских» рынках. При анализе прессы мы ориентировались на изучение объемов,

## **«Китайский» рынок в пространстве российского города (случай Челябинска)**

насыщенности и тематического разнообразия текстов о китайском рынке. Интерес представляло то, как писали газеты, какие образы они создавали. Отсюда и разные методы работы с исходным материалом: от описания количества, тематики и частотности до контент- и дискурс-анализа. Дополнить полученную картину миграции и товарообменов между Челябинской областью и КНР помогли документы областной миграционной службы (Ф. Р-705), комитета по внешнеэкономическим связям (Ф. Р-1404) и управления экономического развития и торговли (Ф. Р-804).

### **Отторгнутая городская локация или образы «нашествия»**

«Китайка» в 1990-е гг. в восприятии горожан выглядела основным местом сосредоточения китайских мигрантов. Обывателям казалось, что город заполнили — или, по выражению некоторых журналистов и респондентов, оккупировали — китайские торговцы [Челябинский рабочий, 1995, 15 июля]. Местная печать подхватила образы «наплыва» и «нашествия», описывая нелегальные каналы проникновения и закрепления мигрантов из Юго-Восточной Азии [Там же, 1993, 25 июня; 1994, 18 авг.; 1996, 18 янв.]. Местом их концентрации стал «Заречный рынок». К лету 1993 г. большая часть горожан посещала этот стихийный рынок, где по доступным ценам приобреталась практически любая одежда и аксессуары [Вечерний Челябинск, 1993, 21 июня]. По разным оценкам, предпринимательской деятельностью на нем занимались от 200 до 1000 китайцев [Челябинский рабочий, 1996, 1 февр.; 30 окт.]. В представлении журналистов местных изданий и горожан, на улицах близ торговых рядов формировался «китайский квартал» (улицы Кирова, Каслинская и Калинина) [Там же, 1994, 9 авг.; 1996, 1 февр.; 30 окт.]. Торговые ряды располагались по этническому признаку: кавказские, китайские и т.д. При этом китайцы составляли не более половины торговцев [Там же, 1993, 2 июня; 1994, 18 авг.; 1996, 18 янв.].

*Рынок назывался китайский, хотя китайцев было не так много. Русские, таджики, цыгане — всем нашлось место* [ПМА. Челябинск, 2019 г.].

Развитие «китайских» рынков привело к тому, что китайцам отводилась роль «опасного другого» в ксенофобском дискурсе. Его краеугольным камнем являлось представление о многочисленности китайцев [Гельбрас, 2001; Nyíri, 2011]. Российские журналисты изображали растущие «китайские кварталы». Сообщения в СМИ искажали реальные масштабы миграции, оказывали влияние на общественное мнение, а оно, в свою очередь, учитывалось государством в определении и реализации политических стратегий [Shlapentokh, 2007, p. 13, 18; Balzer, Repnikova, 2010, p. 4]. Неопределенность границ китайских рынков и распространенность неформальных практик, не поддающихся контролю, формировали в восприятии наблюдателей атмосферу «муравейника» [Григоричев, Дятлов, 2017, с. 122]. То же мы видим на примере «Китайки» в Челябинске.

Общественное мнение волновала нелегальная миграция. Найдены сведения как минимум о 13 гостиницах и общежитиях, в которых преимущественно нелегально жили китайцы [Челябинский рабочий, 1994, 18 авг.]. В громкой публикации под названием «Селябинска осень хара-со?» (1994 г.) численность искажается многократно, что характерно для центральной и местной прессы того времени.

*Как человек, проживающий в городе, могу предположить, что в Челябинске их (китайцев) насчитывается несколько десятков тысяч, может, тысяч пятьдесят...* [Там же. 1994. 9 авг.].

По данным регионального управления ФСБ, Челябинск становился своего рода «перевалочным пунктом» для китайцев, следовавших в Москву из Читы и Иркутска. Они предъявляли документы, оформленные частными туристическими фирмами в Чите [Там же, 2000, 15 апр.]. По опубликованным в печати максимальным оценкам правоохранительных и налоговых органов, численность китайцев, проживавших с нарушениями паспортно-визового режима (1996 г.), доходила до 7 тыс. чел. [Там же, 1996, 30 окт.]. Реальные масштабы миграции сегодня оценить трудно. По данным миграционной службы, в 1994–2000 гг. ежегодно на территории региона только официально работало примерно 1000–1500 граждан КНР (строительство, сельское хозяйство и торговля) (подсчитано автором по: [ОГАЧО. Ф. Р-705, оп. 1, д. 12, 23, 33, 47, 59, 75, 80]). Многие из привлеченных в сельскохозяйственный сектор нередко оказывались за прилавками на рынках [Челябинский рабочий, 1994, 18 авг.]. Большой интерес к Южному Уралу проявлял и китайский бизнес. Делопроизводственная документация говорит о деятельности как минимум 7 крупных российско-китайских фирм [ОГАЧО. Ф. Р-804, оп. 17, д. 2, 6, 8, 15, 22, 41].

Появление и бурный рост «Китайки» привели к формированию практически не управляемого и закрытого пространства. Замкнутость укрепляла представления о том, что оно словно параллельное измерение скрывает многочисленных китайских мигрантов. Рынок втягивал в свою орбиту прилегающие дома, превращая их в склады товаров, ночлежки, игорные дома и подпольные банки.

Предоставлялся весь спектр услуг для мигрантов, начиная от подделки документов и заканчивая услугами перевозчиков [Челябинский рабочий, 1996, 28 мая]. Утром и вечером окрестности рынка напоминали «муравейник». Одни увозили торговцев, другие помогали им в погрузке и доставке, договаривались о покупке крупной партии товаров на дому. Иногда ранним утром торговля велась прямо во дворах. Как поясняли автору торговцы — «пока плохой люди не пришли».

*У нас в подъезде снимают (декабрь 2019 г.) три квартиры китайцы. В одной у них «ночной клуб» или кафе, в другой — живут, в третьей — склад какой-то оборудовали. В соседних домах и по ул. Калмыкова то же самое. Есть несколько квартир, которые купили китайцы и сдают своим* [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

На рынке образовалась сложная сеть торговых площадей и инфраструктуры обслуживания — все это представляло единый и закрытый организм. Факт его существования порождал массу городских мифов, слухов и вызывал противоречивые оценки. Они, по воспоминаниям автора, колебались от дискомфорта до прагматичных суждений о пользе рынка и присутствия китайцев для населения и города, реализации по доступным ценам товаров для широких слоев населения.

*Не доверяю китайцам. Создается впечатление, что их много везде, но они нас одели и обули в тяжелые годы* [Там же].

Стереотип пространства, закрытого символическими границами и специфическим набором коммуникационных стратегий и практик, создавал в глазах жителей образ «оккупированной» городской локальности. Применение конструкта «китайского квартала» в риторике центральной и местной печати, а также интерпретациях горожан указывает на два момента. Первое — процесс «окитаивания» города, а второе — обозначение реального или символического присутствия китайских мигрантов. Можно встретить заголовки «Скоро ли Челябинск станет Чайнатауном?» [Вечерний Челябинск, 2000, 22 сент.].

*Рядом с «Китайкой» они много жилья снимают (декабрь 2019 г.). Мне кажется, их становится все больше, как будто свой квартал готовят создать* [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

Концентрация иноэтничных мигрантов и их деловой активности на рынках сделала их в глазах окружающих «этническими». Сам факт появления китайского рынка расценивался как плацдарм для возможной «экспансии». «Китайка» превращалась в сложный социальный организм, где переплетались связи городского пространства с китайскими мигрантами. Тем самым китайский рынок — это инструмент социальной организации сообществ мигрантов из Китая. Поэтому именно вокруг рынков нагнетались тревожные ожидания по поводу возникновения «китайских кварталов» [Дятлов, 2008b].

Сегодня китайским остается лишь сам «бренд» и внешний фасад рынка. Даже в приложении «Дубль-ГИС. Челябинск» сохраняется объект под названием «Китайский рынок». При этом социальная и хозяйственная организация «Китайки» сегодня определяется далеко не торговцами из Китая. «Китайский» рынок в интерпретации горожан тождественен синтетическому образу Востока (т.е. Китай, Средняя Азия и т.д.) и скорее фиксирует городские локации, ставшие площадкой для этого сложного синтеза. Горожане посещают рынок ради экзотической кухни. Например, в кафе «Восток» можно не только недорого и вкусно поесть, но и утолить интерес к восточному колориту: китайская кухня, оформление заведения, меню на китайском языке т.д.

Если в 1990-е гг. присутствие иноэтничных мигрантов вызывало у челябинцев неприятие и отрицание, то сегодня мигранты являются неотъемлемой частью городского ландшафта. «Восток» прочно вошел в жизнь горожан (этнический общепит, восточные товары, торговцы, места их концентрации и др.). Китайцы, не столь привычные для южноуральских реалий, либо исчезли, либо слились с остальными выходцами из Азии и Закавказья. Аутгрупповая враждебность сменилась попытками категоризации и объяснения новых групп населения и отношений с ними с помощью более привычных образов.

*Арбузы покупаем — у узбеков, мясо и фрукты — у армян, вещи — у киргизов и китайцев. Назад не повернешь это все. Надо только политику в отношении мигрантов выработать верную, а не пускать всех подряд* [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

### **Рэкет, неуплата налогов и «токсичные» сланцы**

Большинство медиасюжетов о китайских рынках содержали образ угрозы — экологической, экономической, криминальной и др. По мнению российских журналистов и чиновников, появление китайских торговцев осложняло криминогенную обстановку. Глава ФМС Черненко А.Г. отмечал, что «на плечах мигрантов в страну въехали организованные преступные формирования» [Новые Известия, 2003, 14 ноября]. Челябинская «Китайка» в текстах интервью и прессе символически

## **«Китайский» рынок в пространстве российского города (случай Челябинска)**

предстает пространством, которое, концентрируя угрозы, «атаковало» город, распространяло пороки, «расширялось», «отступало» под давлением силовиков, «переезжало» и т.д.

*Бесконтрольный въезд китайцев вносит свою лепту в дестабилизацию обстановки в городе (криминал, «утечка» наличных средств, наркоторговля и антисанитария в местах проживания китайцев)* [Вечерний Челябинск, 1994, 18 авг.; 6 сент.].

В 1993 г. китайцев за отказ платить дань изгнали с рынка при «молчаливом согласии» местной милиции. «Китайка» быстро привлекла внимание местных, а затем и «китайских» рэкетиров [Вечерний Челябинск, 1993, 21 июня; 1994, 6 сент.; Челябинский рабочий, 1996, 10 февр.]. Во дворах постоянно происходили грабежи китайцев, возвращавшихся с рынка. Встречались случаи, когда местные жители договаривались с перевозчиками, чтобы те не выходили на работу, и китайцы шли пешком вместе с товаром, подвергаясь по пути нападениям. Нередкими были и драки с поножовщиной между группами китайцев, которые быстро выясняли отношения, чтобы не успела приехать милиция или «крыша». Вслед за челноками из Китая приезжали и преступные элементы, которые, пользуясь беззащитностью торговцев, на начальном этапе их просто грабили, но со временем их деятельность приобрела более организованные формы — строгий контроль и регулирование.

Официальные данные на этот счет закрыты. По данным областной миграционной службы, общества нелегальных мигрантов из КНР влияли на криминогенную обстановку [Попов и др., 2002, с. 12]. Только в первой половине 1994 г. в производстве УВД Калининского района находилось около 100 заявлений от потерпевших китайцев [Челябинский рабочий, 1994, 8 авг.]. Немногочисленные преступления, попадавшие в поле зрения правоохранителей, не отражали реального положения [Там же, 1995, 4 дек.; 15 июля]. По неполным данным, в 1996–1998 гг. в отношении граждан КНР завели 30 уголовных дел за убийства, грабежи и рэкет. Зафиксировано минимум 5 убийств. Одну семью челноков расчленили и подбросили утром ко входу на рынок в знак устрашения [Там же, 1998, 13 марта]. Этот случай заставил власти обратить внимание на проблемы нелегальной миграции из стран Юго-Восточной Азии [Постановление губернатора...].

Челночная торговля сформировала товарные трансграничные потоки, оставшиеся вне поля зрения статистики. Рынки стимулировали приток инвестиций, способствовали развитию предпринимательства и удовлетворению потребительского спроса, но при этом неформальные экономические практики были тесно связаны с организованной преступностью, коррупцией и отмыванием денег [Zabyelina, 2012, p. 107]. Схожие процессы мы наблюдали в отношении «Китайки», где происходило перераспределение сфер влияния, борьба за регулирование финансовых потоков.

В 1999 г. сотрудники УВД установили, что некоторые фирмы, трудоустраивавшие китайцев на «Заречном рынке», брали с них дань по 300–500 дол. за торговое место и утаивали теневые доходы. Очевидно, что эта практика насчитывала не один год [Челябинский рабочий, 1999, 29 июня]. Для наведения порядка на рынках (прежде всего «китайских») в 1995 г. в структуре УВД возник ОБГРП, наделенный широкими полномочиями, в том числе правом реализации конфискованной продукции. Консульский отдел КНР обратился в МИД РФ с протестом по поводу нарушений прав граждан Китая в Челябинске (незаконные задержания и депортации). Жаловались на злоупотребления милиционеров и китайские торговцы [Коммерсант, 2000, 7 марта; Сотрудники Челябинской милиции обвинили в вымогательстве]. В 1997 г. начались задержания китайских рэкетиров [Челябинский рабочий, 1997, 30 окт.; 2002, 21 ноября]. В 2003 г. за похищения и вымогательства на скамье подсудимых оказались бывшие сотрудники ОБГРП и двое граждан Китая [Там же, 2002, 28 марта; 2003, 21 мая; У милицейского начальства тлеют погоньи].

Китайские коммерсанты, обосновавшиеся на «Заречном рынке», ежемесячно отчисляли в бюджет Калининского района 500 млн руб. налогов (данные за 1995 г.). Однако реальные доходы были существенно выше, за сезон «челнок» зарабатывал примерно 10 тыс. дол. [Челябинский рабочий, 1995, 10 дек.; 1998, 3 марта]. Налоговые и правоохранительные службы указывали на огромные потери от массовой неуплаты налогов.

*Криминальный побор в месяц составляет только на «Заречном рынке» не одну сотню миллионов рублей. Огромную сумму теряет городской бюджет* [Там же, 1996, 30 окт.].

Официальная статистика по импорту товаров из КНР фрагментарна, но все же позволяет проследить товаропотоки между Челябинской областью и Китаем. В 1997 г. из КНР импортировалось товаров на общую сумму 4,5 млн дол., из них ТНП — более 1 млн. Наибольшие значения зафиксированы в 2003 г. когда этот показатель составил около 50 % (4 млн дол.) от общего объема импорта [ОГАЧО. Ф. Р-1404, оп. 1, д. 38, л. 50; д. 128, л. 11].

Нам представляется, что теневые обороты в разы больше. Свою роль играла близость российско-казахстанского фронта. После распада СССР этот участок границы проходил стадию становления и не выполнял барьерных функций в полном объеме. По официальным данным пограничной службы, опубликованным в прессе, можно получить представление о контрабандных поставках. В 1998 г. в Карталинском районе пограничники задержали группу граждан Киргизии, которые пытались нелегально провести одежду и другие товары на 76 тыс. руб. В 2001 г. на этом же участке задержали два грузовых автомобиля с китайскими товарами стоимостью 2 млн руб. [Карталинская новь, 1998, 14 ноября; 2001, 12 мая].

Серьезной проблемой являлось и низкое качество продукции. В 2006 в г. Челябинске за незаконную предпринимательскую деятельность и продажу «токсичных» товаров осудили китайского бизнесмена. Следствие установило, что в марте — июне 2005 г. Шао Чжичан реализовывал на «Китайке» обувь и электротовары, не отвечающие требованиям безопасности. Всего он распродал 23 контейнера товаров, полученных через Хабаровск. Доходы в 5 млн руб. были переведены на счет в одном из банков в Китае. Коммерсант скрылся, и его задержали только в Благовещенске при попытке пересечь государственную границу [В Челябинске завершился первый в России процесс...].

«Китайка», возникшая в условиях резких изменений всего уклада жизни, как и остальные этнические рынки, вмещала в себя сложный комплекс страхов, вызванных стрессовым опытом рыночных отношений в сочетании с ростом социальной и пространственной мобильности больших групп людей. В этом смысле она служит одним из олицетворений эпохи «лихих девяностых» в Челябинске.

#### **Рынок как перекресток социальных пространств и статусов**

Постсоветский рынок представлял перекресток границ сообществ, культур и различных социальных пространств. Здесь сходились не просто территориально, культурно и исторически различные сообщества, но и традиция и модерн, реальные и конструируемые «Восток» и «Запад», «Азия», «Китай» и «Россия». Близкое соседство местных жителей с китайцами вызывало интерес к их образу жизни. Среди положительных черт фигурируют: коллективная взаимопомощь, работоспособность, отсутствие проблем с алкоголем, дружелюбие и скромность [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

*Китайцы все были трудягами, никогда их никто не видел пьяными. Ранним утром с тюками уезжали на рынок, возвращались поздно* [Там же].

Китайские коробейники в глазах южноуральцев обладали целым рядом преимуществ, заслоняя конкурентов из числа местных торговцев и мигрантов из стран СНГ. Каждый потребитель «китайки» понимал, что товар лучше покупать у китайца. Китайцы всегда оставляли возможность торга. После вытеснения с рынков иностранных граждан в 2007 г. цены на вещевых рынках в Челябинске поднялись сразу на 16 %, поскольку ранее тон задавали китайцы и вьетнамцы [Новые Известия, 2006, 21 ноября; Газета, 2007, 11 апр.]. Они отличались доброжелательностью и «боролись за каждого» покупателя.

*Китайцы сами наденут-снимут, завяжут и развяжут, вниманием тебя окружают, скидку хорошую сделают — только купи. Кавказцы и «наши» могли нахамить* [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

Что касается отрицательных качеств, у посетителей «Китайки» сложился устойчивый стереотип о торговцах как о «восточных мигрантах». В описаниях задействовался весь набор, характерный для мигрантофобского дискурса: низкий уровень образования и культуры, хитрость, отсутствие норм гигиены, громкая речь, навязчивость и т.д. [Челябинский рабочий, 1994, 9 авг.; ПМА, Челябинск, 2019 г.]. Негативное маркирование нарушалось, если респондент имел опыт торговли на рынке или состоял в личном знакомстве с торговцами.

Жители домов, где снимали(ют) жилье китайцы, отмечали дискомфорт от такого соседства.

*Я против китайцев! От них только мусор и грязь! ...* [Челябинский рабочий, 1994, 9 авг.]

Поражали и модели поведения. Жители часто видели, как китайцы весной-летом собирали одуванчики, ловили голубей и новорожденных щенков. По признаниям самих китайцев, это делалось для приготовления национальных блюд, об этом же говорили трудовые мигранты из Средней Азии, работавшие рядом с китайцами [Челябинский рабочий, 1996, 1 февр.; ПМА, Челябинск, 2019 г.].

«Этнические» рынки ассоциировались с некачественным, «одноразовым» ширпотребом, скученностью и антисанитарией [Александрова, 2010, с. 67]. Массовая и неорганизованная торговля продуцировала атмосферу «муравейника» и «столпотворения» [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

## **«Китайский» рынок в пространстве российского города (случай Челябинска)**

Аккумуляция больших потоков товаров, денежных средств и теснота привлекали карманников и мошенников [Вечерний Челябинск, 1993, 21 июня; 1994, 5 сентября]. Даже сегодня «Китайский» рынок пользуется недоброй славой.

*Там могут легко обокрасть, поэтому стараемся не заглядывать без крайней необходимости* [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

Память о «Китайке» связана со специфической атмосферой, если угодно, ароматом рынка: от приятных тонов восточных специй и до «амбре» китайских товаров — ядовитого технического запаха.

*Кроссовки я ходил покупать «чиновские». Все время стоял тяжелый запах клея. Проветривал на балконе пару дней, чтобы он выветрился* [Там же].

Через «китайские» рынки в российские города вошел Китай. Вошел в их повседневность, экономическую жизнь, быт и массовое сознание жителей. Сквозь призму отношения к «китайскому» рынку происходила социальная категоризация населения. Вопросы «покупать или не покупать товары на китайском рынке» превратились в символ социального статуса и престижа [Журавская, 2014].

*Одеваться с «китайки» было стыдно и позорно (речь о второй половине нулевых). Фраза «одет с китайки» означала низкий социальный статус и отсутствие вкуса* [ПМА, Челябинск, 2019 г.].

«Челночная» торговля и ее обслуживание сыграли решающую роль в организации снабжения населения в критический момент краха плановой экономики, стремительной девальвации прежних жизненных стратегий и статусов миллионов людей. Столкнувшись с ситуацией социального хаоса жители постсоветских городов узнавали, что на рынке можно найти «легкие деньги» и уходили туда подрабатывать [Григоричев и др., 2019, с. 185]. Для Челябинска с его развитой промышленностью, которая в 1990-е гг. фактически замерла, рынки стали способом выживания и первым опытом предпринимательской деятельности. На «Китайке» регулярно «закупались» не только торговцы из области, но из Оренбурга и Кургана [ПМА, Челябинск, 2019 г.]. Работать с китайскими оптовиками оказалось выгодно. Вот две типичные истории. Надежда и ее муж много лет работали на Челябинском тракторном заводе, но экономические потрясения привели их на «Заречный рынок». Алена — бывший инженер на этом же предприятии — покупала у китайских «челноков» оптом вещи, а потом с наценкой продавала их в другом месте.

*Я готовила дома еду и продавала на рынке, муж возил китайцев и их товар. В основном работали с китайцами. Так мы и выжили* [Там же]. *Хорошему инженеру пришлось переучиваться на уличную торговку. Рано утром покупаю вещи на базаре, а потом продаю по более высокой цене (в 2 раза больше). Заработок получается до 20 тыс. руб. в день* [Челябинский рабочий, 1994, 8 авг.].

В последнее десятилетие проблемные сюжеты, связанные с восприятием китайской миграции, концентрируются не в городском, а в сельском ландшафте (долговременная аренда сельхозугодий, «китайские» теплицы, применение ядохимикатов и др.) [Григоричев, 2016]. Китайские рынки постепенно перестали тревожить население и ушли из сферы интересов центральных и местных медиа. Один из немногочисленных материалов о «Китайке» связан с массовыми проверками на рынках после волнений в Пугачеве в 2013 г [Бросали товар и разбежались...].

Сегодня образ китайского торговца практически померк. Китайские товары приобретаются в крупных торговых комплексах, а не на рынках, где представительство китайцев, кстати, уже не столь заметно. В городском пространстве на смену образу «челнока» пришли китайские студенты и бизнесмены, вызывающие меньше раздражения местного населения. При этом романтизации феномена рынка мы пока не выявили. «Китайский» рынок воспринимается скорее в негативном свете, как маркер (или рудимент) социально-экономического катаклизма и последствие трансграничных миграций, к которым общество оказалось не готово. В этом смысле «Китайка» предстает скорее символом противоречивой и тяжелой эпохи постсоциалистического транзита, нежели предметом «ностальгии».

### **Заключение**

Наше исследование показало, что между «окинтаиванием» рынков, а главное, реакцией на этот процесс принимающего сообщества в Челябинске и городах Сибири есть немало общего (см.: [Трансграничные миграции..., 2009; Григоричев, Пинигина, 2014; Григоричев, Дятлов, 2017]). В медиадискурсе и в массовом сознании челябинцев представления и сегменты город-

ской жизни, связанные с китайскими мигрантами, аккумулировались в понятии «китайского» квартала. На страницах прессы оживленно обсуждалось формирование и развитие *чайнатауна*, многочисленность китайских мигрантов. Вокруг рынка образовался комплекс представлений об угрозах, которые влекло создание первичного «китайского анклава». Это — криминал, массовое уклонение от уплаты налогов, контрабанда, оказание некачественных услуг и продажа некачественных товаров. Китайский рынок интенсивно формировал вокруг себя сложные сети отношений между торговцами и потребителями, принимающим обществом и мигрантами. Даже само название «Китайка» вобрало в себя большое количество смыслов, понятных без дополнительных комментариев: от организации городского пространства до набора маркеров, определявших социальный статус.

Прогуливаясь сегодня по территории «Заречного рынка» или «Восточного города», мы уже не видим китайских «челноков», поблизости не намечаются «китайские» кварталы. Даже на «Китайском» рынке китайцы не являются определяющей силой. «Китайка» обладала большим символическим значением, олицетворяя в глазах горожан широкий спектр новых форм жизни, экономических и культурных практик, социальных контактов и отношений. Это превратило рынок в важный объект внимания в городском сообществе, предмет страхов жителей и управленческих решений местных властей. Сыграв роль своеобразных ворот, через которые Китай и его товары вошли в российские города, «Китайский» рынок трансформировался в своего рода двухсторонний портал, через который горожане узнают не только Китай, но и Восток в целом. В этом смысле «Китай» и «Восток» представляют в восприятии челябинцев сложный синтетический конструкт.

---

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

---

### Источники

*Бросали* товар и разбегались как тараканы [Электронный ресурс] // Ura.ru. Российское информационное агентство. URL: <https://ura.news/articles/1036260121> (дата обращения: 22.02.2020).

*Вечерний Челябинск*. 1993, 1994, 2000.

*В Челябинске* завершился первый в России процесс над китайским торговцем [Электронный ресурс] // Ura.ru. Российское информационное агентство. URL: <https://ura.news/news/7039> (дата обращения: 22.02.2020).

*Газета*. 2007. 11 апр.

*Карталинская* новь. 1998, 2001.

*Коммерсант*. 2000. 7 марта.

*Новые Известия*. 2006. 21 ноября.

ОГАЧО. Ф. Р-705. Оп. 1. Миграционная служба при администрации Челябинской области.

ОГАЧО. Ф. Р-804. Оп. 17. Управление экономического развития и торговли при администрации Челябинской области

ОГАЧО. Ф. Р-1404. Оп. 1. Комитет по внешнеэкономическим связям и внешнеэкономической деятельности администрации Челябинской области

ПМА. Челябинск, 2019 г.

*Постановление* Губернатора Челябинской области от 12.04.99 № 146 «О плане мероприятий по предупреждению и сокращению неконтролируемой внешней миграции из стран Юго-Восточной Азии на территорию Челябинской области» [Электронный ресурс] // Законы и бизнес в России. URL: <http://zakon-region.ru/1/137606/> (дата обращения: 22.02.2020).

*Сотрудников* Челябинской милиции обвинили в вымогательстве [Электронный ресурс] // Деловая пресса. URL: [http://www.businesspress.ru/newspaper/article\\_mld\\_34\\_ald\\_259695.html](http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_34_ald_259695.html) (дата обращения: 22.02.2020).

*У милицейского* начальства тлеют погоны [Электронный ресурс] // ИАМИКЪ. Информационное агентство маркетинга и консалтинга. URL: <https://iamik.ru/news/zhizn-regionov/35459/> (дата обращения: 22.02.2020).

*Челябинский рабочий*. 1994–2000.

### Литература

*Александрова М.* Закрытие «Большого рынка», или уход от «серых таможенных схем» // Проблемы Дальнего Востока. 2010. № 4. С. 65–75.

*Гельбрас В.Г.* Сколько китайцев в России? // Вестник Евразии. 2001. № 1. С. 71–87.

*Григоричев К.В.* «Они есть, но их нет»: «Китайские» теплицы в пространстве пригорода // ЭО. 2016. № 4. С. 137–153.

*Григоричев К.В., Дятлов В.И.* «Китайские» рынки России: Роль в постсоциалистической трансформации. (Случай Иркутска) // Вестник ТГУ. 2017. № 419. С. 121–132. DOI: 10.17223/15617793/419/16.

*Григоричев К.В., Дятлов В.И., Тимошкин Д.О., Брызгина Д.Е.* Базар и город: Люди, пространства, образы. Иркутск: Оттиск, 2019. 288 с.

*Григоричев К.В., Пинигина Ю.Н.* Два мира на Мира, 2: «Китайский» рынок в повседневности города // Известия ИрГУ. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 136–153.

## «Китайский» рынок в пространстве российского города (случай Челябинска)

Дятлов В.И. «Китайские рынки» российских городов — «уходящая натура»? // Известия ИрГУ. Сер. Политология. Религиоведение. 2008а. № 1. С. 20–30.

Дятлов В.И. Россия: В предчувствии чайнатаунов // ЭО. 2008b. № 4. С. 6–16.

Журавская Т.Н. Посетители «китайского» рынка: Символическое потребление и экономия на масштабе // Известия ИрГУ. Сер. Политология. Религиоведение. 2014. Т. 10. С. 120–135.

Попов А.Н., Суворова Н.Н., Спицын А.Н. Управление миграционной безопасностью: (Региональный аспект). Челябинск: УралГАФК, 2002. 170 с.

Тимошкин О.Д. «Рынок уехал, “Шанхайка” осталась»: Открытый вещевой рынок в Иркутске как метафора освоения символического пространства города // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. Т. XX. № 1. С. 56–73.

Трансграничные миграции и принимающее общество: Механизмы и практики взаимной адаптации : монография / Науч. ред. проф. В.И. Дятлов. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. 396 с.

Этнические рынки в России: Пространство торгового и места встречи / Науч. ред. В.И. Дятлов, К.В. Григоричев. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2015. 343 с.

Balzer H., Repnikova M. Migration between China and Russia // *Post-Soviet Affairs*. 2010. Iss. 1. Vol. 26. P. 1–37. DOI: 10.2747/1060-586X.26.1.1.

Nyíri P. Chinese entrepreneurs in poor countries: a transnational «middleman minority» and its futures // *Inter-Asia Cultural Studies*. 2011. Vol. 12. № 1. P. 145–153. DOI: 10.1080/14649373.2011.532985.

Ryzhova N.P., Ioffe G. Trans-border exchange between Russia and China: The case of Blagoveshchensk and Heihe // *Eurasian Geography and Economics*. 2009. Vol. 50. Iss. 3. P. 348–364. DOI: 10.2747/1539-7216.50.3.348.

Shlapentokh V. China in the Russian Mind Today: Ambivalence and Defeatism // *Europe Asia Studies*. 2007. Vol. 59. № 1. P. 1–21. DOI: 10.1080/09668130601072555.

Zabyelina Y. Costs and benefits of informal economy: Shuttle trade and crime at Cherkizovsky market // *Global Crime*. 2012. Vol. 13. № 2. P. 95–108. DOI: 10.1080/17440572.2012.674185.

**A.A. Avdashkin**

South Ural State University  
prosp. Lenina, 76, Chelyabinsk, 454000, Russian Federation  
E-mail: adrianmaricka@mail.ru

## «Chinese» market in the space of a Russian city (the case of Chelyabinsk)

This article is focused on the problem of formation and development of «Chinese markets». Most of the academic texts on the issue are based on materials from the Irkutsk «Shanghai» market. «Chinese markets» of the Ural cities have not been explored. The purpose of this manuscript is to trace the formation and development of ideas about the «Chinese market» among the residents of a large Ural city using the example of Chelyabinsk. The source base includes the author's personal observations made in the Chinatown area (vicinity of the «Zarechny Market»), archival documents on migration and trade between China and Chelyabinsk Oblast. In 2019 the author gathered interviews with consumers of the «Chinese» market, apartment owners who rented out housing to the Chinese, and market workers. The Chelyabinsk and all-Russian press are important sources for studying public opinion regarding the «Chinese» markets. The complexity of the study object resulted in the use of a complex of methods. These are free informal interviews with city dwellers, included observation in the «Chinese market», analysis of press content and discourse. Our study of perception of the «Chinese market» showed a lot in common between the emergence of «Chinese markets», and, most importantly, the reaction of the host community in Chelyabinsk and Siberian cities to this process. In the media discourse and in the mass consciousness of the townspeople, ideas about the «Chinese market» created an image of a «Chinatown» and a large number of Chinese migrants. Around the market, a complex of perceptions of threats has been formed (crime, tax evasion, low-quality goods, etc.). The Chinese market has formed complex networks of social relations between traders and consumers, the host society and migrants. The term of «Chinese market» has incorporated a large number of meanings that are understandable without additional explanation: from organization of urban space to a set of markers that determine social status. Today, the «Chinese market» is the image of the «East» for citizens, where different ethnic groups, borders, and cultures are intertwined.

**Key words:** «Chinese» market, urban space, ethnicity, migrants, Chelyabinsk.

## REFERENCES

Aleksandrova M. (2010). «Big market», or avoiding «gray customs schemes». *Problemy Dal'nego Vostoka*, (4), 65–75. (Rus.).

Balzer H., Repnikova M. (2010). Migration between China and Russia. *Post-Soviet Affairs*, (1), 1–37. DOI: 10.2747/1060-586X.26.1.1.

## A. A. Авдашкин

Dyatlov V.I. (Ed.) (2009). *Cross-border migrations and the host society: mechanisms and practices of mutual adaptation*. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta. (Rus.).

Diatlov V.I. (2008a). «Chinese markets» of Russian cities — «departing nature»? *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Politologiya. Religiovedenie*, (1), 20–30. (Rus.).

Diatlov V.I. (2008b). Russia: In anticipation of the Chinatowns. *Etnograficheskoe obozrenie*, (4), 6–16. (Rus.).

Dyatlov V.I. (Ed.) (2015). *Ethnic markets in Russia: The space of trade and meeting place*. Irkutsk: Izd-vo IGU, 2015. (Rus.).

Gel'bras V.G. (2001). How many Chinese are in Russia? *Vestnik Evrazii*, (1), 71–87. (Rus.).

Grigorichev K.V. (2016). «They exist, but they do not exist»: «Chinese» greenhouses in the suburbs. *Etnograficheskoe obozrenie*, (4), 137–153. (Rus.).

Grigorichev K.V., Diatlov V.I. (2017). Chinese Russian markets: A role in the post-socialist transformation: (Case of Irkutsk). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, (419), 121–132. DOI: 10.17223/15617793/419/16. (Rus.).

Grigorichev K.V., Diatlov V.I., Timoshkin D.O., Briazgina D.E. (2019). *Bazar and the city: People, spaces, images*. Irkutsk: Ottisk. (Rus.).

Grigorichev K.V., Pinigina Iu.N. (2014). Two worlds on Mira, 2: The «Chinese» market in the everyday life of the city. *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Politologiya. Religiovedenie*, (10), 136–153. (Rus.).

Nyiri P. (2011). Chinese entrepreneurs in poor countries: A transnational «middleman minority» and its futures. *Inter-Asia Cultural Studies*, (1), 145–153. DOI: 10.1080/14649373.2011.532985.

Popov A.N., Suvorova N.N., Spitsyn A.N. (2002). *Migration Security Management: (Regional Aspect)*. Cheliabinsk: UralGAFK. (Rus.).

Ryzhova N.P., Ioffe G. (2009). Trans-border exchange between Russia and China: The case of Blagoveshchensk and Heihe. *Eurasian Geography and Economics*, (3), 348–364. DOI: 10.2747/1539-7216.50.3.348.

Shlapentokh V. (2007). China in the Russian Mind Today: Ambivalence and Defeatism. *Europe Asia Studies*, (1), 1–21. DOI: 10.1080/09668130601072555.

Timoshkin O.D. (2017). «The market has left, “Shanghai” has remained»: The open clothing market in Irkutsk as a metaphor for the development of the symbolic space of the city. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*, (1), 56–73. (Rus.).

Zabyelina Y. (2012). Costs and benefits of informal economy: Shuttle trade and crime at Cherkizovskiy market. *Global Crime*, (2), 95–108. DOI: 10.1080/17440572.2012.674185.

Zhuravskaia T.N. (2014). Visitors to the «Chinese» Market: Symbolic Consumption and Economy on a Scale Seriya. *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Politologiya. Religiovedenie*, (10), 120–135. (Rus.).

A.A. Авдашкин, <https://orcid.org/0000-0001-8169-2755>.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Accepted: 02.03.2020

Article is published: 05.06.2020