

EDN: DNRSUW  
УДК 314.74

## Chinese Khabarovsk: The Role of Migrants in Shaping Urban Spaces

Elvira O. Leonteva\* and Van Na

*Pacific National University  
Khabarovsk, Russian Federation*

Received 22.07.2024, received in revised form 23.07.2024, accepted 13.09.2024

**Abstract.** In the article, the spheres of Chinese migrants' presence in Russian cities are examined on the base of empirical material. This presence used to be on the periphery of research interest, such as catering, consumer services, and education. Since the late 20<sup>th</sup> century, the presence of Chinese migrants in Russian cities has traditionally been associated with trading in the marketplaces. But currently the marketplaces themselves and the migrants' locations around them have changed. As for Chinese presence in Russian cities, it has become more dispersed. Markets, having undergone significant changes, are no longer the main place of Chinese in the city. The markers of Chinese presence are shifting from areas where Chinese goods are sold to places where Chinese services are sold. These places become the attraction points for migrants and form platforms for their internal consolidation, which plays a key role in maintaining national identity. The discursive practices of local residents that attribute the status of "Chinese" to certain places and territories are noted in the article as well as new ways of migrants' consolidation. They are important signs that form new migrant localities. For example, WeChat through which migrants carry out all necessary communications.

The empirical material of the article includes the observational data and the interviews with Chinese migrants.

**Keywords:** Chinese migration, Chinese diaspora, Chinese business, Chinese cuisine, urban space.

The study was supported by the Russian Scientific Foundation № 24–18–20038, <https://rscf.ru/project/24–18–20038/> in collaboration with the Ministry of Education and Science of Khabarovsk Krai (agreement 116C/2024).

Research area: Social Structure, Social Institutions and Processes.

Citation: Leonteva E.O., Van Na. Chinese Khabarovsk: the role of migrants in shaping urban spaces. In: *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.*, 2024, 17(10), 1834–1846. EDN: DNRSUW



## Китайский Хабаровск: роль мигрантов в формировании городских пространств

Э.О. Леонтьева, Ван На

Тихоокеанский государственный университет  
Российская Федерация, Хабаровск

---

**Аннотация.** В статье на основе эмпирического материала рассматриваются сферы присутствия китайских мигрантов в российских городах, которые раньше находились на периферии исследовательского интереса, такие как общепит, бытовые услуги, образование. Присутствие китайских мигрантов в российских городах с конца XX в. традиционно связывается с торговлей на рынках. Но к настоящему времени сами рынки и места локации мигрантов вокруг них изменились, а присутствие китайцев в российских городах стало более рассредоточенным: рынки, претерпев значительные изменения, уже не являются главным местом китайского присутствия в городе. Маркеры китайского присутствия смещаются с территорий, где продаются китайские товары, в места, где продаются китайские услуги. Эти же места становятся точками притяжения мигрантов и формируют площадки их внутренней консолидации, которые играют ключевую роль в поддержке национальной идентичности. В качестве важных признаков, формирующих новые мигрантские локальности, отмечаются дискурсивные практики местных жителей, приписывающие определённым заведениям и территориям статус «китайских», а также новые способы консолидации мигрантов, осуществляющих все необходимые коммуникации через национальный электронный мессенджер WeChat.

В качестве эмпирического материала в статье использованы данные наблюдений и интервью с китайскими мигрантами.

**Ключевые слова:** китайская миграция, китайская диаспора, китайский бизнес, китайская кухня, городское пространство.

«Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24–18–20038, <https://rscf.ru/project/24-18-20038/>» совместно с министерством образования и науки Хабаровского края (соглашение 116С/2024).

Научная специальность: 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки).

---

Цитирование: Леонтьева Э. О., Ван На. Китайский Хабаровск: роль мигрантов в формировании городских пространств. *Журн. Сиб. федер. ун-та. Гуманитарные науки*, 2024, 17(10), 1834–1846. EDN: DNRSUW

---

### Введение

Китайская диаспора существовала практически с первых же лет основания села Хабаровка, переименованного в 1893 г. в город Хабаровск. По данным краеведов и историков, уже в 1865 г. в поселке насчитывалось

20 китайцев, численность которых заметно увеличивалась летом. К концу XIX века после проведённого Приамурским генерал-губернатором П. Унтербергером рекрутинга китайских рабочих для строительства казённых объектов и Уссурийской железной

дороги они стали самой заметной этнической группой в городе, составляя от 20 до 30 процентов населения. Согласно переписи населения 1897 г. в Хабаровске насчитывалось 14 971 человек, из которых китайцев было 4666 человек (4609 мужчин и 57 женщин) (Konstantinov, 2019: 8–15). Несмотря на сложность количественной оценки из-за того, что разные источники приводят разные цифры и сама китайская миграция отличалась крайней подвижностью, все авторы сходятся на том, что вплоть до событий на КВЖД 1929 г. китайцы были второй по численности этнической группой в регионе. Так, Всесоюзная перепись населения 1926 г. показывает, что в дальневосточных городах проживало 41,3 тыс. китайцев – 12,2 % от общего числа горожан. (Kulínich, 2010: 71).

Первые места расселения китайцев в Хабаровске носили явно выраженный локальный характер, образуясь стихийно, а позднее – в результате планирования и контроля со стороны городских властей. Китайские слободки: Артиллерийская, Лихойдовская, Казачья, 95 и 97 кварталы существовали до самого исхода и выселения китайцев в конце 1920-х-начале 30-х гг. (Konstantinov, 2019: 34–42; Nesterova, 2004: 208–215).

В конце XX века распад СССР и открытие российских границ, сложившись с вектором китайской политики реформ и открытости, привели к новому росту китайской миграции. Однако ни по масштабу, ни по степени сплочённости новые мигрантские потоки не сравнимы с теми, что были в дореволюционный период. Это позволяет некоторым исследователям вообще сомневаться в том, существует ли в настоящее время китайская диаспора в городах Дальнего Востока (Kireev, 2013; Larin, 2017). И действительно, даже с учётом существующих противоречий в оценках ни одна из цифр, на которую мы могли бы опираться, не подтверждает её (всё ещё устойчивого) мифологического восприятия как «жёлтой угрозы». Так, по данным переписи населения 2020 г., по показателю «временно проживающие на территории России» насчитывается всего 4325 человек,

указавших в качестве страны постоянного проживания Китай. Из них почти 70 % (2999 человек) приходится на Дальневосточный федеральный округ. По другому показателю – гражданство – численность китайской диаспоры в два раза больше, но всё равно составляет не такую уж значительную для большой страны цифру – 10256 человек, половина из которых – 5124 человека – приходится на Дальневосточный федеральный округ (Itogi VPN 2020).

Помимо относительно невысокой численности китайских мигрантов есть и другие аргументы в пользу такой точки зрения. Так, исследователи отмечают (Varshaver, 2021), что в российских городах не сложилось типичных этнически маркированных районов локации китайских мигрантов, как это было в прошлом веке и как продолжает сохраняться в некоторых американских и европейских городах. На этом противопоставлении между визуально заметным присутствием китайских мигрантов в городе и явным отсутствием мест их локализации мы и пытаемся обнаружить способы их репрезентации в городском пространстве.

Таким образом, в этой статье мы обращаемся к проблеме пространственного маркирования «китайских мест» в приграничном российском городе и неизменно возникающего при этом смешивания физического и дискурсивного пространств в конструировании и восприятии «китайскости» в российских городах. Через их описание мы хотим показать, что диверсификация пространства и рассеяние мигрантов по городу не являются признаками отсутствия или исчезновения диаспоры. Напротив, имеющиеся «точки сбора» китайской идентичности стали тем более существенны для её носителей, чем менее открыты они для массового доступа и стороннего наблюдателя. С другой стороны, восприятие некоторых мест как «китайских» активно конструируется и воспроизводится самими хабаровчанами на основании сложного взаимодействия ментальных факторов – сложившихся стереотипов, памяти о 90-х, рекламе и т.д. Это, например, относится к тем «китайским» кафе, которые

не имеют никаких объективных признаков «китайскости» – ни китайского владельца, ни поваров, но успешно получают дивиденды от торговли, попав в правильный запрос на «китайскость».

Поскольку долгое время территориями присутствия китайских мигрантов в России, особенно в приграничных с Китаем городах, являлись городские рынки, другим местам почти не уделялось внимания. Однако за последние 10–15 лет сама структура китайской миграции претерпела существенные изменения, вслед за чем и пространственные маркеры, сигнализирующие о присутствии китайцев в городе, также сместились с рынка на другие локации, которые мы и описываем в статье.

Мигрантские маркеры городских пространств – довольно популярное направление исследований, сложившееся к середине XX века и заметно выросшее за последние два десятилетия. Традиционно здесь принято выделять в качестве первооснователей представителей Чикагской школы, впервые обративших внимание на изолированные этнические сообщества (гетто) в городской среде и предпринявших попытки их эмпирического изучения. Эта инициатива вызвала интерес и последующий рост исследований компактных мест проживания этнических групп, в том числе китайских мигрантов. В русле этого интереса были предприняты важные и интересные исторические исследования дальневосточных китайских кварталов XIX – начала XX века (Nesterova, 2004).

Относительно новой волны китайской миграции в конце XX века отмеченная нами проблема изолированного и компактного существования мигрантов часто подчеркивалась в исследованиях по миграции, но крайне редко становилась предметом специального анализа и экспликации. Тем более значимым является для нашей работы исследование Е. А. Варшавера (Varshaver, 2021) и коллег, посвящённое выявлению мест «резидентной концентрации» мигрантов вокруг рынков. Эта важная для нашего исследования теоретическая рамка сфокусирована на местах проживания, в то время

как наш интерес обращён к местам и формам *присутствия* китайских мигрантов.

Наиболее близкой нашим целям и эмпирическому материалу концептуальную рамку задали работы сибирских коллег, в которых не только подробно описаны и проанализированы мигрантские территории в сибирских городах, но и много внимания уделяется отдельно китайскому присутствию в его динамике и взаимодействии с местным населением в логике осмысления «китайскости» (Diatlov et al., 2019; Diatlov, 2008; Grigorichev, 2020). Авторы этой статьи смеют надеяться на продолжение логики, предложенной в их работах, и берут на себя полную ответственность за возможное её искажение при репликации на своём эмпирическом материале.

Эмпирическую базу нашего исследования составили 35 семейных интервью с этническими китайцами в дальневосточных городах, большинство из которых составили хабаровчане. Почти все наши респонденты имеют свой мелкий бизнес, как правило, – семейное предприятие. Таким образом, у нас была возможность отметить локацию их бизнеса, а также учесть их мнение о других территориях присутствия их соотечественников. Нашими респондентами стали мигранты, которые проживают в Хабаровске довольно длительное время – от 3 до 20 лет, что было существенным фактором, позволяющим считать их знание города и уровень погружения в городскую среду достаточными. Интервью проводились либо с одним членом семьи, рассказывающим о семейном бизнесе (8 чел.), либо с обоими супругами (27 семей) в форме устного собеседования на родном (китайском) языке. В силу специфики целевой группы отбор респондентов проводился через рекомендации ранее опрошенных респондентов («снежный ком»).

#### **Кейс 1: традиционный. Краткий экскурс по хабаровским «китайским» рынкам**

Почти во всех, а особенно в приграничных с Китаем городах России в 1990-е годы были китайские рынки. В Хабаровске с тех пор и до настоящего времени имеется

около десятка районных рынков и два больших городских, в разные периоды больше всего привлекающие китайских торговцев: Центральный рынок и рынок Выборгский. Несколько забегаая вперёд, скажем, что оба они в строгом смысле «китайскими» никогда не были.

Центральный рынок, находящийся, как понятно из названия, в самом центре города, имеет более чем вековую историю: он был основан в 1912 г. как площадка для торговли продовольственными товарами и помнит ещё дореволюционных китайских торговцев. Торговля продуктами питания и до настоящего времени является главным направлением работы этого рынка. Однако, как это часто бывает, территория вокруг основного павильона стала прирастать торговыми рядами, наполненными не только продовольствием, но и всякой всячиной. Особенно существенно эта околорыночная территория разрослась как раз в 1990-е годы. силами хабаровских «челноков» и их китайских конкурентов. Несмотря на то что и в 1990-е годы, и сейчас присутствие китайских торговцев на этом рынке визуально заметно, они никогда не доминировали на нём.

В 1990-е годы «китайскому» образу в большей степени соответствовал Выборгский рынок, в отличие от Центрального расположенный хоть и в городской черте, но на её относительной периферии. Этот рынок как место торговли официально появился в 1970-е годы и также имеет свою интересную историю, ещё ожидающую своего исследователя. В 1993 г. он получил громкое название Международного торгового центра «Выборгский» и стал местом массового паломничества покупателей: с середины 1990-х до примерно 2005–2010 гг. он сохранял у хабаровчан имидж самого дешёвого массового рынка с универсальным ассортиментом товаров и безграничными возможностями торга за них. Рынок-МТЦ быстро оброс сопутствующей инфраструктурой – точками питания, продуктовыми ларьками, так что для хабаровчан выезд на выходной шоппинг с целью основной покупки одновременно был и посещением кафе, и приобретением сопутствующих

необходимых товаров. Однако с середины 2000-х его популярность постепенно угасает и к настоящему времени практически сошла на нет.

МТЦ Выборгский по-прежнему существует и в каком-то смысле функционирует. Самодельные палатки и непрезентабельные ларьки сменились солидными торговыми павильонами, территория стала ухоженной и благоустроенной, дороги и тротуары приведены в должное состояние. На рынке по-прежнему продаются одежда, игрушки, вещи для дома и другие товары, но уже нет той жизни, которая когда-то сделала это место самой популярной точкой выходного досуга горожан. Не ходят туда, как 20 лет назад, переполненные автобусы, не слышно оживлённых торгов, и редкие покупатели, появляющиеся здесь, приезжают в конкретное место с определённой целью. В основном это оптовики, которые имеют свои мелкие розничные точки, в том числе китайцы, торгующие на центральном и районных рынках и имеющие возможность покупать оптом на льготных условиях (иногда вообще могут брать под реализацию без денег). «Рыночный дух» покинул это место – оно превратилось в торговый центр под открытым небом – всё солидно, размеренно и чётко, спокойно, чтобы называться рынком.

Очевидно, что как у оптовиков, так и у тех, кто делает покупки для себя, появились большие возможности альтернативных источников закупок. В первую очередь это маркетплейсы и интернет-магазины, – как китайские 淘宝 Taobao, 1688, 阿里巴巴 Alibaba / AliExpress, так и российские Wildberries, OZON и др. Ситуацию особенно усугубила пандемия Ковид 2019, когда вся торговля перешла в онлайн. Несмотря на то что некоторые клиенты (со слов торговцев) потом вернулись, большая их часть так и осталась в онлайн, убедившись, что это удобнее, дешевле, больше выбор. Важным следствием пережитого опыта пандемии является то, что она научила всех, кто не умел или не хотел покупать онлайн, возможностям совершать покупки из дома. Роль торгового посредника в этот период сыграл китайский мессенджер WeChat, который стал не толь-

ко главной торговой площадкой, но и средством коммуникации, поддерживающим среди своих многочисленных возможностей в том числе и разговор на русском языке. Встроенный в мессенджер переводчик в формате диалога позволяет общаться, не зная языка, что существенно облегчило коммуникацию и дало возможность для многих торговцев, например, вывести свою торговлю за границы традиционной рыночной локации и перевести её поближе к покупателю – открыть магазин в местах новой застройки, где большая численность населения и высокая проходимость.

Другой причиной снижения привлекательности совершения покупок на открытом рынке стал ценовой фактор. Курс валют и высокая конкуренция лишили это место его безусловного преимущества для розничного покупателя – снизить цену, как это бывало в лучшие времена – иногда даже в разы. Теперь покупатели «для себя» ищут привлекательные цены в ближней доступности, и число точек, предлагающих такие цены, постоянно растёт. В том числе из тех, которые открывают китайские торговцы, ушедшие с рынка Выборгский.

Рыночная китайская торговля постепенно перетекает в стационарную в двух направлениях. Растёт число китайских магазинов районного масштаба с разнообразными товарами – например, торговый дом МХ, представленный как отдельные постройки в двух оживлённых районах города. Второе направление перетекания китайской торговли – магазины в больших торговых центрах, также имеющиеся во всех районах города. Почти в каждом торговом центре есть точки, принадлежащие китайцам, – например, в ТЦ «Стрелка» (Магазин детских товаров и игрушек), ТЦ «Большая медведица» (товары для дома), ТЦ «Горизонт» и др., ТЦ «Магазин Радостей», ТЦ «Макси Молл». Визуально такая торговля не ассоциируется у хабаровчан с китайским присутствием, так как большинство торговых точек обслуживаются наёмным персоналом из местного населения.

Ещё одним направлением, визуально также не очевидно «китайским» для го-

рожан, является оптовая торговля овощами и фруктами, и здесь традиционно, ещё с 1990-х, местом присутствия китайцев была оптовая овощная база «Многорядов». На этой площадке китайские мигранты конкурируют как с другими этническими группами, так и с крупными торговыми сетями и гипермаркетами, и последние, уже постпандемийные тренды, показывают, что эту конкуренцию китайцы проигрывают. Доля китайского присутствия и здесь стремительно сокращается.

И хотя среди хабаровчан мелкооптовые покупки фруктов для бытового потребления остались также в 1990-х, всё ещё встречаются практики купить, например, ящик яблок или мандаринов на две-три семьи по оптовой цене. Однако таких мелких покупателей «для себя» на базе уже практически нет, здесь происходит закуп для розничных точек. Отдельным сюжетом, ждущим своего исследователя, является взаимодействие этнических групп на этом пространстве. Любопытно, что в розничных магазинах и маленьких палатках, торгующих овощами и фруктами в микрорайонах, мы не увидим китайских торговцев, однако на оптовой базе имеются прилавки, которые китайцы держат с 1990-х годов и на которых торгует уже не одно поколение семьи. Так, 3 семьи из числа наших респондентов представляют эту сферу деятельности и рассказывают о том, что сейчас уже занимаются ею больше по традиции, чем из бизнес-целей. Большой прибыли торговля овощами и фруктами не даёт, но бросать уже трёхпоколенное семейное предприятие жалко. Учитывая, что пик популярности торговли приходится именно на первое поколение мигрантов, которым уже 50–60 лет, со второго поколения уже заметно явное смещение рода деятельности в сторону более интеллектуальных занятий. Например, отец одной из наших респонденток О. в своё время торговал на рынке, но сама О. работает переводчиком и говорит, что торговля ей неинтересна. Другой пример – дочь респондентки Л. сейчас работает в банке «Bank of China», а сама Л. всю жизнь работала на рынке.

Важным сопутствующим феноменом рынков стала соответствующая инфраструктура, выстроенная мигрантами первых поколений и ориентированная на прибывающих в город соотечественников. Так, при отсутствии в Хабаровске (как и в других российских городах) китайских кварталов имеются несколько китайских общежитий (нам известно о трёх), которые находятся непосредственно возле рынков и содержатся китайцами для временного размещения прибывающих соотечественников. Вокруг этих общежитий созданы и соответствующие социальные объекты – магазины, кафе и парикмахерские, не имеющие вывесок и обслуживающие только своих. Эти локация («места резидентной концентрации», по выражению Е. А. Варшавера (Varshaver, 2021), расположены относительно далеко от центра города, не в самых престижных районах, они функционируют официально, но вместе с тем как бы незаметны для стороннего наблюдателя. Проживающие в этих общежитиях китайские рабочие, механики, повара и просто рыночные «помогайки» представляют из себя самую мобильную часть мигрантской группы. Некоторые из них проживают там годами, кто-то приехал подработать на сезон и присмотреться, однако так или иначе они интегрированы в бизнес, который создало старшее поколение мигрантов и который, как мы отмечали выше, рассредоточен по всему городу.

## **Кейс 2: не рынком единым.**

### **Взлёты и падения китайской кухни**

С 1990-х годов китайские кафе были и остаются главным, возможно, даже в случае современного Хабаровска, основным маркером, подчёркивающим близость дальневосточных территорий с Китаем. Китайская кухня («китайка») для дальневосточников, выросших на рубеже тысячелетий, стала первым доступным сегментом введомашней кухни – как для выхода, так и для доставки. Много лет она доминировала на этом рынке, так как «пицца», и (как ни странно) «японская кухня» в их массовом секторе составили реальную конкуренцию «китайке» гораздо позже.

С тех пор и до настоящего времени для дальневосточников китайская еда является сопутствующим бытовым явлением, входящим в самый доступный повседневный перечень доставки и имеющим свой устойчивый вишлист: на каждом сайте китайского кафе в этот список неизменно входят как минимум две позиции: гобачжоу (свинина в кисло-сладком соусе) и один из салатов Пекин/Харбин с похожей рецептурой.

Территориально кафе и рестораны китайской кухни разбросаны по всему городу, нет района с какой-то их особо выраженной локацией. Причём самые известные места с хорошей репутацией расположены совсем не в центре города. Данные 2GIS и paint показывают, что в Хабаровске работает около пятидесяти китайских точек питания, большинство из которых принадлежат китайцам.

Как и в других секторах общепита здесь выделяется более дорогой ресторанный сегмент, представленный небольшим количеством заведений, кафе среднего чека и популярные массовые места. Почти в каждом секторе есть доставка, пользующаяся большим спросом у хабаровчан. Кроме этого, популярные китайские блюда составляют обязательный ассортимент отделов готовой еды во всех супермаркетах Хабаровска. И из новых – уже в постпандемийный период складывающихся городских трендов – появление и постепенное расширение пунктов торговли в стиле «китайский фастфуд» – маленьких павильончиков в местах высокой проходимости (например, на остановках общественного транспорта) с парой витрин китайской еды небольшого ассортимента из числа самых известных блюд и двумя-тремя столиками. Здесь можно либо быстро перекусить «на бегу», либо захватить с собой пару корочек.

Другим важным критерием классификации китайских точек питания является тот, который можно было бы назвать степенью аутентичности. На самом деле выяснить, насколько хабаровская «китайская» кухня является в действительности китайской, не только невозможно, но и бессмысленно – важно то, что она воспринимает-

ся жителями как таковая, и это понятный и привычный элемент бренда, вошедший в повседневную жизнь. Однако важным маркером «китайскости» в фокусе нашего исследования является факт признания самими китайцами имеющих кафе как «своих» – или, другими словами, тех мест, куда ходят или не ходят китайцы. В этом смысле наше исследование показало, что наиболее посещаемые китайцами места – это две точки, которые не имеют официальной вывески как китайские кафе (хотя 2GIS опознаёт их в качестве таковых). В строгом смысле именно они по факту китайские – такие, где европейские лица являются редкостью, куда местному жителю без сопровождающего его китайца не попасть и где, с точки зрения самих китайцев, готовится китайская еда. По замечанию известного хабаровского блогера и эксперта (Nihaо...), «кухня там реально очень необычная по сравнению с привычными всем китайскими кафе в Хабаровске». Оба таких кафе расположены не в центре города и, поскольку совсем не ориентированы на местное население, не могут быть визуально опознаны горожанами как точки китайского присутствия. Такие единичные места ориентированы исключительно на соотечественников, в основном проживающих в китайских общежитиях возле Выборгского рынка и оптовой базы «Многорядов», отмеченных выше как традиционные локации китайских торговцев.

Настоящим испытанием на прочность присутствия китайской кухни в Хабаровске стала пандемия 2019–2021 гг. По примерным оценкам за два года блокировки границ в Хабаровске закрылись почти половина китайских кафе. Так, даже визуально было заметно, что численность точек питания среднеазиатской кухни быстро заместила освобождающиеся китайские локации. Стало складываться впечатление, что китайский тренд уступил и окончательно пошёл на убыль. В интервью, собранных в этот период, отмечалось, что пойти на такие меры китайским бизнесменам пришлось из-за нехватки рабочих рук и резкого сокращения поваров китайской кухни.

Один из наших респондентов, владелец кафе китайской кухни, рассказывал о конкуренции за поваров среди рестораторов и сложностях, связанных с набором персонала в кафе.

*«Сейчас у меня остался один повар, и я был вынужден повысить ему зарплату, чтобы он не ушёл. Мне приходится очень осторожно относиться к нему, боюсь, что вдруг обижу его, и он тоже уйдёт. Иногда я чувствую, как будто я работник, а он хозяин, и я везде должен облизывать его, чтобы он хорошо работал»* (П., 48 лет, владелец кафе китайской кухни).

После пандемийного упадка китайская кухня переживает этап роста – открываются новые точки, расширяется китайский фастфуд, известные бренды прирастают филиалами. Точную динамику взлёта и падения оценить сложно, но, по словам того же известного блогера, «в 2003 г. в Хабаровске было только 10 заведений общепита с китайской кухней. Потом статистика роста была такой: 2012 г. – 30, 2013 г. – 55, 2015 г. – 81. В пандемию некоторые заведения закрылись, но, по данным справочника 2GIS, в Хабаровске сейчас насчитывается 51 ресторан/кафе китайской кухни».

При том что китайские кафе ориентированы в первую очередь на российского клиента, они отчасти признаются и самими китайцами. Например, хабаровский консул КНР принимает своих высоких соотечественников, посещающих Хабаровск, в ресторане «Гонконг» – месте, которое считается дорогим и не очень вкусным как среди местного населения, так и среди китайцев (хотя и они тоже считают, что высоких гостей следует водить именно туда). Кафе, которые содержит китайский владелец, среди китайцев котируются выше, чем находящиеся в собственности у российских граждан. В целом для китайцев такие места – это символическое пространство поддержки родной культуры и место общения на родном языке, место, где можно поддержать свою культурную и языковую идентичность. Оно не только помогает китайцам сохранять и развивать этническую соци-

альную сеть (в принципе, с этим хорошо справляется WeChat), но в большей степени удовлетворять личные эмоциональные и психологические потребности.

В интервью с китайскими хабаровчанами всплывала ассоциация с кафе и ресторанами как «островками родины».

*«Хотя я умею готовить китайскую еду дома, я всё равно часто хожу поест в китайские рестораны со своей семьей или друзьями. Этническое убранство ресторана, запах готовящейся пищи, оживленный китайский диалог и знакомая китайская музыка вызывают у меня добрые чувства, и я чувствую, что «возвращаюсь в Китай.» (А., 52 г., предприниматель, автомастерская).*

Обобщая сюжет о китайском общепите, можно сказать, что шаблон о «схождении культур» в данном случае оказывается очень уместным. Для хабаровчан китайская кухня – привычная, позитивно воспринимаемая опция досуга, выхода или доставки. Для китайцев это не просто обычное место для приема пищи, но и особое пространство формирования идентичности, поддерживающее воспоминания о доме, ностальгию по родному городу и даже гордость за свой народ.

### **Кейс 3: китайские мастерские для бытовых услуг. Чудо выживания**

С 1990-х годов существует ещё один удивительно живучий – очень мелкий и по объёму оборота, и по степени видимости – вид китайского бизнеса: мелкие мастерские по ремонту обуви и изготовлению ключей. Конечно, и их количество сильно уменьшилось, особенно после пандемии, на фоне чего тем более удивительно до сих пор видеть в микрорайонах среди стихийно расклеенных объявлений «приветы из 1990-х» в виде текстов типа: «Китаец Вася. Ремонт обуви, вставлю замки, сделаю ключи. Быстро, низкие цены».

В этой сфере бизнеса главными конкурентами, со слов самих китайцев, являются вьетнамцы, при том что сами хабаровчане такой конкуренции не отмечают и о существовании рынка услуг вьетнамских ми-

грантов ничего не знают. Зато почти все знают о «своём» «китайце Васе», сидящем в ближайшем магазине или на рынке, который, кроме ремонта обуви и ключей, делает всякий мелкий ремонт фурнитуры одежды и сумок, заточку ножей, чинит и паяет разные полезные предметы быта.

С точки зрения пространственной локализации таких точек мы не увидим в центре города, нет их и в больших торговых центрах и гипермаркетах. Это ремесленники-одиночки, уютящиеся в уголках районных магазинов на периферии. Сами китайские мигранты не считают этот бизнес перспективным, называют его стартовым и объясняют его живучесть тем, что он не требует особых первоначальных инвестиций, поэтому хорошо подходит тем, кто находится в промежуточном состоянии – приехал при поддержке родственников и миграционной сети, начал работать, накопил и ушёл в более прибыльный бизнес. Обувные мастерские являются наиболее быстрым и дешёвым способом получения хоть и небольшого, но стабильного дохода, значимость которого соизмеряется не с его престижем и прибыльностью здесь, а с теми, гораздо более низкими дивидендами, которые аналогичное ремесло может принести на родине.

Этот род занятий также укоренился на сетевой основе – первые работники, скопив начальный капитал, ушли в другие сферы – например, открыли магазин, в котором на своё место пригласили родственника или земляка. Такой же «цепной» характер носит и миграция в торговле овощами и фруктами. Что касается обувщиков, сетевой характер этого бизнеса проявляется, например, в том, что почти все работники здесь являются выходцами из небольшого уездного городка Учан (пров. Хэйлунцзян).

Другой сегмент услуг, в котором замечено китайское присутствие, – автосервис, также стягивающий в эту сферу самые разные этнические группы. Среди наших респондентов имелся один представитель этого бизнеса, специализация которого основана на обслуживании автомобилей, задействованных в лесозаготовках. Наши опросы и наблюдения выявили несколь-

ко точек китайского автосервиса в Хабаровске разной специализации. В отличие от услуг обувных дел, автобизнес связан со значительными первоначальными инвестициями: помимо спецоборудования, это дорогая аренда помещения, содержание персонала, включая визовую поддержку китайских рабочих (здесь китайские бизнесмены предпочитают иметь дело исключительно с соотечественниками), помощь с документами, получение лицензии и т.д. Вся эта сложная инфраструктура требует не только значительных материальных вложений, но и специфической сетевой поддержки, причём не только внутри мигрантских сетей, о которой респондент избегает говорить, переводя разговор на внутренние сложности, в основном на проблему с кадрами: нехватку мастеров, недостаточную квалификацию персонала, и о том, что приходится экономить на всём, чтобы держать конкурентную цену, – готовить еду для персонала или работать самому, привлекать семью (жену) к работе и т.д.

Ещё одна категория китайской сферы услуг, также не сильно заметная на рынке – это парикмахерские. Китайский бизнес в этой сфере совсем не конкурент доминирующим здесь предприятиям мигрантов из Центральной Азии, однако и тут у китайских мастеров есть своя ниша и свой клиент. Сейчас это только те точки, которые ориентированы на обслуживание соотечественников, проживающих в общежитиях возле Выборгского рынка и в прилегающем микрорайоне. Безусловно, этот бизнес нельзя назвать «китайским», но с учётом того, что ещё пару лет назад китайские парикмахерские были не сильно заметны в хабаровском ландшафте, вполне вероятно, что это направление в будущем станет более активным и в этом этническом спектре. Среди наших респондентов не было представителей этого бизнеса, однако почти все из них говорили, что сами обслуживаются у своих мастеров, и, с их слов, бизнес в этой сфере у их соотечественников идёт неплохо.

Обзор существующих мест присутствия китайских мастеров в Хабаровске заведомо не мог претендовать на полноту

и глубину, однако он является показательным в том плане, что ни один из видов перечисленного выше бизнеса мы не можем назвать в чистом виде «китайским», но вместе с тем в каждом из них китайское присутствие стабильно и заметно в большей или меньшей степени.

#### **Кейс 4: образование. Китайцы как студенты, репетиторы и учителя**

Как мы уже упоминали, все сферы китайского бизнеса являются высококонкурентными, и другие этнические группы часто являются гораздо более «видимыми» на рынках и в общественных местах, чем китайские мигранты. Вместе с тем есть одна безусловно доминирующая на протяжении многих лет область их узнаваемости – это китайские студенты дальневосточных университетов.

В сравнении с университетами других регионов России, где всегда преобладали обучающиеся из Казахстана и других стран Центральной Азии, в дальневосточных университетах именно китайские студенты с самого начала тренда на интернационализацию составляли до 95 % иностранного контингента. В настоящее время эта доля существенно снизилась в среднем до 60 % по разным вузам<sup>1</sup>, однако китайские студенты остаются самой многочисленной группой иностранцев в вузах Дальнего Востока.

В двух самых больших университетах Хабаровска – ТОГУ и ДВГУПС обучается примерно 1260 китайских студентов – почти столько же, сколько во флагманском университете региона ДВФУ. Если прибавить к этому институт культуры и медицинский университет, то общую численность китайских студентов в городе можно оценить в 1500–1700 человек. При совсем небольшой численности диаспоры из числа мигрантов-долгожителей, как мы упоминали в начале, казалось бы, что именно студенты, являясь самой многочисленной группой, должны

<sup>1</sup> В ДВФУ 46 % <https://www.dvfu.ru/about/facts-and-figures/universitet-v-tsifrah/>, в вузах Хабаровска (ТОГУ и ДВГУПС) по косвенным оценкам в сопоставлении с данными открытых источников – 65 %

влиять на формирование «китайскости» в восприятии местных жителей.

Однако эта группа мигрантов не отличается высокой внешней активностью. Китайские студенты проживают в университетских общежитиях, находящихся в непосредственной близости к учебным корпусам, и их присутствие заметно практически только в университетской локации. Их общение ограничено собственной группой, а любые внешние контакты осуществляются, как правило, санкционированно и коллективно.

Другая группа, деятельность которой связана с образованием, – это учителя/преподаватели китайского языка. Здесь востребованность в мигрантах как носителях языка является довольно высокой. Среди наших респондентов было двое преподавателей, работающих официально и ещё 3 человека, обучающих китайскому языку неформально.

Нет необходимости перечислять причины, по которым практика привлечения носителей языка к преподаванию получила признание и поддержку со стороны как образовательных учреждений, так и обучающихся. Другое дело, что далеко не все, кто может и готов работать в этой сфере, имеют на это официальное право. Поэтому в тени немногих официально принятых на работу учителей языковых школ и курсов находится очень существенный по масштабам рынок неформального репетиторства китайских мигрантов с большим стажем проживания и достаточным для коммуникации с учеником уровнем владения русским языком. При этом нередки случаи, когда сами мигранты официально оформляют свою деятельность как индивидуальные предприниматели и осуществляют образовательные услуги дополнительно к основной деятельности, как бы для подработки. Китайские семьи, давно живущие в Хабаровске и хорошо интегрированные в местную среду, часто учат языку детей своих русских друзей, их знакомых и т.д., не воспринимая эту деятельность как средство заработка, а скорее как услугу по знакомству, необходимую для поддержания сетевого доверия.

Форма предоставления таких услуг, как правило, не связана с пространственной

локацией, то есть не требует содержания специально оборудованного помещения, обязательного условия для получения лицензии на образовательную деятельность. Большинство репетиторов занимается на дому или онлайн, в связи с чем этот род деятельности не оказывает такого уж заметного влияния на городскую среду. Тем не менее мы считаем его очень важным для обозначения того аспекта, о котором писали выше, – изменения структуры занятости второго поколения, повлекшего за собой перетекание китайских мигрантов с рынка в другие сферы, а также восприятия «китайскости» среди хабаровчан. Учителя китайского не формируют свои локации в физическом пространстве, но они очень заметны и узнаваемы в пространстве социальном.

Неожиданным драйвером развития этого рынка стала пандемия Ковид 19. Внезапно остановился китайский туристический поток, и обслуживающие его переводчики и гиды остались без работы. Они быстро переквалифицировались в преподавателей китайского языка как частные репетиторы, освоив онлайн-формат занятий. Сейчас, в условиях наращивания темпов «поворота на восток» и российско-китайской дружбы, всё упущенное за пандемийный период стремительно возвращается – у гидов-переводчиков возрастает клиентура, увеличивается количество проводимых международных мероприятий и, соответственно, растёт потребность в их услугах. Однако сложившиеся контакты и полученный за пандемию опыт делают репетиторство необременительным способом получения дополнительного дохода.

Востребованность в преподавателях, так же как и в переводчиках китайского языка, сейчас в Хабаровске очень высока, в связи с чем этот вид занятости на многие (по крайней мере совершенно точно ближайшие) годы будет одним из самых привлекательных для мигрантов.

#### **Заключение. Китайская диаспора и город: «точки сбора»**

Понятие «точки сбора» мы здесь используем в метафорическом смысле как

пространства, имеющие символическое значение и способствующие укреплению внутренней консолидации мигрантов. Для народов, идентифицирующих себя с религией, эту функцию выполняют храмы, но для нерелигиозных китайцев этот канал не работает. Все прежние механизмы поддержки консолидации диаспор – союзы, объединения, газеты-журналы – также остались глубоко в прошлом. Им на смену пришли современные электронные коммуникаторы, и китайский мессенджер WeChat является в этом смысле очень выразительным примером. Это то самое универсальное «место», в котором можно решить практически все проблемы: получить советы соотечественников, найти работу и жильё, продать и купить товары, не говоря уже о досуговом и развлекательном контенте.

Из-за того, что через WeChat решаются все бытовые проблемы, нет смысла искать институцию, которая бы способствовала поддержке диаспоральных связей. В строгом смысле, за исключением нескольких кафе, нет и таких мест, куда мигранты могли бы прийти специально, чтобы поддержать свою этническую идентичность. Однако ориентированный на соотечественников бизнес формирует такие связи, которые, укореняясь, образуют также и специфическую пространственную форму, проявляющуюся как в физическом пространстве, так и в дискурсивном – виртуальном выражении и ментальном восприятии «китайскости» хабаровчанами.

В пространственной локации мигранты-старожилы, т.е. те, кого можно отнести к диаспоре, расселены по всему городу и специальным образом не поддерживают какую-то особую внутригрупповую консолидацию. Но их деятельность сформировала точки притяжения, которые привлекают новых соотечественников, приезжающих работать на их предприятиях или попробовать открыть свой бизнес. На такой приток новичков рассчитаны места обслуживания, организованные старыми мигрантами.

Самая заметная для хабаровчан часть этого бизнеса – китайские кафе, выполняют помимо своего прямого предназначения ту самую очень важную символическую функцию, в том числе и для самих китайцев. Эта символическая роль китайской кухни важна также и для хабаровчан, воспринимающих её как «визитную карточку» китайской культуры, причём имеющая позитивные коннотации – хабаровчане, как отмечалось выше, очень любят китайскую кухню. После пандемии китайская кухня стремительно возвращает утраченные позиции и вместе с ними статус места встречи двух культур.

В целом, если говорить о влиянии на городскую среду, китайцы стали в ней гораздо менее заметны визуально и официально. Китайский Выборгский рынок превратился в локальную торговую площадку, в остальных сферах бизнеса китайцы не являются доминирующей этнической группой, однако в таком – рассредоточенном – виде удерживают свои позиции уже несколько десятилетий. За прошедшие 30 лет с начала этапа новой китайской миграции с 1990-х годов были периоды роста, упадка, кризисов, исхода – все острые моменты, связанные с китайским присутствием, были пройдены в допандемийные времена. Сейчас мы можем говорить о новой форме сосуществования мигрантов и города – своеобразном институциональном консенсусе: мигранты-старожилы хорошо интегрировались, стали хабаровчанами и выполняют важнейшую функцию контроля за вновь прибывающими соотечественниками. Не в последнюю очередь укреплению этого консенсуса способствовало увеличение потока мигрантов из стран Центральной Азии в 2010-х, которые стали новыми «чужаками» и переключили на себя мигрантский дискурс. Между тем китайские мигранты, выдержавшие все кризисы, сохранили стабильность своего присутствия во всех описанных видах бизнеса, не доминируя ни в одном из них.

## Список литературы / References

- Diatlov V.I. Rossiia: v predchuvstvii chinataunov [Russia: Anticipating Chinatowns]. In: *Etnograficheskoe obozrenie [Ethnographic review]*, 2008, 4, 6–11
- Grigorichev K. V. “Nepравil’nye kitaitsy” i “zahvachennyi gorod”: osparivanie gorodskogo prostranstva kak vyrabotka praktik vzaimodeistviia s drugim [The “wrong” type of Chinese and the “captured” city: contesting of urban space and constructing practices of interacting with the other]. In: *Zhurnal issledovaniia sotsial’noi politiki [The Journal of Social Policy Study]*, 2020, 4(18), 593–608 DOI: 10.17323/727–0634–2020–18–4–593–608
- Grigorichev K. V., Diatlov V.I., Timoshkin, D.O., Briazgina, D.E. Bazar i gorod: liudi, prostranstva, obrazi [The bazaar and the city: people, spaces, images]. Irkutsk, Ottisk, 2019, 287.
- Itogi VPN 2020 Available at: [https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom6\\_Migraciya\\_naseleniya](https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom6_Migraciya_naseleniya) (Accessed 10 July, 2024)
- Kireev A. A. Sushchestvuet li kitaiskaia diaspora na Dal’nem Vostoke Rossii? [Is there Chinese diaspora in the Russian Far East?]. In: *Oikumena. Regionovedcheskie issledovaniia [Oikumena. Regional Reseraches]*, 2013, 4, 28–47.
- Konstantinov G. D., Liashkovskii V.N. Kitaiskaia diaspora v Habarovske 1858–1938 g. [Chinese diaspora in Khabarovsk 1858–1938 years]. Khabarovsk, Priamurskie novosti, 2019, 364.
- Kulinich N.G. Povsednevnaia kul’tura gorozhan Sovetskogo Dal’nego Vostoka v 1920–1930-e godi [The everyday culture of the citizens of the Soviet Far East in the 1920s and 1930s]. Kyabarovsk, Isdatel’stvo Tihookeanskogo gosudarstvennogo universiteta, 2010, 375.
- Larin A.G. Kitaiskaia diaspora v Rossii [Chinese diaspora in Russia]. In: *Konturi global’nih transformatsii: ekonomika, politika, parvo [Outlines of global transformations: politics, economics, law]*, 2017, 10(5), available at: <https://doi.org/10.23932/2542–0240–2017–10–5–30–49>
- Nesterova E.I. Russkaia administratsiia b ritaiskie migrant na iuge Dal’nego Vostoka Rossii (vtoraia polovina XIX-nachalo XX vv.) [Russian administration and Chinese migrants in the South of the Russian Far East (second half of the XIX- early XX centuries)]. Vladivostok, Izdatel’stvo Dal’nevostochnogo gosudarstvennogo universiteta, 2004, 369.
- Nihao. Istoriia kitaiskoi kuhni v Habarovske. Available at <https://www.eastrussia.ru/material/nikhao-istoriya-kitayskoy-kukhni-v-khabarovske/> (Accessed 10 July, 2024)
- Varshaver E.V., Rocheva A.L., Ivanova N.P. Factory i mekhanizmy skladyvaniia mest rezidentnoi kontsentratsii migrantov vokrug rynkov [Factors and mechanisms of the formation of migrants residential concentration areas around markets]. In: *Monitoring obshchestvennogo mneniia; ekononicheskie I ssial’nye peremeny [Monitoring of public opinion: Economic and social changes]*, 2021, 5, 425–449 DOI: 10.14515/monitoring.2021.5.1939