

был еще Ордос с его полупустынной и пустынной центральной частью. Можно согласиться с экологами и историками, что в XII в. климат на территории Ся, в том числе и в нынешних пустынных районах, был более благоприятным.

Мне лично приходится только сожалеть, что в силу независящих от меня причин, прежде всего неблагоприятных отношений между КНР и СССР, начиная с 1960-х до середины 1980-х годов я так и не имел возможности ознакомиться с основными регионами и городами бывшей территории Ся. Совсем не удивительно, что такое знакомство помогло бы мне лучше понимать тангутские тексты. Поэтому на меня произвело такое впечатление посещение Хара-Хото, пусть мимолетное, чисто экскурсионное, но изменившее мое представление и об этом городе, и об этой местности. Воистину, лучше один раз увидеть, чем тысячу раз услышать!

Н.В. Майкова

ХРАМОВЫЕ РЫНКИ КИТО КАК ПРОДОЛЖЕНИЕ ТРАДИЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКИХ РЫНКОВ

Ни один из многочисленных японских праздников, в том числе и храмовых, не обходится без вереницы торговых палаток с разнообразной снедью, сувенирами, кухонной утварью и амулетами, дарующими счастье, здоровье и успех в делах. Эти веселые, красочные базары являются частью сложной и разветвленной системы т.н. периодических рынков, существующих в Японии с давних пор.

Сложно выделить какую-либо систему японских периодических рынков. Многие из них возникали стихийно, на перекрестках торговых путей или у известных храмов, привлекавших большое число паломников. Традиционно рынком называют оборудованную или необорудованную территорию, обычно в населенном пункте, где ведется массовая торговля с рук. Периодические рынки являются особым типом рынков: они организуются на конкретной территории в строго определенные дни или через определенные промежутки времени (один раз в неделю, в месяц, в год). Поскольку в Японии очень дорогая земля, на наиболее перспективных в плане

торговли участках нередко сосуществуют разные типы рынков. Например, каждый день работает утренний рынок, а один раз в месяц днем устраивается «блошиный».

В научной литературе японские периодические рынки как важная составляющая традиционной культуры освещены недостаточно. Упоминания о них можно встретить главным образом в исследованиях, посвященных различного рода празднествам (1). О значении периодических рынков для экономики Японии свидетельствует тот факт, что им посвящен раздел книги Ассоциации географов Японии «Geography of Japan» (1980) (2). Некоторую информацию по истории развития рынков в Японии с древности до середины XX в. можно найти в многотомном историческом исследовании «The Cambridge History of Japan» (3). Впрочем, рынки интересны не только самим японцам, но и иностранцам, для которых в 2003 г. издан справочник на английском языке, целиком посвященный рассмотрению различных типов местных периодических рынков — «Flea Markets in Japan» (4). Книга является своего рода справочным пособием для любителей древностей и антиквариата, содержит информацию сугубо практического характера по «блошиным рынкам»: указаны места и даты их проведения, часы работы, количество торговых мест и т.д.

Периодические рынки — очень интересное и характерное для современной Японии явление, которое требует специального рассмотрения.

В эпоху Хэйан (794–1185 гг.) аристократы и чиновники большей частью жили на средства, поступавшие из их владений, поэтому потребность городского населения в торговле была сравнительно низкой. При строительстве Киото были заложены два официальных рынка: Восточный и Западный — к северу от Восточного и Западного храмов (5). Их вполне хватало для обеспечения нужд населения. Первые упоминания о периодических рынках относятся к началу XII в., когда в стране повсеместно развивались торговые отношения. Сначала торговля возникала стихийно, приезжие крестьяне и ремесленники привозили на продажу изделия собственного изготовления. Постепенно сформировались «сансай ити» (букв. «трехразовый рынок») — периодические рынки, которые организовывались три раза в месяц, и «рокусай ити» (букв. «рынок шесть

раз в месяц»), которые устраивали в два раза чаще, чем сансай ити (6). С конца эпохи Хэйан известны «мондзэнмати» (букв. «рынок перед храмовыми воротами») — периодические рынки, расположенные неподалеку от наиболее популярных и крупных храмов в восточной части Киото (7).

Наивысший расцвет периодические рынки пережили в эпоху Эдо (1603–1868 гг.), следующий всплеск их активности пришелся на вторую половину XX в. (главным образом, на 70-е и 90-е годы) (8).

Необходимо учитывать, что границы, определяющие тип рынка, очень размыты и зачастую признаки, характерные для рынка одного типа, на практике можно наблюдать при посещении рынка другого типа. Так, близость крупного национального праздника неизбежно повлияет на ассортимент товаров, предлагаемых на обычных периодических рынках, даты проведения которых будут совпадать с датой праздника. На антикварных ежемесячных рынках, выпадающих на предновогодние и новогодние дни, будет преобладать новогодняя тематика.

В чистом виде периодические рынки сейчас встречаются довольно редко, и к таковым можно отнести рынки в районе Кобе-Осака-Киото, в Нагое, а также в некоторых провинциальных городских центрах.

Исследователи говорят о следующих типах периодических рынков:

– рынки, приуроченные к крупным календарным праздникам: сэйбо-ити «предновогодние», сёгацу-ити «новогодние» и др. На них торгуют предметами, необходимыми для празднования;

– рынки, устраиваемые в определенное время суток: аса-ити «утренние» и ё-мисэ/ё-ити «ночные». Обычно они появляются в тех местах, где интенсивность движения в дневное время не позволяет поставить палатки. Аса-ити до сих пор можно встретить в регионах, удаленных от экономического центра Японии: Аомори, Ниигата, Нагасаки и т.д. Такие рынки специализируются на торговле местными, традиционными для данного региона товарами и продуктами питания. Ё-мисэ были типичны для старой Осаки. Пик их активности пришелся на 1935 г., когда было зарегистрировано 555 рыночных участков. Их ассортимент в основном составляли предметы быта, продукты питания и личной гигиены. После Второй мировой войны

использование дорожной сети для торговли с рук было ограничено и число ночных рынков резко сократилось (9);

– рынки, устраиваемые через определенные промежутки времени (раз в месяц, несколько раз в месяц, раз в год). Сюда относятся антикварные и собственно «блошиные» рынки — номи-но ити, боро-но ити (букв. «рынки по продаже хлама»), на которые люди приносят ставшие ненужными в хозяйстве вещи. Большинство номи-но ити появилось в 70-е годы XX в., что было обусловлено не только повышением уровня жизни японцев, но и формированием покупательско-собирательской традиции;

– рынки, организуемые как неотъемлемая часть религиозного празднования: эннити («праздничные/храмовые»). Эннити, о которых пойдет речь далее, содержат в себе черты рынков всех указанных типов. Для иностранцев такой тип рынков наиболее необычен, потому что торговля ведется прямо на территории комплекса (за исключением особо сакральных участков) и благословляется божеством, которому посвящен храм.

Эннити приурочен к важному религиозному событию и работает в те дни, когда божество посещает храм. Считается, что в это время верующим сопутствует особенный успех в делах. Покупка или продажа, таким образом, освящаются присутствием божества и осуществляются с его благословения.

Чем же привлекают людей периодические рынки в целом и эннити в частности? Теодор Мэннинг, известный коллекционер и заведующий блошиных и антикварных рынков, называет следующие причины:

- низкие цены;
- большой выбор;
- возможность поторговаться;
- атмосфера праздника (10).

Эти же причины называли японцы, с которыми автору данного сообщения доводилось вместе посещать эннити в 2005–2006 гг. Разумеется, при многочисленных плюсах имеются и свои минусы: толпа, минимальный комфорт, грязь, пыль, которая пачкает покупки и оседает на ногах у покупателей, стандартные риски при покупке с рук, например, завышенная цена, некачественный товар, поддельный товар и т.д. Достаточно распространена практика за-

вышать цены на антикварные вещи, если покупатель — иностранец.

К настоящему времени оформилась наиболее частая схема организации подобного рынка. Существуют организаторы, которые отвечают за наличие места, регистрацию, сбор членских взносов и оплату аренды торговых участков. Торговцы платят дважды: первый раз определенная сумма выплачивается за право участвовать в эзнити, а в день открытия рынка осуществляется оплата торговой площади. По сообщению одного из продавцов, русского художника, его вступительный взнос составил около 1000 долл., а покупка места на один день на территории храма Тодзи в 2006 г. обошлась ему почти в 300 долл.

Купив место, каждый торговец оборудует его согласно собственным возможностям, начиная от простого куска брезента, расстеленного на земле, до установки красочного тента.

Чаще всего на рынках работают профессиональные продавцы, которые участвуют во многих подобных мероприятиях и переезжают с одного рынка на другой. Вторую большую группу составляют ремесленники (гончары, ткачи, мастера по металлу, стеклу, фарфору), которые представляют на рынке собственные работы и одновременно рекламируют свои мастерские. Например, хозяйка ткацкой мастерской «Аони текстайлс» регулярно участвуют во многих эзнити. На их лотке на рынке Тэндзин-сан были представлены как готовые изделия, так и сырье — нити, волокна. Подавляющее большинство продавцов — граждане Японии, однако на рынке может торговать и гражданин другого государства. Средний возраст продавцов колеблется от 35 до 50 лет (11).

Уровень профессионализма торговцев разный. Большая часть профессиональных продавцов на вопросы о происхождении предметов отвечает неохотно и уклончиво. Это связано как с отсутствием у перекупщика интереса к истории продаваемых объектов, так и с тем, что большая часть товара приобретается на специализированных аукционах, и продавцы опасаются конкуренции. Самую подробную информацию о предмете, технологии его изготовления и использовании предоставляют ремесленники.

Среди посетителей эзнити можно выделить несколько категорий. Прежде всего, это обыватели, чаще всего домохозяйки. По-

следние, как правило, заинтересованы в покупке кухонного текстиля, предметов быта, продаваемых на вес маринадов и одежды, как современной, так и традиционной.

Часто бывают здесь туристы, в том числе иностранные. Их в большей степени интересуют необычные предметы и диковинки, но их поиск не имеет четкой цели и направленности.

Поскольку на эннити можно обнаружить редкие антикварные вещи, рынки привлекают множество коллекционеров. Как правило, они представляют, какой предмет их интересует и где он может находиться, поддерживают контакты с дилерами и продавцами и приходят на эннити, так сказать, «во всеоружии» многочисленных пособий по нумизматике, печатям мастеров и т.п.

На эннити, как и на любом другом рынке, существует неписанный кодекс поведения. И покупатель, и продавец должны быть взаимно вежливы и доброжелательны. Продавец не досаждаёт покупателю назойливой рекламой своей лавки, по требованию предоставляет имеющуюся у него информацию о предмете. Покупатель не прикасается к предметам, если на них написано «Руками не трогать» (если знака нет — брать в руки разрешается), торгуется, если на предмете отсутствует ценник, и платит наличными. Существуют стандартные фразы, с помощью которых покупатель просит о снижении цены. Зачастую можно договориться о скидке за покупку набора предметов, за покупку «на вес» и т.д. Доставка купленного товара осуществляется за собственный счет. В лучшем случае можно попросить торговца полчаса-час подержать у себя купленную вещь (12).

Ассортимент товаров, предлагаемых на эннити, поражает своим многообразием. Прежде всего, это предметы обихода (от посуды до веников), как традиционные, так и современные. На эннити автору неоднократно встречались в качестве подсобного инвентаря или тары плетенные из ивовых прутьев коробки, которые в научной литературе упоминались как «вышедшие из употребления».

Широко представлена новая и ношенная одежда, в особенности кимоно и пояса-оби, а также ткани (синтетические, шерстяные, шелковые, хлопковые, вышитые, батиковые, икатированные, крашенные в узелковой технике и т.п.). Зимой появляются плотные кимоно на вате, летом — халатики-юката. В Японии в последнее

время прижился обычай распарывать старые кимоно и оби и продавать неповрежденные куски ткани как скатерти и салфетки, поэтому обрезки тканей представлены в изобилии. Средняя стоимость ношеного кимоно колеблется от одной до пяти тысяч йен. На рынке можно также купить все необходимые аксессуары и детали традиционного японского костюма.

Совершенно особое место в списке товаров занимает антиквариат. Понятие трактуется весьма широко и включает в себя весь спектр предметов от археологических памятников до грампластинок и магнитофонных кассет 80-х годов XX в. Иногда антиквариатом называют даже старые сломанные, испачканные предметы (или их части), которые продают по 500 йен за целую коробку.

В последнее время, как дань моде на западные товары, на рынках появились европейская живопись и предметы декоративно-прикладного искусства, но их процент относительно невелик: на весь эннити в более чем 200 торговых мест в храме Китано Тэнмангу было не более 10 лотков с подобным «импортом».

Продукты питания (от колотого льда с сиропом — излюбленного лакомства японцев в жаркую погоду — до сушеных томатов и кальмаров) занимают подчас треть всех торговых мест. Такое внимание к еде вообще типично для Японии.

Эннити чутко реагируют на смену времен года и крупные нерелигиозные праздники. Куклами для Хина-мацури — «Праздника девочек» (3 марта) — заполнены февральские эннити, однако уже на мартовских эннити после долгих поисков удалось найти только одну куклу. Подобная ситуация прослеживается с атрибутами и других праздников.

На любом эннити будут торговые места, где товаром являются услуги (хиромантов, гадателей или массажистов) или развлечения для детей и взрослых. Так, на каждом храмовом рынке непременно обнаружатся три-четыре лотка-аквариума с золотыми рыбками, которых можно поймать с помощью специального бумажного ситечка-сачка.

Два наиболее значимых эннити общепонского масштаба устраиваются в Киото. Один — при буддийском храме Кё-о гококудзи (или Тодзи), другой — при синтоистском святилище Китано Тэн-

ман-гу. Оба храма широко известны с эпохи Хэйан. С того же времени в них существует традиция эннити, поэтому в настоящей статье на их примере будут рассмотрены типичные черты современных эннити.

Строительство Тодзи — «Восточного храма» — было начато в 796 г., закончено в 870-е годы. Одной из его главных достопримечательностей является 57-метровая пагода. Эта самая высокая деревянная пагода в Японии была построена в 1643 г. после того, как пятый по счету пожар уничтожил предыдущее строение. В 1994 г. храмовый комплекс был включен в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Расцвет Тодзи связан с назначением на пост настоятеля храма монаха Кукая (774–835 гг.), основателя буддийской секты Сингон. В 921 г. Кукаю было посмертно присвоено имя «Кобо-дайси» и статус божества. Имя позднее перешло также на сам храм и на организуемый при нем эннити (13).

Официальное название эннити — Тодзи Кобо ити, но местные жители уважительно именуют его «Кобо-сан». Торговля здесь осуществляется уже более 700 лет. По преданию, несколько торговцев пришли почтить память Кобо Дайси и выставили часть своих товаров на продажу (14).

Датой сошествия божества в храм считается 21-й день каждого месяца. В этот день с пяти утра до четырех вечера на храмовой территории открыт рынок. Организуется около 1300 торговых мест, основной ассортимент — еда или предметы быта (15). Удачное географическое местоположение храма — всего одна остановка на поезде от Киотоского вокзала — также способствует росту популярности эннити. Храмовый комплекс со всех четырех сторон окружают улицы с интенсивным движением, поэтому расширение рыночной площади за пределами храма невозможно. В 70–80-е годы XX в., после резкого роста числа покупателей, выход был найден путем увеличения количества торговых дней.

С 1982 г. введен дополнительный день для торговли антиквариатом и открыт рынок «Тодзи Гаракута Ити» (80 торговых мест), устраиваемый каждое первое воскресенье месяца (16). Этот рынок по размаху и выбору товаров значительно скромнее настоящего полноценного эннити 21-го числа.

Еще один периодический рынок, новогодний Тодзи сѐгацу ити, существует с 1992 г. и по размерам еще меньше, чем Тодзи Гараку-та Ити: 50–60 торговых мест. Он также проводится на территории храма 1–4 января. Ассортимент предлагаемых товаров — сезонные (новогодние) предметы быта, амулеты, игры, еда (17).

Как видим, на территории одного храма сосуществуют несколько рынков. Проводимые в разные дни рынки появились во многом в ответ на запросы посетителей знаменитого эннити. Как еще один показатель популярности можно рассматривать факт существования рекламного сайта «Тодзи-эннити» в Интернете (на японском языке). Отметим, что отдельной страницы, посвященной собственно храму Тодзи, не существует, но информация о храмовом комплексе и его памятниках интегрирована в сайт об эннити как один из разделов. На сайте можно узнать о грядущих событиях на рынке, о распродажах, найти список наиболее известных продавцов и местоположение торговых секций на карте храма (18).

В северной части Киото в 942 г. был построен храмовый комплекс для умилоствления разгневанного духа Сугавара Митидзанэ — изгнанного ученого и поэта. После его смерти прошла череда землетрясений и сильных гроз, в которых пострадали правительственные здания и дома чиновников, в 923 г. скончался наследник престола, что расценили как месть разгневанного духа Митидзанэ. Сугавара посмертно были дарованы высокие должности при дворе, он был признан покровителем учебы и получил имя Карай Тэндзин — «бог огня и грома». В 947 г. для него построили синтоистское святилище в Китано (19).

Синтоистское святилище Китано Тэнман-гу дзиндзя, также известное под названием Тэндзин-сан, — самый главный из сети храмов Тэнман-гу. День смерти Сугавара, 25 число каждого месяца, отмечается, в числе прочего, организацией большого рынка на территории храма; особые торжества устраиваются в годовщину смерти 25 февраля, что открывает цикл празднеств, посвященных Карай Тэндзин (20).

В дни эннити с 6.00 до 16.00 часов на прихрамовой территории работает около 200 торговых мест. В отличие от Тодзи, комплекс сооружений Китано Тэнмангу расположен практически на окраине Киото, уличное движение в этом районе не очень интенсивное, и

рынок «растекается» по близлежащим улочкам. Во время эннити на ведущих к храму улицах открываются стационарные лавки. Дополнительных торговых дней у эннити нет. Очевидно, что объем торговли и посещаемость вполне отвечают ожиданиям организаторов рынка.

Оба эннити, Кобо-сан и Тэндзин-сан, несмотря на особенности местоположения (территория буддийского и синтоистского храмов), имеют немало общего. Возникли они почти одновременно, периодичность — раз в месяц (основные дни), схожий ассортимент товаров, одинаково чутко реагируют на потребительский спрос и смену сезонов.

Конечно, географическое положение и долгая история накладывают отпечаток на характер периодического рынка: исследованные автором эннити проходили в более спокойной и сдержанной обстановке, чем, например, блошинные рынки; уровень качества товаров и информированность продавцов на эннити были также значительно выше, чем на периодических рынках других типов; на протяжении всего дня сохранялась особая праздничная атмосфера.

Активная торговля и стихийное расширение границ периодического рынка создавали ряд проблем в функционировании города и не могли не привлечь внимания местных властей. Рост населения в городах со второй половины XX в. потребовал введения жесткой регламентации деятельности рынков. В ряде местностей, в частности в Киото, в настоящее время существует прямой запрет на торговлю с рук на оживленных улицах (за исключением крупных праздников), потому что это создает серьезные помехи для движения транспорта. Однако в последнее время наблюдается тенденция к увеличению доли «блошинных рынков» за счет сокращения числа периодических рынков других типов как следствие выхолащивания традиции. Изменения происходят и в ассортименте товаров: в последние десятилетия резко возросло число вещей периода Сёва (1926–1989 гг.). Это во многом объясняется демографическими процессами: в Японии появилось много одиноких стариков, которые либо совсем не имеют родственников, либо живут далеко от взрослых детей. Нередко они не имеют возможности хранить в доме оставшиеся после умерших родственников вещи.

Итак, современные периодические рынки качественно отличаются от своих предшественников по характеру, типу, общей направленности, ассортименту товаров. Они решают другие задачи, но по-прежнему остаются важным элементом японской культуры. Управление рынками берут на себя власти, религиозные организации, частные лица. Эннити, вобравший, как было показано выше, черты рынков других типов, становится одним из важнейших способов сохранения и развития традиционных периодических рынков в Японии. Наиболее традиционными и типичными образцами эннити в настоящее время остаются Кобо-сан ити и Тэндзин-сан ити.

1. Маркарьян С.Б., Молодякова Э.В. Праздники в Японии: обычаи, обряды, функции. М., 1990.
2. Geography of Japan. Tokyo, 1980.
3. The Cambridge History of Japan. N.Y., 1999. Vol. 2; 2003. Vol. 3.
4. Manning T. Flea Markets in Japan: a Pocket Guide for Antique Buyers. Tokyo, 2003.
5. The Cambridge History of Japan... Vol. 2. P. 117.
6. Ibid. Vol. 3. P. 327.
7. Ibid. P. 356.
8. Manning T. Flea Markets in Japan... P. 17.
9. Geography of Japan... P. 334–335.
10. Manning T. Flea Markets in Japan... P. 18.
11. Ibid. P. 20.
12. Ibid. P. 23–26.
13. The Cambridge History of Japan... Vol. 2. P. 500.
14. Geography of Japan... P. 337.
15. Manning T. Flea Markets in Japan... P. 55.
16. Ibid.
17. Ibid. P. 56.
18. <http://www.touji-ennichi.com/>
19. Мещеряков А.Н. Герои, творцы и хранители японской старины. М, 1988. С. 163; Маркарьян С.Б., Молодякова Э.В. Праздники в Японии... С. 163.
20. Маркарьян С.Б., Молодякова Э.В. Праздники в Японии... С. 163.