



«ТЯЖЕЛЫЙ БИЗНЕС»: ТОРГОВЛЯ АЛКОГОЛЕМ В СЕЛАХ ЧУКОТКИ

Анастасия Алексеевна Ярзуткина

Чукотский филиал Северо-Восточного федерального университета,
Международная научно-исследовательская лаборатория
«Лингвистическая экология Арктики»
3 Студенческая ул., Анадырь, Россия
jarzut@mail.ru

Аннотация: В статье описывается организация торговли алкоголем в отдаленных и труднодоступных чукотских селах, рассматриваются социальные отношения, которые возникают вокруг продажи спиртного. Источником данных стали материалы полевых исследований, проведенных автором с 2003 по 2021 г. в десяти поселениях Чукотского автономного округа. Выявляются различия между процессом торговли, помещениями, где происходит сделка, и темпоральными режимами работы сельских магазинов и нелегальных «точек» продажи спиртного. Автор анализирует, каким образом практики принятия сельскими сообществами ограничения времени продажи алкоголя в селе повлияли на повседневные ритмы людей, употребляющих спиртное. Установление темпоральных рамок осмысливается в качестве стратегии приобретения сообществом власти над потребителями алкоголя через дисциплину тела. Делается вывод, что одной из важных причин существования нелегального бизнеса спиртного в селе является круглосуточный режим работы «точек», что позволяет покупателю не откладывать свои потребности в алкоголе, а удовлетворять их в любое время. Нелегальный торговец нарушает не только темпоральные рамки продажи спиртного, принятые на сельском сходе, но и социальные ограничения, которые сообщество накладывает на право покупки алкоголя. Вместе с тем органы местной власти и сельчане, не употребляющие спиртное, нуждаются в ресурсах и социальных связях торговца-нелегала. Такое противоречивое положение ставит его в позицию маргинала.

Ключевые слова: торговля, алкоголь, коренные народы Чукотки, локальные сообщества, ритмы, темпоральность.

Благодарности: Исследование частично выполнено в рамках научного проекта «Сохранение языкового и культурного многообразия и устойчивое развитие Арктики и Субарктики Российской Федерации» (грант Правительства РФ, соглашение № 075-15-2021-616).

Для ссылок: Ярзуткина А. «Тяжелый бизнес»: торговля алкоголем в селах Чукотки // Антропологический форум. 2022. № 54. С. 191–224.

doi: 10.31250/1815-8870-2022-18-54-191-224

URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/054/iarzutkina.pdf>

A “STRESSFUL BUSINESS”: ALCOHOL TRADING IN CHUKOTKA VILLAGES

Anastasiia Iarzutkina

Chukotka branch of North-Eastern Federal University
3 Studencheskaya Str., Anadyr, Russia
jarzut@mail.ru

Abstract: The article describes the organization of alcohol trade in remote and hard-to-reach Chukchi villages, and the social relations that arise around the sale of alcohol. The analysis is based on field research conducted by the author from 2003 to 2021 in ten settlements of the Chukotka Autonomous District. The differences between the trade process, the premises where the transaction takes place, and the temporal modes of the operation of village stores and illegal “outlets” for the sale of liquor are examined. The author analyzes how rural community practices of adopting alcohol sale time limits in the countryside have affected the daily rhythms of people who drink alcohol. The establishment of a temporal framework is conceptualized as a strategy for the community to gain power over alcohol consumers through body discipline. It is concluded that one of the important reasons for the existence of the illegal alcohol business in the village is the round-the-clock operation of the “point”. It allows the buyer to not postpone their need for alcohol, but to satisfy it at any time. Illegal sellers violate not only the temporal framework for selling liquor adopted at the village meeting, they also violate the social restrictions that the community imposed on the right to buy alcohol. At the same time, the local government and the villagers who do not consume alcohol need the resources and social connections of the illegal vendor. This contradictory situation puts them in the position of a marginalized person.

Keywords: trade, alcohol, Chukotka native peoples, local communities, rhythms, temporality.

Acknowledgements: This research was funded by the grant No. 075-15-2021-616 from the Government of the Russian Federation for the project “Preservation of Linguistic and Cultural Diversity and Sustainable Development of the Arctic and Subarctic of the Russian Federation”.

To cite: Iarzutkina A., “Tyazhelyy biznes”: trgovlya alkogolem v selakh Chukotki [A “Stressful Business”: Alcohol Trading in Chukotka Villages], *Antropologicheskij forum*, 2022, no. 54, pp. 191–224.

doi: 10.31250/1815-8870-2022-18-54-191-224

URL: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/054/iarzutkina.pdf>



Анастасия Ярзуткина

«Тяжелый бизнес»: торговля алкоголем в селах Чукотки

В статье описывается организация торговли алкоголем в отдаленных и труднодоступных чукотских селах, рассматриваются социальные отношения, которые возникают вокруг продажи спиртного. Источником данных стали материалы полевых исследований, проведенных автором с 2003 по 2021 г. в десяти поселениях Чукотского автономного округа. Выявляются различия между процессом торговли, помещениями, где происходит сделка, и темпоральными режимами работы сельских магазинов и нелегальных «точек» продажи спиртного. Автор анализирует, каким образом практики принятия сельскими сообществами ограничения времени продажи алкоголя в селе повлияли на повседневные ритмы людей, употребляющих спиртное. Установление темпоральных рамок осмысливается в качестве стратегии приобретения сообществом власти над потребителями алкоголя через дисциплину тела.

Делается вывод, что одной из важных причин существования нелегального бизнеса спиртного в селе является круглосуточный режим работы «точек», что позволяет покупателю не откладывать свои потребности в алкоголе, а удовлетворять их в любое время. Нелегальный торговец нарушает не только темпоральные рамки продажи спиртного, принятые на сельском сходе, но и социальные ограничения, которые сообщество накладывает на право покупки алкоголя. Вместе с тем органы местной власти и сельчане, не употребляющие спиртное, нуждаются в ресурсах и социальных связях торговца-нелегала. Такое противоречивое положение ставит его в позицию маргинала.

Ключевые слова: торговля, алкоголь, коренные народы Чукотки, локальные сообщества, ритмы, темпоральность.

Введение

Чукотка является территорией с высоким уровнем легальных и нелегальных продаж алкоголя и занимает последние места в рейтингах трезвости среди регионов России [Национальный рейтинг 2020]. По подсчетам последних лет, на одного жителя Чукотского автономного округа приходится около девяти литров легального алкоголя (спирта) в год ([Основные показатели 2021] и др.). По показателям же потребления незарегистрированного алкоголя — 21,2 л на человека — Чукотка занимает лидирующее место среди российских регионов [Zasimova, Kolosnitsyna 2020]. Алкоголь — важнейшая составляющая современной жизни населения этой отдаленной северной территории.

Потребность жителей Чукотки в товарах и продуктах обеспечивается в основном за счет их ввоза из других регионов. «Северный завоз» включает закупку товаров в центральных районах страны, доставку до одного из дальневосточных портов, группировку по контейнерам, доставку до портов Чукотки в навигацию, развоз по складам или баржами по рекам в села либо хранение до открытия

Анастасия Алексеевна Ярзуткина

Чукотский филиал
Северо-Восточного федерального
университета им. М.К. Аммосова,
Международная
научно-исследовательская
лаборатория «Лингвистическая
экология Арктики» СВФУ,
Анадырь, Россия
jarzut@mail.ru

автозимников и дальнейший развоз по населенным пунктам. Именно такой путь проделывают легальный алкоголь и сахар, служащий основой для приготовления самогона, чтобы попасть в сельский магазин. Нелегальный алкоголь, в частности спирт и нелегализованная водка, скрыт внутри частных грузов и имеет более разнообразные пути поставок: на пассажирских и грузовых самолетах, на баржах, доставляющих топливо, и на различных сухопутных транспортных средствах по автозимникам и дорогам.

В 35 сельских поселениях Чукотки проживает около трети населения округа, и около 90 % сельчан причисляют себя к представителям коренных малочисленных народов Севера. Между селами существует территориальная и транспортная¹ разобщенность, а численность населения большинства из них не превышает 500 человек. Торговля как часть сельской инфраструктуры в условиях небольшого поселения ограничена: стабильно работает, как правило, единственный муниципальный магазин, в котором она и сконцентрирована. Если в ряде сел с лучшей транспортной доступностью работают еще и коммерческие магазины, то кафе и рестораны отсутствуют во всех сельских поселениях.

Кроме магазинов — помещений с рядом прилавков и чаще всего очень скромным ассортиментом — взаимодействия по купле-продаже алкоголя происходят и на так называемых точках, т.е. в частных домах, квартирах, коттеджах, где хозяин или целая семья занимаются производством и нелегальной продажей спиртного. Обычно «точек» в селе может быть от двух до десяти, и они вариативны: одни коммерсанты специализируются на изготовлении и продаже самогона или браги, другие разбавляют и продают спирт, третьи перепродают водку, вино и пиво.

Я предлагаю взглянуть на торговлю алкоголем как на сюжет повседневной жизни чукотского села, деятельность, конструирующую социальные отношения между жителями и влияющую на ритмы отдельных людей и сельского сообщества в целом. На примере нескольких чукотских сел я представлю, как устроена торговля алкоголем в них, за счет чего работает нелегальный бизнес по продаже спиртного и какова роль торговца-нелегала в местном сообществе.

Описания процесса торговли алкоголем на Чукотском полуострове, государственных ограничений этой торговли в XIX —

¹ Единственным круглогодичным видом сообщения большинства сел с поселками и городами является авиатранспорт (вертолеты Ми-8 и небольшие самолеты АН-24 и ДНС-6). Между селами авиасообщение отсутствует. Связь с рядом сельских поселений осуществляется по побережью на лодках, по рекам либо автозимникам.

начале XX в. и истории торговых отношений пришлого и местного населения Чукотки имеются в целом ряде воспоминаний современников ([Горовский 1914] и др.), мемуарах торговцев ([Madsen, Douglas 1957] и др.), отчетах чиновников ([Тульчинский 1906] и др.), работах советских ([Корсаков 1968] и др.) и современных ([Bockstoce 2010] и др.) историков. Часть этих свидетельств и исследований содержит ценные описания факторий, ритмов торговли и использования алкоголя в качестве элемента торгового ритуала. В большинстве же описаний торговли алкоголем представляется как фактор, способствующий регрессу культуры коренного населения, и оценивается как попытка доминирования продавцов-пришлых над покупателями-местными.

Арт Леэте, проанализировавший литературу по истории торговли спиртным в XIX в. среди самоедов и обских угров на Русском Севере и в Западной Сибири, пришел к выводу, что эта торговля была способом взаимодействия аборигенов не только с торговцами, но и с чиновниками, путешественниками и даже учеными. Паритетные отношения строились на том, что аборигенам водка нужна была для ритуальных практик и удовольствия, а другая сторона получала благодаря водке то, что без нее получить не могла, в том числе этнографическую информацию и предметы для музеев [Leete 2019].

В отечественной этнографии алкоголь традиционно изучался как ритуально и социально значимый продукт ([Арутюнов, Воронина 2008] и др.), а его употребление трактовалось российскими этнографами в основном как социальная и медицинская проблема и связывалось с разрушением культуры и общественных институтов ([Пивнева 2005] и др.). В.Г. Богораз пишет об употреблении чукчами таких опьяняющих средств, как спирт и мухоморы [Богораз 2011: 142], а запрещенную торговлю алкоголем позиционирует как важнейшую часть взаимодействий между русскими и евро-американскими торговцами и чукчами [Богораз 1934: 84]. В советской этнографии Сибири и Севера вопросы торговли, особенно торговли алкоголем, понимались как прикладные и считались «закрытой темой» [Соколова 2017: 97]. В начале 2000-х гг. Институтом этнологии и антропологии РАН были изданы сборники с докладными записками сотрудников, сделанными по итогам полевых исследований 1950–1980-х гг. среди северных народов. В этих ранее закрытых материалах отчасти освещаются вопросы советской торговли спиртными напитками в некоторых поселениях Чукотки ([Вдовин 2004; Сергеев 2005] и др.). В частности, все авторы обратили внимание на большие объемы завоза и продажи алкоголя в национальных поселениях, а также на ограничение времени продажи спиртного в селах одним или двумя днями в неделю,

в отличие от районных центров, где алкоголь продавался во все дни работы магазинов.

В настоящее время наиболее подробные этнографические материалы о торговле алкоголем среди коренного населения Севера имеются в статьях З.П. Соколовой. Благодаря ее полевым записям, сделанным в 1950–1980-х гг. на Обском Севере, мы имеем представление о завозе алкоголя к хантам, манси, ненцам, селькупам, его продаже в советских магазинах, спекуляции и обмену на пушнину [Соколова 2015; 2017].

Отсутствие этнографических работ о современной торговле спиртными напитками среди населения северных территорий России может быть связано с трудностями получения всей полноты информации в полевых условиях. Архивные документы и тексты воспоминаний создают временную дистанцию с непосредственными участниками процесса торговли. По этой причине библиография исторических аспектов торговли спиртным среди коренных народов значительно шире ее антропологических описаний.

«Неудобные» информанты и трудности поля

Материалом для настоящей статьи послужили наблюдения и интервью¹, проведенные мною с 2003 по 2021 г. в десяти селах Чукотки. Наблюдения велись как в прибрежных, так и в тундровых поселениях от двух недель до шести месяцев. С 2015 г. тема взаимодействия жителей чукотских сел с алкоголем стала приоритетной в моих исследованиях. К этому моменту я уже двенадцать лет жила в Чукотском автономном округе, имела социальные связи с некоторыми жителями сел и представителями органов управления, а также опыт работы в различных учреждениях Чукотки. Все это оказалось важным в процессе сбора материала.

Торговля алкоголем в большинстве случаев осуществляется без лицензии, и торговцы тем самым ежедневно нарушают закон. В связи с этим изучение их практики, как и любой другой неформальной деятельности, требует от исследователя использо-

¹ В тексте я привожу измененные названия сел и имена информантов. Ссылки на полевой материал будут содержать лишь краткие сведения: год рождения, пол, имя, под которым информант числится в списке, должность или национальность, зашифрованное название сельского поселения. Я также не указываю конкретные даты сбора информации, так как эти данные могут быть соотнесены с местами моих поездок. По всем вопросам, касающимся полевых материалов, можно обратиться непосредственно ко мне как автору статьи. Цитаты являются транскрибированными текстами аудиозаписей интервью либо записанными в полевой дневник в ходе интервью рассказами людей. Для удобства читателя я исключила из них все незначимые слова, паузы, повторения, вводные слова и нецензурные выражения. Также в квадратных скобках в тексте цитаты приводятся уточнения.

вания «мягких» качественных методов, например включенного наблюдения и записи случайных диалогов и разговоров [Давыдов, Журавская 2019: 8]. Участие в покупке и нелегальной продаже оказалось возможным только в то время, когда я была одинока и не афишировала свой статус этнографа. Мне удалось лично наблюдать ситуацию продажи алкоголя в селе. Это произошло случайно: покупатель пришел в тот момент, когда я была в гостях у женщины, занимающейся перепродажей водки и вина. Мы общались с ней, так как на тот момент были коллегами: я подрабатывала организатором мероприятий в местном доме культуры, она же была заместителем директора этого ДК. Наши неформальные отношения сложились на почве принадлежности к «приезжим»: в период моего пребывания в этом селе там проживало 98 % коренного населения, и немногочисленные «русские»¹ пытались вовлечь меня в свою компанию.

Дважды я невольно принимала участие в покупке спиртного на «точке» в период полугодового проживания в одном из сел. У меня сложились дружеские отношения с одной из местных жительниц, которая периодически употребляла алкоголь. Иногда она приходила ко мне в гости выпившая, чтобы поговорить. Обычно ей хотелось продолжить употребление спиртного, и она звала меня с собой на «точку», чтобы по дороге продолжить беседу. В этой ситуации я оказывалась не столько участником, сколько наблюдателем процесса купли-продажи алкоголя. Моя знакомая сама совершала сделку и общалась с продавцом, а я выступала лишь в качестве сопровождающего.

В последние семь лет я езжу в экспедиции по селам со своими детьми. Тот факт, что я женщина и у меня маленькие дети, а также «промежуточный статус исследователя — и не своя, и не чужая» [Гаврилова 2019: 19] почти полностью исключают для меня возможность включенного наблюдения за нелегальной торговлей спиртным. Вместе с тем пребывание в поле с детьми позволяет увидеть новые грани повседневной жизни и дополнительные перспективы [Давыдова, Давыдов 2020: 122]. Посещение моими детьми детских учреждений, походы с ними в больницу и магазин, сопровождение на детской площадке расширяют круг общения в селе за счет смены в эти моменты статуса этнографа на статус мамы. Например, с одной женщиной, которая нелегально торговала спиртным в одном из сел, мы вместе водили детей в детский сад, и при других обстоятельствах наше знакомство могло не состояться. Забота о детях

¹ «Русскими» и «приезжими» на Чукотке называют всех некоренных жителей, приехавших на Чукотку из других регионов России. При этом «русскими» могут быть калмыки, даргинцы, татары, буряты, украинцы, якуты и представители других национальностей, кроме тех, которые относятся к коренным малочисленным народам Чукотки.

в условиях поля открыла возможности для участия в коллективных практиках и записи разговоров местных жителей. Однажды моя дочь заболела, и мы около двух часов провели в очереди к фельдшеру. В течение этого времени местные жители, находившиеся в очереди вместе с нами, общались между собой на разные темы, одной из которых были «точки» нелегальной торговли спиртным.

Сразу после приезда в то или иное село я старалась выяснить места расположения «точек» и имена торговцев, а далее наблюдала за этими локациями и передвижениями к ним людей. Однажды оказалось, что окно женщины, с которой я установила контакт, выходит на «точку» — старый частный дом, хозяин которого, как выяснилось, торгует разбавленным спиртом. Это окно с открытой форточкой стало моим наблюдательным пунктом на долгие часы.

Источником информации стали также другие наблюдения, так или иначе касающиеся взаимодействия людей с алкоголем и по поводу алкоголя. Например, присутствие на сельском сходе, посвященном борьбе с алкоголизмом и ограничению продажи спиртного, посещение муниципального магазина в часы продажи спиртного, наблюдение за общением главы одного из поселений — борца за трезвость — с торговцем спиртным и др. В сельских администрациях я также знакомилась с жалобами, обращениями, протоколами сходов и собраний, касающихся торговли алкоголем.

Я предполагала, что получение информации по всем вопросам, связанным с алкоголем, не будет простым: торговля алкоголем и алкоголизм — сложные темы в дискурсивном поле Чукотки. Публично об употреблении спиртного принято говорить только в контексте социальной проблематики, а о торговле алкоголем — в негативной и осуждающей форме. Участники нелегальной торговли — всего десять человек, у которых мне удалось взять интервью, — давали понять, что серьезно рискуют, общаясь со мной на темы алкоголя.

Интервью с покупателями оказались сложными и непредсказуемыми. Моими собеседниками стали люди, регулярно употребляющие спиртное. Три человека, с которыми мне удалось побеседовать, на момент общения находились «в завязке», т.е. несколько дней были трезвы. Еще двое были выпившими. Как справедливо заметили антропологи, бросившие вызов различным этическим и методологическим дилеммам, связанным с исследованиями проблемных социальных групп, универсальных рекомендаций, как исследователь должен вести себя в ситуациях, когда участники регулярно употребляют много алкоголя, не существует [Briggs et al. 2015: 158]. Сбор сведений

у «неудобных» информантов, которые неприятно пахнут, проявляют агрессию, просят денег или подарков, пытаются обнять, как и просто контакт с этими людьми, требовали от меня постоянного поиска вариантов общения. В каждой конкретной ситуации я выбирала определенную форму коммуникации и линию поведения. Например, с одной женщиной я провела весь день, сопровождая ее во всех делах и иногда оказывая помощь по хозяйству. Она была неразговорчивой и довольно долго обдумывала каждый мой вопрос, интервью таким образом растянулось почти на двенадцать часов. Увидев мою готовность помогать, она посчитала себя обязанной поделиться со мной информацией. Благодаря этой женщине я много узнала о повседневности людей, основным занятием которых является употребление алкоголя, поиск спиртного и ресурсов для его приобретения.

«Если ты кому-нибудь расскажешь, я тебя убью», — сказал мне один нетрезвый житель чукотского села, мой информант, после того как сообщил, где он покупает разбавленный спирт. Для этого человека наличие доступной «точки», т.е. места, где можно добыть спиртное, является очень важным. С одной стороны, торговец мог узнать, что покупатель мне «проболтался», и больше не продать ему водку (мне рассказывали о подобных случаях). С другой стороны, ассоциирование меня с государством, типичное во взаимодействиях между этнографом и жителями отдаленных поселений ([Гаврилова 2019] и др.), таило опасность закрытия «точки» нелегальной продажи властями. Вследствие этого тема покупки спиртного, составляющая важнейшую часть жизни его потребителей, оказалась наиболее закрытой для обсуждения.

В общении с участниками нелегальной торговли очень важен был информационный обмен. Покупатели более охотно рассказывали о процессе и местах покупки спиртного, а также о его употреблении после того, как я делилась с ними своим опытом употребления алкоголя в студенческие годы или тем, что мне рассказывали потребители спиртного из других сел. Действующие и бывшие торговцы более активно включались в беседу после моих рассказов о родственнике, который торговал «паленой» водкой и изготавливал самогон. Стратегия информационной реципрокности оказалась самой действенной в процессе интервью о нелегальной торговле спиртным по причине того, что я разделяла риски со своими информантами, обмениваясь с ними сведениями, которые мы могли взаимно использовать друг другу во вред.

Муниципальные служащие, представители общественных объединений, бывшие покупатели — люди, прекратившие

употребление алкоголя, а также родственники действующих покупателей очень охотно, а иногда с энтузиазмом делились своими представлениями и опытом, связанным с торговлей алкоголем в селе.

Более двадцати интервью по теме, связанной с алкоголем, я получила от людей, которые прекратили употребление спиртного. Этим беседам способствовал тот факт, что в прошлом я работала в общественном объединении и участвовала в реализации программы по профилактике алкоголизма в селах Чукотки. В интервью об алкоголе я озвучивала именно этот свой статус, так как в глазах людей он оправдывал мой интерес к теме торговли спиртным. При этом я начинала беседу с контактоустанавливающих тем, например расспрашивала информанта об истории его жизни, родственниках, предках, традициях, о том, где он проводит отпуск и как добирается до города. Тема торговли обычно начиналась с вопроса о завозе продуктов, либо информант сам переходил к рассказу о своем опыте употребления и покупки спиртного после минимум часа беседы.

Некоторые детали торговли спиртным получены в результате серий интервью с тремя главами сел, несколькими руководителями сельских организаций, представителями ассоциации коренных народов, учителями и продавцами муниципальных магазинов.

Действующих бизнесменов, согласившихся на разговор, оказалось всего двое, и это были сложные интервью с длительными паузами, переходом на другие темы и множеством вопросов ко мне. Бывшие торговцы спиртным, в отличие от действующих, более открыто рассказывали о своей прошлой деятельности, при этом предваряли признания целым рядом объяснений и оправданий, почему они стали продавать спиртное. Один мужчина, переехавший из села в город в 2009 г., рассказывал, что был вынужден торговать самогоном, чтобы «прокормить детей в голодные девяностые». Несмотря на то что когда-то он сам торговал спиртным, на момент интервью он транслировал официальный дискурс, осуждающий «спайвание коренных жителей». Из-за моих вопросов этот человек посчитал меня проводником борьбы с алкоголем, а потому охотно делился деталями своего прошлого бизнеса. Две другие женщины, жительницы сел, в силу гендерной и возрастной близости со мной охотно делились своим прошлым предпринимательским опытом, который оказался для них неудачным. Решив получить доход за счет перепродажи спиртного, они не учли всех трудностей, связанных с этим нелегальным бизнесом, и прекратили его.

Двойная маргинализация нелегальных торговцев спиртным

Для получения возможности побеседовать с действующими торговцами — владельцами «точек» и организаторами нелегальной торговли спиртным — мне пришлось использовать свои социальные связи, накопленные в течение длительного проживания на Чукотке. Один из торговцев приехал на Чукотку на закате советского времени для работы на полярной станции. После ее закрытия в начале 1990-х гг. переехал в село, женился и на фоне плохого снабжения села продуктами и товарами занялся бизнесом: закупал на материке продукты, в том числе алкоголь, и организовывал их доставку и продажу в селе. В начале 2000-х гг. он перестал заниматься перевозками и устроился на работу в учреждение с ежемесячной зарплатой. Изготовление и продажу самогона он начал для получения дополнительного источника дохода. Этот человек позволил мне вести запись интервью с условием анонимности, и это разрешение, как потом выяснилось, было связано с его решением вскоре переехать из села в город.

Второй торговец спиртным, специализирующийся на перепродаже водки и разбавлении спирта, являлся уроженцем села и, кроме торговли алкоголем, выполнял еще целый ряд социальных функций: доставка больных до районного центра, покупка подарков на сельские праздники, срочная доставка лекарств. Так как этот человек, по его собственным словам и мнению некоторых жителей села, компенсировал незаконную деятельность социально важной для сельского сообщества, он чувствовал себя менее уязвимым и мог делиться информацией.

На Чукотке одной из главных составляющих общественной репутации является позиция человека по отношению к проблеме потребления алкоголя. Активисты, выступающие против продажи спиртного и «спаивания» коренных жителей, имеют уважение сообщества и больше шансов получить хорошую работу. Торговцы спиртным, по выражению одного из наших информантов, «убийцы, которые наживаются за счет чужих жизней», которым «не место в селе». Переживания коммерсантов в меньшей степени были связаны с боязнью ответственности перед государством. Как сами предприниматели, так и местные полицейские рассказывали о фактах безрезультатных попыток закрытия бизнеса. Торговцев больше пугало моральное осуждение их деятельности с моей стороны и тот факт, что об их нелегальном бизнесе станет известно более широкому кругу людей, которые тоже их осудят. Публичное признание человека в том, что он торгует спиртным, может негативно повлиять на его жизнь в условиях удаленности и труднодоступности, где

административный ресурс и поддержка сообщества очень важны. Финансовая стабильность в условиях, когда человек на Севере лишается поддержки органов власти и своих односельчан, оказывается второстепенной.

В селах у меня была возможность наблюдать за нелегальными торговцами. Жители поселения, с которыми у меня установились доверительные отношения, охотно рассказывали о жизни торговцев, их поведении и взаимоотношениях с односельчанами. Информация о торговцах спиртным была противоречивой. Например, можно было услышать следующие выражения в адрес торговцев:

Да, покупают, но за людей их все равно не считают. Не уважают. Чукчи, кто настоящие, желают им быстрой смерти и все такое прочее (ПМА: ж, 1945 г.р., Александра, чукчанка, Вэтгав).

К самогонщикам презрительно относятся, но покупают. Считают, что самогонщик на них наживается и поэтому плохой (ПМА: м, 1984 г.р., Владимир, чукча, Койнын).

Однако в продолжение беседы оказывалось, что торговцы «спасают», давая опохмелиться человеку, которому совсем плохо. Нередко мои информанты говорили о том, что без торговцев тоже никак не обойтись: «А где бутылку взять? Вот если сильно нужно, на праздник там, или рассчитаться за крышу. Ненавидишь, а идешь к нему» (ПМА: ж, 1945 г.р., Александра, чукчанка, Вэтгав).

Я несколько раз наблюдала, как меняется поведение покупателя спиртного: в присутствии торговца дружеское и даже заискивающее, продавцу прощаются даже грубость и надменность; между собой же покупатели активно критикуют и ругают торговца, часто употребляя в его адрес нецензурные выражения.

В рассказах самих торговцев спиртным прослеживается контекст, согласно которому они не торгуют алкоголем, а спасают жителей, помогают им — решают проблему плохого самочувствия, дарят праздник, хорошее настроение, предоставляют «валюту» — средство расчета за услуги. Терминология, применяемая местными жителями-покупателями, способствует тому, что торговцы алкоголем позиционируют себя «спасителями», родителями, которые заботятся о неразумных детях. Например, вполне устоявшиеся обращения: «выручи», «поправь» — означают желание приобрести алкоголь. «Приходят ко мне и просто говорят: “Выручи”. “Выручи” — это всем сразу понятно в селе. Выручают когда? Когда человеку плохо, когда спасти надо, когда у него проблема» (ПМА: м, 1966 г.р., Константин, украинец, торговец, Умкуум).

Нелегальные торговцы сами являются жителями села, и их считают «своими», но в отношении к ним прослеживается амбивалентность: они одновременно и вредят, и помогают. Главы поселений, руководители местных учреждений и сельские лидеры в публичном дискурсе крайне негативно отзываются о торговцах и их бизнесе, зачастую обвиняют их во всех сельских бедах. Вместе с тем в ситуациях, когда требуется написать фамилии этих торговцев, указать «точки» продажи, эта информация всячески утаивается. Главы и руководители стараются избегать персонализации торговцев, представляя их обобщенно, как некое неизбежное сельское зло.

Деятельность торговцев осуждается, но при этом они органично включены во внутренний мир села. Как правило, помимо непосредственно покрытия спроса на алкоголь, продавцы спиртного исполняют еще ряд социальных функций внутри села. Например, один из нелегальных торговцев выступил спонсором на празднике, посвященном Дню защиты детей. Другой предоставил технику и топливо, когда необходимо было найти потерявшегося в тундре человека.

Конечно, у нас все его [торговца спиртным] осуждают и уже писали даже на него, и говорим постоянно на собраниях <...> Нет, я ему ничего не скажу, даже связываться не буду. Потом что случись — в администрацию надо или в больницу — он не повезет. Вообще, у кого денег нет, да и просто, он может отвезти в район. И оттуда забирает. Ну, что случилось, можно к нему пойти и попросить. Обычно не отказывает. А если поругаешься — то все (ПМА: ж, 1958 г.р., Александра, эскимоска, Агвык).

Благодаря крепкому финансовому положению и установившимся личным связям с покупателями, на которых при желании торговец может оказывать давление, нелегалы выступают значимыми фигурами в сельском сообществе. Главы поселений избегают конфликта с ними, так как вынуждены нередко полагаться на помощь торговцев спиртным, обладающих определенными ресурсами в виде техники, социальных связей, финансовых средств. Вместе с тем главы сел, иногда с участковыми полицией, разрабатывают стратегии закрытия «точек» продажи спиртного, а местные лидеры на сельских сходах и собраниях коллективов постоянно поднимают вопросы прекращения «спаивания» населения и осуждают нелегалов.

Таким образом, торговцы спиртным оказываются двойными маргиналами. Покупатели испытывают неприязнь к ним, так как торговцы, имея спиртное, продают его за высокую цену и потребители спиртного почти всегда оказываются должными, часто вынуждены отдавать торговцу почти весь свой доход,

а также при необходимости оказывать владельцу «точек» какие-то услуги. Вместе с тем торговец рискует, занимаясь нелегальным бизнесом, для того чтобы удовлетворить спрос на алкоголь в селе. Для некоторых потребителей спиртного «точка» — единственное место, где можно приобрести алкоголь или же получить его в долг, когда нет денег.

Такое же двойственное отношение торговец ощущает со стороны административного аппарата и сельского сообщества в целом. Его осуждают, с его деятельностью ведут борьбу, но в случае необходимости к нему обращаются за помощью.

Локусы торговли алкоголем и технология сделки

Официальное место продажи спиртных напитков в селе — универсальный магазин, который расположен в отдельном здании. Владельцем товара и лицензии на продажу алкоголя является муниципальное торговое предприятие¹, которое через свои торговые сети распространяет потребительские товары во все села, расположенные на территории района. Доставка товаров осуществляется максимально дешевым способом: в прибрежные села — в период навигации морским путем, в тундровые села — по автозимнику. Объем завоза алкоголя рассчитывается на год, так как это продукт длительного хранения. В полевом дневнике, который я вела в селе Ыннэн, есть следующая запись за апрель: «Вся верхняя полка магазина заставлена спиртным. Длинный ряд самых разных напитков — несколько видов водки, красного вина, коньяков. Здесь есть даже абсент, “Мартини” и “Чинзано”. Такой ассортимент не в каждом магазине большого города встретишь. Зато продуктов почти совсем нет. Одни крупы» (ПМА: Ыннэн, полевой дневник 1).

В одном из обращений к губернатору Чукотского АО жители села Гыроёлгын писали: «Слишком часто происходили такие случаи, когда вместо ожидаемых товаров для всего населения, детей, стариков, подростков, в поселок завозили только водку и пиво в ассортименте, чуть ли не в каждой машине вместо конфет, варенья, консервов, круп часть такого дорогого пространства внутри кузова машины было занято ну очень жизненно необходимыми водкой и пивом, наверное чтобы давать его вместо молока детям на ночь» (ПМА: открытое письмо жителей села губернатору Чукотского АО, предоставленное главой сельского поселения, 2014 г.). Описывая советский магазин на Обском Севере, З.П. Соколова также отмечала, что

¹ В некоторых районах собственником сельского магазина является общество с ограниченной ответственностью, главным учредителем которого выступают муниципальные органы власти.

в 1960–1970-х гг. алкогольные напитки завозились «в неограниченном количестве и в первую очередь» [Соколова 2017: 97]. Часто потребительские расходы на алкогольные напитки генерируют средства, которые делают этот продукт популярным источником дохода для местных и государственных органов власти [Babor 2010: 13]. Региональные и муниципальные управления на Чукотке имеют возможность регулировать объемы завоза спиртного в сельские магазины, но на практике не используют этот инструмент для снижения предложения алкоголя в официальных торговых пунктах. В селе Онылгын продавец поделилась, что ее руководство в районе каждый месяц требует увеличения продаж спиртного.

В прибрежном селе Рокыр я наблюдала полное отсутствие спиртного в сельском магазине в августе из-за задержки «северного завоза» почти на месяц. Когда судно с грузом подошло к селу и контейнеры оказались на берегу, я наблюдала, что ящики с водкой разгрузили в первую очередь. При этом продавать спиртное стали только через три недели. До этого в магазине была огромная очередь, и люди закупали доставленные продукты: овощи, яйца, чай, сладости. Из беседы с заведующей магазином и продавцом я поняла, что в сельском магазине они сами регулируют, что именно, когда и кому продавать. Какие-то товары придерживаются, и не всегда на прилавок выкладывается весь ассортимент. В случае с водкой — через кассу она постепенно реализовывалась людям, занимающимся нелегальной торговлей спиртным по более высокой цене. Таким способом была завуалирована продажа сразу большой партии алкоголя через магазин. Отсутствие спиртного на витринах объяснялось тем, что жители «бросятся покупать водку и останутся без продуктов, еще и детей лишат фруктов и сладостей», истратив все деньги на алкоголь. В этом примере сотрудники сельского магазина и нелегальные торговцы действовали заодно. Вкладом первых в нелегальный бизнес вторых был их доступ к ограниченным ресурсам.

В некоторых селах сотрудники магазина и нелегальные торговцы не были связаны социальными и экономическими связями, а иногда составляли конкуренцию друг другу. В село Агвык, которое расположено на побережье Берингова моря, я приехала в июле, и в это время начинался сезонный завоз продуктов. Полки местного магазина были практически пустыми: несколько видов круп, консервы, проросший и уже увядший репчатый лук представляли печальную картину. За время моего двадцатидневного пребывания в селе ассортимент пополнялся только водкой и несколькими сортами пива, которые завозились не менее двух раз в неделю. Продавец магазина отрицательно отзывалась о нелегальных торговцах

и считала, что «хватит наживаться барыгам», люди «должны пить нормальную водку».

Между магазином и «точкой» существует множество различий, которые играют ключевую роль в существовании клиентуры у нелегального торговца. На «точке», в отличие от магазина, алкоголь можно приобрести в долг, обменять на продукты или вещи. Разнится и пространственная организация торговли. Места структурируют совершение обмена [Appelbaum 2005: 276]. «Точка» одновременно является и местом жительства торговца, и местом продажи, а иногда и местом изготовления спиртного. Соответственно у торговца приватное и публичное пространства оказываются слитыми. Вместе с тем я записала примеры, когда нелегальные торговцы делали попытки эти пространства разделить:

Лучше в дом [покупателей] не пускать. Мороз минус 50. Ай! Во дворе стоят. Туда им... А так, если в квартире, то в подъезд. Еслипустишьдомой, они у тебяеще и закускуприхватят (ПМА: м, 1966 г.р., Константин, украинец, торговец, Умкуум).

Р-н торгует разбавленным спиртом. У него отличное место — квартира в двухэтажке на первом этаже — прямо напротив сберкассы. Долги караулить удобно. Так и говорят — спирткасса... Две комнаты: в одной коробки стоят и цех у него для разбавления, воронки, склянки там... Во второй комнате живет, в кухне пьет, в коридоре торгует (ПМА: м, 1958 г.р., Олег, русский, Умкуум).

Непосредственный процесс сделки локализуется на пограничной территории: во дворе, в подъезде, в неотапливаемом коридоре коттеджа¹, через дверь, через окно. Продавец и покупатель могут не видеть друг друга. Сигналом к сделке и авторизацией покупателя является особый стук в дверь, например два длинных и три быстрых стука. На простой стук торговец может открыть дверь, но, если человек ему не знаком или не является постоянным клиентом, торговец не продаст ему спиртное или сообщит о том, что не торгует. В любом случае покупатель никогда не видит ассортимента и основывается на своем знании, что в этом месте есть какой-то вид алкоголя.

Место, где происходит купля-продажа, само по себе предмет торговли, потому что оказывает влияние на товар, облекая его в определенную форму. Торговое помещение используется

¹ Коттеджи в чукотских селах, так называемые домики Абрамовича, построены в начале 2000-х и в ряде сел заменили старый жилой фонд. Типовые проекты этих домов предполагали небольшой неотапливаемый коридор площадью около 4 кв. м перед непосредственным входом в коттедж. Подробнее о быте жителей Чукотки в начале 2000-х гг. см.: [Thompson 2008].

в качестве инструмента воздействия на потребительское поведение ([Appbaum 2005] и др.). В сельском магазине торговый зал оборудован витринами, которые демонстрируют товар и позволяют покупателю сделать выбор. «Зачастую у нас на прилавках отсутствуют столь необходимые товары, такие как канцтовары, игрушки <...> зато водка, пиво, вино — в большом количестве и в самом разнообразном ассортименте, да и выкладывают их красиво и на самом видном месте» (ПМА: открытое письмо жителей села губернатору Чукотского АО, предоставленное главой сельского поселения, 2014 г.).

Приходя на «точку», покупатель не видит товара, сама сделка происходит быстро, и покупатель очень условно встречается с самим торговцем.

Рядом торговали со мной. За дверью квартира сразу. Часто путали. Стучались ко мне какие-то люди. И я дверь приоткрываю, сонная такая. Мне деньги просовывают, я деньги беру, дверь закрываю. Кладу в холодильник — и всё, и ложусь спать [смеется]. Они опять стучатся. Я же не вынесла [спиртное]... Нет, я, конечно, потом возвращала деньги (ПМА: ж, 1978 г.р., Софья, чукчанка, Рагтык).

Визуальные средства представления товара заменяются иными презентациями. Для того чтобы вызвать у потребителя сильные телесные реакции, может использоваться не только зрение, но и осязание, обоняние, вкус, слух и кинестетические ощущения [Amin, Thrift 2002: 125]. Например, торговцы самогоном при его приготовлении для проветривания помещения от специфического запаха открывают форточки, двери. Этот запах может быть привлекательным для потребителей спиртного, хотя не всегда целью торговца является реклама продукта. Изготовление самогона «для себя» не осуждается, но если человек торгует этим самогоном, то запах, который он производит, включается в процесс «спаивания» жителей: «Запах такой стоит, что сразу понятно, что там самогоном торгуют, но попробуй — спроси у него [торговца], — никакого запаха, что, мол, выдумываю. Но мимо идет В. или К., конечно, они зайдут и купят, для них как магнит» (ПМА: ж, 1954 г.р., Нина, эвенка, Агвык).

Я зафиксировала несколько случаев, когда торговец давал выпить несколько глотков алкоголя своим потенциальным покупателям прямо на улице или же приглашал их к себе домой, чтобы угостить спиртным.

Вот, например, встретит [торговец покупателя] и говорит так: «Ты что, с похмелья? А, что ты! — приходи. Что ты будешь мучиться. Я тебе налью»... Ну то есть он [торговец] его [покупателя] встречает и обрабатывает, привлекает, дает

немного выпить бесплатно. И человек не хочет уже, а чуть выпьет и уже почувствовал вкус, нужно больше, а больше уже платно (ПМА: м, 1984 г.р., Владимир, чукча, Койнын).

Вот я сама помню, раньше выпивала когда. Думаешь: «Вот всё, больше пить не буду!» Только эту мысль себе — и всё: то П. [торговец] ко мне с вином придет, то Б. [торговец] с чекушкой (ПМА: ж, 1959 г.р., Валентина, чукчанка, Купрэн).

Сельский магазин является не только местом торговли, но и местом, где происходит обмен информацией и обсуждение жителями различных вопросов. Как писал Ф. Бродель, «в постоянные точки торговли заходили столько же для того, чтобы потолковать, сколько и для покупок. То был небольшой театр» [Бродель 2006: 44]. Помещение магазина — публичное место, куда имеют доступ все жители села, а потому именно там размещаются все объявления и важные для сельчан информационные сообщения. В магазине процесс общения покупателя и продавца осуществляется не в приватной обстановке, свидетелями покупки обычно выступают односельчане. Покупка алкоголя может сопровождаться комментариями других покупателей. Я была свидетелем того, как одной женщине, матери двоих маленьких детей, не продали алкоголь, а после ее ухода люди в магазине обсуждали ее поведение и высказывались в поддержку решения продавца. Осуждающие взгляды односельчан также делают процесс покупки спиртного в магазине непривлекательным для некоторых людей. Фельдшер села Рокыр делилась, что старается покупать вино в магазине, только когда нет других покупателей, так как ей не нравится, как на нее смотрят в этот момент люди: «Смотрят, как будто я кого-то убила» (ПМА: ж, 1980 г.р., Галина, чукчанка, Рокыр). На медицинского работника в селе возлагается большая социальная ответственность: в условиях автономности от его действий может зависеть жизнь нуждающихся в медпомощи сельчан. Соответственно сам факт покупки фельдшером спиртного осуждается местным сообществом и воспринимается как уход от этой социальной ответственности.

В каждом селе социальные санкции на покупку и употребление алкоголя теми или иными людьми различаются. Например, в селах Купрэн и Илир оленеводы, приехавшие из тундры, чаще покупают спиртное в магазине. На «точке» покупкой алкоголя занимаются их родственники и друзья, имеющие устойчивые социальные связи с нелегальным торговцем. Публичная покупка оленеводом спиртного в магазине вызывает не столько осуждение, сколько понимание сельчан: «В тундре-то они не пьют, там купить негде. Приезжают, расслабляются. Конечно, там [в тундре] условия тяжелые» (ПМА: ж, 1958 г.р., Клавдия, русская, Купрэн).

Самые частые покупатели спиртного в магазине — это старики, получившие пенсию, работающие в селе мужчины и оленеводы, приехавшие из тундры. Учитель, приобретая однажды вино и шампанское, рассказывала своим односельчанам, что собирается праздновать день рождения. Как выяснилось из интервью, поводом для покупки слабоалкогольного напитка учителем может быть только какой-то праздник. Я записала случай, когда учительница покупала водку в магазине через посредника:

Договорятся с местными, ну, кому доверяют, деньги дают, они им покупают (ПМА: м, 1963 г.р., Алексей, русский, Рагтык).

Вообще учителям пить запрещено, сразу увольт. Только увидят, что покупает или выпивший идет по улице, — всё. У нас так. Строго. Но некоторые всё равно пьют... У барыжников [нелегальных торговцев] отоварятся и пьют тихонько дома, чтобы никто не видел. Никуда не выходят, никому не открывают (ПМА: ж, 1958 г.р., Александра, эскимоска, Агвык).

Общение продавца и покупателя на «точке» происходит в приватной обстановке, когда отсутствуют свидетели, а сам процесс купли-продажи спиртного остается «невидимым» для сельского сообщества. Если в локусе магазина гендерный, возрастной или профессиональный статус человека может стать ограничивающим фактором для покупки спиртного, то на «точке» условием для продажи является личный выбор самого торговца. Чаще всего критериями этого выбора становятся длительное проживание в селе, способность человека заплатить за алкоголь и «молчание» клиента. «Все ругают [торговца], но никто не пишет заявление, на сходе никто не скажет [о "точке"]». Все повязаны, ты никуда не уедешь и не уплывешь отсюда. Как на подводной лодке. Они [торговцы] чувствуют свою власть. Чуть что, больше тебе не продадут [спиртного]» (ПМА: м, 1984 г.р., Владимир, чукча, покупатель, Койнын).

Как заметила Елена Лярская, товары являются хорошими диагностирующими инструментами для определения места человека в социальных сетях [Liarskaya 2017: 142]. На «точке» алкоголь могут купить те люди, которые не могут купить его в магазине из-за препятствий, которые создает сельское сообщество. Учителя, женщины с детьми, молодые девушки, подростки, неработающие или сильно выпившие мужчины — все они в социальной иерархии села не обладают правами публичной покупки спиртного.

«Чужие», люди, приехавшие в село на короткое время, могут приобрести алкоголь в магазине, но не могут сделать это на «точке», если у них отсутствуют социальные связи непосредственно с нелегальным торговцем. Для постороннего человека

место продажи оказывается скрытым, и даже если ему станет известен адрес «точки», без участия жителя села, постоянного покупателя, приобрести алкоголь, вероятнее всего, не получится: торговец либо не откроет дверь, либо скажет, что не торгует спиртным. Места, где расположены «точки», являются «тайным знанием» местных жителей, и это знание обычно не транслируется вовне. Внутри села и между собой жители называют такие места по фамилии торговца: «у Борисова», «к Самарину», «хожу к Захарову». За период своей деятельности нелегальные торговцы спиртным, как правило, приобретают круг постоянных покупателей. Их количество зависит от объемов имеющегося у продавца спиртного, общего числа нелегальных торговых точек, долговых связей между продавцом и покупателем и личности самого торговца. Самым меньшим числом клиентов, о котором мне говорили, было 6, самым большим — около 25. Один из коммерсантов насчитал у себя 15–20 постоянных покупателей, а остальных назвал «бродячими»: «Ходят, ищут, кто продаст <...> конечно, всех их знаю, но они хитрые, могут у меня взять [водку], потом у других, и так оказываются всем должны <...> я с такими не связываюсь, если только в обмен что-то принесут или сразу деньги дают» (ПМА: м, 1966 г.р., Константин, украинец, торговец, Умкуум).

Место, где располагалась «точка», включалось в траекторию повседневных передвижений покупателей спиртного, и их привычный маршрут часто сохранялся даже через уже не действующие места торговли. Большинство бывших торговцев спиртным жаловались, что бизнес завершился год или два назад, а покупатели все равно приходят:

Кум мой рассказывал. А он торговал-то месяц может и потом не стал... Ну и, говорит, приходит одна коренная. В три часа ночи. Июнь, солнце такое хорошее. Но ночь. Стучит в дверь. Дыж-дыж-дыж! Я, говорит, проснулся, но не открываю ей. За мучили потому что: ходят и ходят. Ну, засек время. Говорит, полчаса она долбила: дыж-дыж-дыж! Уперлась и долбит. Я, говорит, выхожу спокойно, всё. Она: «Дай выпить». — «Нету». — «А, нету?» И пошла (ПМА: м, 1966 г.р., Константин, украинец, торговец, Умкуум).

Я совсем недолго торговала. Возила с района пиво, ну иногда водку. Не, не смогла. Не могу я так. Не мое, что ли... И всё равно приходят и спрашивают. Ну, выхожу. Разговариваю. Объясняю, что нет у меня, что всё. А, бесполезно! Потом всё равно приходят (ПМА: ж, 1977 г.р., Наталья, эскимоска, Агвык).

Причина посещения недействующей «точки» — недоступность приобретения спиртного в другом месте и надежда на наличие спиртного у бывшего торговца. Бывшие покупатели зачастую

агрессивно демонстрируют спрос и делают попытку оказать давление на бывшего торговца, вынуждая возобновить бизнес либо дать выпивку бесплатно. Социальное взаимодействие продавца и покупателя в фиксированном пространстве торговли происходит, при этом сам товар — алкоголь — отсутствует, и экономического обмена с его участием не происходит.

Рассматривая локусы торговли алкоголем и отношения, которые возникают вокруг них, можно увидеть, как в контексте сельского сообщества усложняется иерархия «свой» и «чужой». Внутри «своих» существует еще одно разделение. Алкоголь распределяется в рамках определенной сети связанных между собой людей. Существует похожая сеть покупки, обмена и передачи продуктов внутри села: дефицитные продукты (например, молоко, яйца, овощи) или мясо дикого оленя, ягоды, травы продаются в определенном кругу сельчан, которые взаимодействуют и коммуницируют друг с другом, в нужный момент сообщая о возможности покупки. Для «приезжего» эта сеть не очевидна и скрыта точно так же, как и «точки» продажи спиртного, доступ к которым оказывается для него закрытым.

Темпоральность торговли алкоголем

Время, так же как и место, имеет важное значение в торговле. Оно определяет и фиксирует момент встречи продавца и покупателя. Бельская ярмарка на Чукотке в 1924 г. проводилась 25–27 февраля. Более 100 человек: чукчи-оленоводы с Чаунской губы, с мыса Северного и реки Ванкарем, эвены и русские торговцы — принимали в ней участие, и каждый из них знал время ее проведения, чтобы прибыть точно к назначенному сроку [Беликов 1928]. Даже для такой древней формы обмена, как «немой торг», условленное время и место оказывались ключевыми условиями взаимодействия между участниками обмена: «Чукчи оставляли продукты на берегу и уходили. Тогда появлялись эскимосы, брали понравившиеся вещи и взамен оставляли свои. После этого вновь появлялись чукчи, забирали оставленное, и этим акт обмена считался завершенным» [Антропова 1957: 171].

Фактории, торговые пункты и магазины — стационарные места обмена, постоянство является и пространственной, и временной их характеристикой. Летом 1920 г. американец Карл Джонсон, сотрудник компании “Phoenix Northern Trading Co”, организовал на Чукотке, в Колючинском заливе, факторию, куда в этом же году шхуна компании “Iskum” завезла товар. Новая фактория представляла собой одну комнату, в которой жили К. Джонсон с женой, эта же комната служила складом и магазином. «Наш торговый пост был неуклюжим — посетители приезжали днем

и ночью, чтобы получить товары в обмен на меха», — свидетельствовала его жена [ГА ЧАО. Ф. Р-191. Оп. 1. Д. 4. Л. 8, 9; Д. 5. Л. 7, 8; Smith 2007: 109].

Последний пример демонстрирует слияние публичного и частного пространств в торговом пункте, что было характерно для частной торговли вплоть до середины XX в., а также важность знания участниками торговли момента времени для встречи и совпадение (или несовпадение) их ритмов. Время ярмарок регулировалось хозяйственным циклом оленеводов и охотников и очередностью проведения, чтобы купцы могли успеть переехать с одной ярмарки на другую. Соответственно для успеха торговли темпоральности продавца и покупателя должны гармонично сочетаться в момент сделки.

Режим работы государственных (муниципальных) предприятий торговли устанавливают органы местной администрации, а все остальные организации-продавцы решают этот вопрос самостоятельно [Письмо 1994; Постановление 1998]. Время работы магазинов в селах Чукотки различается, установление часов и дней работы зависит от конкретных ситуаций: численности населения села, количества работающих продавцов, а также общесельских ритмов и представлений о времени отдыха и работы.

Например, институциональный ритм магазина-пекарни в селе Гыроёлгын (как и в нескольких других селах) зависит от личного трудового ритма ключевого работника этого магазина. Единственным продавцом в магазине является чукчанка Анна, и ее рабочая неделя, как и у всех женщин на Крайнем Севере, не превышает 36 часов в неделю [Статья 320 ТК РФ] и предполагает шестидневную рабочую неделю. Отклонения от этой нормы влекут за собой дополнительные затраты работодателя на оплату сотруднику переработки. График работы магазина составлен таким образом, чтобы Анна выработывала свое время, но не перерабатывала. Сельский магазин работает ровно 36 часов в неделю: с понедельника по пятницу три часа до обеда — с 11:00 до 14:00, три часа после обеда — с 16:00 до 19:00 и в субботу шесть часов — с 11:00 до 16:00. В этом селе и в двух других селах мы наблюдали практику, когда люди ежедневно отпрашивались с работы ко времени открытия магазина, чтобы купить свежий хлеб и вернуться на рабочее место.

В отношении легальной торговли алкоголем пространственно-временная согласованность регулируется не только продавцом и покупателем, но и государством. В законодательстве Российской Федерации закреплены общие правила, регламентирующие запрет розничной продажи алкогольной продукции в определенное время и в определенных местах [Федеральный закон

1995]. Для всей территории Чукотского АО действует ограничение по времени и дням продажи спиртного: алкоголь на Чукотке запрещено продавать в некоторые праздничные дни и ежедневно с вечера 20:00¹ до утра 12:00 [Постановление 2011]. Поселениям на Чукотке предоставлено право ходатайствовать перед региональным органом законодательной власти о введении дополнительных ограничений на время продажи спиртных напитков [Закон 2010]. Похожая практика существовала в советское время. Исполкомы сельсоветов издавали распоряжения о разрешении продажи винно-водочных изделий в магазинах в определенные дни: в субботу и воскресенье, в пятницу или только в субботу (см., например: [ЧР ГА ЧАО. Ф. 16. Оп. 1. Д. 52. Л. 6, 7; Вдовин 2004]).

В настоящее время около трети сел Чукотки приняли на сходах решение о дополнительном ограничении времени продажи алкоголя². Например, в сельском поселении Амгуэма розничная продажа алкогольной продукции разрешена только по субботам, в остальные дни недели запрещена [Постановление № 136 2013]. В селе Конергино реализация спиртного запрещена в рабочие дни с 12:00 до 17:00 часов, а в выходные дни нельзя торговать с 15:00 до 20:00 часов [Постановление № 284 2013]. В селе Илirianей запрет действует во все дни, кроме пятницы с 17:00 до 19:00 [Постановление № 449 2013].

Меры по ограничению времени продажи спиртных напитков, согласно официальной риторике, должны способствовать решению проблемы алкоголизма среди коренного населения. Время используется в качестве инструмента для ограничения доступа к алкоголю: люди, часто употребляющие спиртное, вынуждены перестраивать свои ритмы выпивки-воздержания и, как следствие, больше находиться в трезвом состоянии. В большинстве чукотских сел днями, когда возможна покупка алкоголя в магазине, определены пятница или суббота.

Процесс выбора временных рамок продажи алкоголя на сельском сходе в каждом селе различался. В некоторых поселениях собирались по несколько раз, так как не было единого мнения, в итоге время выбиралось путем голосования за один из предложенных вариантов. В других поселениях последнее слово оставалось за местными лидерами или старейшинами.

Все уже знали, были подготовлены к сходу. Я за полгода начал со всеми разговаривать. Но вот по времени продажи долго

¹ С 30 декабря 2021 г. на Чукотке изменены правила розничной продажи алкогольной продукции: время продажи продлили на два часа. По официальной информации, «увеличение времени продажи до 22 часов позволит снизить нелегальную торговлю спиртным» [На Чукотке 2021].

² Эти решения закреплены нормативно-правовыми актами Правительства Чукотского АО.

обсуждали. Часа полтора, наверное. Одному так удобно, другому так. Я сам вел это собрание и записал в протоколе, что вот, два часа вечером в пятницу. Всё! Последний рабочий день, укороченный, нормально (ПМА: м, 1968 г.р., Владимир, чукча, глава села, Гыроёлгын).

У нас никак не обсуждали. Старейшины¹ решили, что один день можно и всё. Главе [села] сказали. Никто не спорил (ПМА: ж, 1979 г.р., Наталья, чукчанка, Илир).

Только по субботам разрешено торговать... Суббота у них «святой» день [смеется]. У них понятие, что им разрешено в субботу всё делать. И пить, и валяться. У них вот такое, ну, мышление... Железно вот. Сегодня суббота же (ПМА: м, 1975 г.р., Баир, бурят, участковый, Рагтык).

В сельском сообществе существует временной отрезок, когда употребление спиртного разрешено и в каком-то смысле является традицией. Стереотип «пьяных суббот» [Пивнева 2005: 65] и употребления спиртного перед выходными или в выходные дни сложился еще в советское время. В 1960 г. Д.А. Сергеев писал об одном из сел Провиденского района: «Продажа спирта и вин населению осуществляется в основном только по субботам. В результате этого в субботу, после продажи спирта, весь поселок пьян» [Сергеев 2005: 192].

Села Чукотки формировались на месте центральных усадеб колхозов и совхозов в 1940–1960-х гг., и местное население включалось в институциональные ритмы новых учреждений. Определенный распорядок дня должен был предотвращать опасность пустой траты времени и экономические потери [Фуко 1999: 224]. Восьмичасовой рабочий день и пятидневная рабочая неделя колонизировали не только традиционные хозяйственные ритмы охотников и оленеводов, но и телесные ритмы местных жителей. Целостный жизненный уклад населения Чукотки темпорально распался на «время работы» и «время отдыха», и если для местного населения было понятно, что именно делать во время работы, то время отдыха было свободным выбором, и для многих оно заполнилось употреблением спиртного.

Я — как мама. Отец рано умер. Она воспитательницей работала. Водка всегда дома стояла... ну, как обычно было... и я точь-в-точь как она: неделю работает — в выходные пьет. И я все выходные пил... А понедельник, вторник — уже всё. Даже не заставишь. Стоят дома бутылки — я даже не трогаю их. Меня друзья почему любили? Потому что приходили ко мне

¹ Информант имеет в виду неофициальный общественный орган села — так называемый совет старейшин в составе пяти наиболее уважаемых жителей.

в середине недели, могли спокойно взять и выпить... А потом в выходные опять начинал. В пятницу я уже... как подготовка (ПМА: м, 1966 г.р., Владислав, чукча, Вэтгав).

Я зафиксировала множество рассказов, демонстрирующих связь окончания рабочей недели с приобретением алкоголя и употреблением в выходные дни спиртных напитков. Телесные ритмы и организация жизни человека, употребляющего алкоголь, могут входить в диссонанс с институциональными ритмами: поиск алкоголя, средств для его покупки, употребление спиртного, переживание абстинентного синдрома могут не вписываться в трудовую дисциплину и рабочее время. В этом случае работодатель либо избавляется от работника — потребителя спиртного, либо ищет пути, как подстроить систему работы организации под ритмы употребляющего спиртное сотрудника¹.

Я тогда пил страшно. Запои. Работал, потом увольняли, потом опять... Это такая жизнь: понедельник, вторник — в тебе еще спирт, попил водички и опять пьянеешь, ну, работа так... Среда самый день, когда еще работаешь, в четверг ты уже начинаешь ждать и готовиться, деньги искать или там, ну, чтобы в пятницу вечером бухать. И вот пятница вечер, всё — ты набухиваешься и потом всю ночь бурагозишь. В субботу с утра опохмелился и продолжаешь. В воскресенье так, немного [выпил спиртного], отлеживаешься больше, чтобы в понедельник хоть как-то [выйти] на работу. И это все повторяется, повторяется (ПМА: м, 1967 г.р., Анатолий, чукча, Койнын).

Некоторые сельчане не могут самостоятельно ограничить время употребления спиртного и прекратить выпивать алкоголь, например, перед выходом на работу после выходных или перед ответственным мероприятием. Путем регламентации времени продажи спиртного в муниципальном магазине сообщество, с одной стороны, помогает потребителю спиртного дисциплинировать тело, с другой стороны, использует время в качестве властного ресурса [Фуко 1999: 234], подчиняя таким образом ритмы своих соплеменников.

Один из глав сел рассказывал, что, после того как сельский магазин передали от муниципального торгового предприятия обществу с ограниченной ответственностью, учредителем которого является местная администрация, руководство магазина перестало выполнять постановление правительства об ограни-

¹ Я зафиксировала целый ряд подобных практик. Например, руководитель на время заюза одного сотрудника возлагал его обязанности на другого работника, употребляющего алкоголь. В случае заюза второго его обязанности выполнял первый. В этой организации сложилась целая цепочка замен, обеспечивающая работу организации при нарушении трудовой дисциплины отдельными работниками.

чении продажи спиртного. Алкоголь стали продавать в течение всего времени работы магазина. «Люди привыкли уже за несколько лет, что только по пятницам. Приходили ко мне, говорили, возмущались... И пьющие подходили. Даже алконавты понимают, что рамки нужно соблюдать. Они же осознают, что им самих себя надо ограничивать, что иногда останавливаться надо» (ПМА: м, 1968 г.р., Владимир, чукча, глава села, Гыроёлгын).

Мне удалось наблюдать повседневность жительницы села Илир, употребляющей спиртное. На тот момент Галине исполнился 51 год, она уже несколько лет была безработной из-за периодических запоев. Галина жила в доме вместе с 80-летним стариком — инвалидом по зрению. Их денежный доход состоял из пенсий и пособия по инвалидности, которые частично тратились на покупку спиртного. В селе Илир алкоголь в магазине продавался только по пятницам с 17:00 до 19:00. На момент моего приезда в селе существовала также одна «точка», где нелегально продавалась брага, остальные две «закрылись»: один самогонщик умер, вторая нелегальная предпринимательница переехала в другое село. Повседневный ритм Галины был связан с добычей пропитания себе и старику: в основном она рыбачила, иногда выделывала шкуры нерпы и оленя, чтобы продавать их и на вырученные деньги покупать хлеб и сливочное масло. Жизнь Галины пульсировала в соответствии с потребностями в еде и алкоголе. В первые две недели после получения пенсии она покупала водку по пятницам в магазине, а после того как пенсия заканчивалась, ходила на «точку» за брагой, которая была дешевле и которую могли дать в долг. Приобретенный Галиной алкоголь мог быть разделен с односельчанами: к ней и старику приходили гости и выпивали вместе с ними. Когда же у Галины заканчивались средства или же в дни, когда в магазине действовал запрет на продажу спиртного, она могла пойти в гости и употребить алкоголь с теми, кого угощали до этого и кто приобрел спиртное, например, с запасом или же окказионально привез из города на вертолете либо по автозимунику. По словам женщины, такой обмен действовал довольно строго: если односельчанин выпивал с ними, в дальнейшем он не мог отказать им в совместной выпивке (ПМА: ж, 1964 г.р., Галина, чукчанка, Илир). Таким образом Галина встраивала регламентированное время официальной продажи спиртного в свой жизненный ритм, но всегда имела иные варианты для приобретения спиртного, в том числе через социальные связи и обмен. Кроме того, в ее окружении действовала сбалансированная реципрокность [Салинз 1999: 178] — система взаимных угощений спиртным, где каждый член сообщества потребителей спиртного может выпить, но потом обязан угостить в ответ.

Время работы нелегальной «точки», в отличие от магазина, оказывается более гибким. Режим работы «точки» ничем не регламентируется и не ограничивается: торговцы не соблюдают законодательство ни в вопросе лицензирования алкоголя, ни в вопросе допустимого времени продажи.

Нелегальные торговцы ведут специализированный бизнес и имеют определенный круг покупателей — людей, постоянно употребляющих спиртное. Для удовлетворения спроса и получения экономической выгоды эти торговцы подстраивают свой график торговли под нужды своих клиентов. То есть для эффективного взаимодействия ритмы нелегального торговца должны совпадать с ритмами покупателя. Момент, когда человеку, употребляющему алкоголь, потребуется его приобрести, например когда спиртного не хватило или есть необходимость опохмелиться, неизвестен: утром, ночью или через два часа. В связи с этим график работы нелегального торговца становится круглосуточным: он должен быть готов продать спиртное «в любое время».

Приходит одна чукчанка ночью — стучит, стучит в дверь, я не открываю, потом в окно, да так сильно, полчаса стучала. Потом вышел <...> Они так. Не думают — дети у меня, может быть, спят, им все равно — стучат. Ну, типа, у меня деньги есть, продавай [самогон] и всё (ПМА: м, 1966 г.р., Константин, украинец, торговец, Умкуум).

Все понимают, что бизнес тяжелый. Это ведь общение с пьяными. Ну и это конфликты, агрессия — контингент особый. Недосып — и денег никаких не захочешь... Это круглосуточная работа (ПМА: ж, 1974 г.р., Татьяна, эскимоска, Агвык).

Это конкурентное преимущество нелегальной «точки» перед магазином сами нелегальные торговцы спиртным отмечали в качестве самого большого недостатка и сложности бизнеса, так как приходилось корректировать свои телесные ритмы: «день — ночь», «сон — бодрствование». «Точка» воспринимается как территория темпоральной свободы: спиртное здесь доступно в любой момент дня и ночи, а значит, ограничения для удовлетворения потребностей тела отсутствуют. Нелегальный торговец, даже при желании, не может внедрить ограничения времени продажи, например продавать только днем, или только ночью, или в определенные часы и дни недели. Его деятельность в глазах покупателей не институционализирована, не вписана в режимы, свойственные официальным учреждениям, так как торговец и его «точка» находятся как бы на противоположной стороне всего того, что так или иначе связано с государством, со структурой и регламентами, которые государству присущи в глазах сельчан.

* * *

В настоящее время в чукотских селах практически отсутствуют клинические методы, принятые в России, для выведения людей, употребляющих алкоголь, из состояния запоя. Местный фельдшер или медицинская сестра экономят медикаменты и крайне редко используют их для помощи потребителям спиртного, которые не могут контролировать время выпивки и свои телесные ритмы. Я зафиксировала случаи, когда детоксикацию организма пьющего с помощью внутривенно введенных витаминов медицинская сестра в селе Агвык проводила исключительно своим родственникам. Одна женщина-фельдшер поделилась, что она не может действовать в соответствии с протоколом лечения и вывести человека из запоя, так как им в ФАП не поставляются соответствующие транквилизаторы и нейролептики. В советское время людей, признанных зависимыми от алкоголя, направляли на принудительное лечение [Raikhel 2016: 53], сейчас же местное сообщество и главы поселений своими силами пытаются решить проблемы людей, страдающих запоями. Одним из способов является ограничение доступа таких людей к алкоголю. В условиях автономности сообщество использует имеющиеся в наличии инструменты, в частности возможность установить ограничение времени продажи спиртного.

Со стороны сельского сообщества и местных властных институтов принятие нового распорядка продажи спиртного — это попытка создать контроль над потребителями спиртного, их ритмами и телом, привести их к норме. «У нас хорошее село: пьяные по улицам не шатаются. Так, в выходные бывает только или на Новый год» (ПМА: ж, 1970 г.р., Оксана, чукчанка, Тигыт). Не нормой во внутреннем устройстве села считается, когда пьяные жители ходят по улицам села в рабочее время, даже если эти жители не привязаны к институтам, например они пенсионеры.

Согласно Мишелю Фуко, институциональная дисциплина становится самодисциплиной через процесс паноптизма. Ограничение времени продажи спиртного в муниципальном магазине воспринимается как внешний локус контроля, своеобразный «костыль» для воли, создаваемый сообществом, когда тело пьющего не способно дисциплинировать само себя. Торговец создает свободу и нивелирует контроль, а значит, разрушает дисциплину тела пьющего человека. Он возвращает свободу, которую люди, употребляющие алкоголь, уже передали сообществу, и именно это создает неоднозначное отношение к нему.

«Точки» нелегальной продажи алкоголя в настоящее время являются частью сельской инфраструктуры Чукотки. Хозяева «точек» — нелегальные торговцы — это не какие-то посторон-

ние люди или заезжие купцы, описанные в текстах XIX в., это люди, принадлежащие локальному сообществу. Их положение в селе амбивалентно. С одной стороны, они ежедневно нарушают закон и нивелируют усилия государства и сельского сообщества по созданию «послушных тел» потребителей алкоголя. В связи с этим нелегальные торговцы испытывают моральное давление и получают негативные оценки в свой адрес за «спайвание коренного населения» со стороны многих односельчан, представителей администрации и руководителей учреждений. С другой стороны, фигура нелегального торговца встроена в социальную жизнь села. Его финансовое положение стабильно, он удовлетворяет спрос части населения на алкоголь, а также обладает ресурсами и доступом к ним. Помимо алкоголя, торговец, как правило, владеет техникой для его доставки либо социальными связями с представителями структур, через которые алкоголь поступает в село. Соответственно, в случае необходимости (пожар, болезнь, срочная потребность в деньгах или доставке лекарств, похороны, выборы) он может предоставить эти ресурсы муниципалитету или сельскому сообществу.

Бизнес является тяжелым для нелегальных торговцев не только из-за его опасности и возможности преследования со стороны правоохранительных органов, но и из-за круглосуточного графика работы, общения с нетрезвыми покупателями и нарушения приватности домашнего пространства. Двойная маргинализация, положение одновременно на противоположных концах сельской социальной лестницы создают тревожность и неустойчивость позиции нелегальных торговцев в ограниченном и относительно изолированном пространстве села.

Благодарности

Исследование частично выполнено в рамках научного проекта «Сохранение языкового и культурного многообразия и устойчивое развитие Арктики и Субарктики Российской Федерации» (грант Правительства РФ, соглашение № 075-15-2021-616).

Список сокращений

ГА ЧАО — Государственный архив Чукотского автономного округа

Архивные материалы

ГА ЧАО. Ф. Р-191. Оп. 1. Д. 4. Л. 8, 9. Рапорты и переписка по вопросу торговли отделения «Феникс» в Колючино. 1922–1923 гг.

ГА ЧАО. Ф. Р-191. Оп. 1. Д. 5. Л. 7, 8. Протокол Следственного заседания ответственных сотрудников Управления по Чукотскому уезду. 1923 г.

Источники

- Закон Чукотского автономного округа от 15 февраля 2010 г. № 06-ОЗ «О государственном регулировании розничной продажи алкогольной и спиртосодержащей продукции на территории Чукотского автономного округа».
- Национальный рейтинг трезвости регионов — 2020 // Федеральный проект «Трезвая Россия». <<http://www.trezvros.ru/calendar/953>>.
- На Чукотке изменены правила розничной продажи алкогольной продукции // Официальный сайт Думы Чукотского автономного округа. 2021, 29 дек. <<https://xn-80ahnhajq6aec7b.xn--p1ai/materials/aktualno-v-regione.html>>.
- Основные показатели, характеризующие рынок алкогольной продукции в 2018–2020 годах. М., 2021. <https://fsrar.gov.ru/files/24382_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%81%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%80%D0%B0%D1%80_2018-2020.pdf>.
- Письмо Роскомторга от 17 марта 1994 г. № 1-314/32-9 «О примерных правилах работы предприятия розничной торговли и Основных требованиях к работе мелкорозничной торговой сети». <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8309/>.
- Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров...». <http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17579/>.
- Постановление Правительства Чукотского автономного округа от 26 сентября 2011 г. № 381 «Об установлении дополнительного ограничения времени розничной продажи алкогольной продукции на территории Чукотского автономного округа».
- Постановление Правительства Чукотского автономного округа от 17 апреля 2013 г. № 136 «Об установлении дополнительных ограничений времени розничной продажи алкогольной продукции на территории сельского поселения Амгуэма Иультинского муниципального района».
- Постановление Правительства Чукотского автономного округа от 24 июля 2013 г. № 284 «Об установлении дополнительных ограничений времени розничной продажи алкогольной продукции на территории сельского поселения Конергино Иультинского муниципального района».
- Постановление Правительства Чукотского автономного округа от 14 ноября 2013 г. № 449 «Об установлении дополнительных ограничений времени розничной продажи алкогольной продукции на территории сельского поселения Илирней Билибинского муниципального района».
- Статья 320 Трудового Кодекса Российской Федерации. <<http://base.garant.ru/12125268/5cb38dc5a9b836c471327339893d74c0/>>.
- Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».

Библиография

- Антропова В.В.* Вопросы военной организации и военного дела у народов крайнего северо-востока Сибири // ТИЭ. Сибирский этнографический сборник. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1957. Т. 35. Вып. 2. С. 99–245.
- Арутюнов С.А., Воронина Т.А.* (отв. ред.). Хмельное и иное: напитки народов мира. М.: Наука, 2008. 487 с.
- Беликов С.* Чукотские ярмарки (с. Усть-Белая Анадырского уезда) // Экономическая жизнь Дальнего Востока. 1928. № 4–5. С. 157–160.
- Богораз В.Г.* Чукчи: материальная культура. М.: ЛИБРОКОМ, 2011. 264 с.
- Богораз В.Г.* Чукчи. Л.: Изд-во Ин-та народов Севера ЦИК СССР, 1934. Ч. 1. Социальная организация. 191 с.
- Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. М.: Весь мир, 2006. Т. 2. Игры обмена. 672 с.
- Вдовин И.С.* О состоянии экономики, культуры и быта чукчей Марковского и Анадырского районов Чукотского национального округа // Этнологическая экспертиза. Народы Севера России. 1956–1958 годы. М.: Изд-во ИЭА РАН, 2004. С. 101–139.
- Гаврилова К.А.* Опасное природопользование. Рыбные ресурсы и ностальгия по государству в Беренц-регионе // Этнографическое обозрение. 2019. № 4. С. 13–28. doi: 10.31857/S086954150006189-7.
- Давыдов В.Н., Журавская Т.Н.* Государство и использование ресурсов: введение // Этнографическое обозрение. 2019. № 4. С. 5–12. doi: 10.31857/S086954150006188-6.
- Давыдова Е.А., Давыдов В.Н.* Профессиональное и личное: опыт полевой работы на Чукотке всей семьей // Этнографическое обозрение. 2020. № 3. С. 121–140. doi: 10.31857/S086954150010052-7.
- Корсаков Е.* Американская экспансия на Северо-Восток России в начале XX в. Хабаровск: Хабаровская ВПШ, 1968. 30 с.
- Пивнева Е.А.* Этнодемографические аспекты проблемы алкоголизма у малочисленных народов Севера // Пивнева Е.А., Функ Д.А. (отв. ред.). В поисках себя: народы Севера и Сибири в постсоветских трансформациях. М.: Наука, 2005. С. 65–84.
- Подгурский Б.К.* Забытые русские земли. Чукотский полуостров и Камчатка. Путевые очерки. СПб.: Издание Б.А. Суворина, 1914. 122 с.
- Салинз М.* Экономика каменного века. М.: ОГИ, 1999. 296 с.
- Сергеев Д.А.* О современном положении эскимосского населения Чукотского и Провиденского районов Чукотского национального округа // Этнологическая экспертиза. Народы Севера России. 1959–1962 годы. М.: Изд-во ИЭА РАН, 2005. С. 181–198.
- Соколова З.П.* Торговля на Обском севере. Коренное население, 1950–1980-е годы (Снабжение и потребление. Алкоголь и алкоголизм. Наличные деньги и бюджет) // Вестник угроведения. 2015. № 4 (23). С. 91–107.
- Соколова З.П.* Советский магазин: торговля и алкоголь на Обском севере (коренное население в 1950–1980 годы) // Этнографическое обозрение. 2017. № 1. С. 97–108.

- Тулъчинский К.Н. Отчет по командировке на Чукотский полуостров, для всестороннего ознакомления на месте с деятельностью Северо-восточного Сибирского общества. СПб.: Мин-во торговли и промышленности, 1906. 120 с.
- Фуко М. Надзирать и наказывать: рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem, 1999. 479 с.
- Amin A., Thrift N. Cities: Reimagining the Urban. Malden, MA: Polity, 2002. 192 p.
- Applbaum K. The Anthropology of Markets // Carrier J.G. (ed.). Handbook of Economic Anthropology. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, Inc, 2005. P. 275–290.
- Babor T.F. Alcohol: No Ordinary Commodity: Research and Public Policy. Oxford: Oxford University Press, 2010. 320 p.
- Bockstoe J. Furs and Frontiers in the Far North: The Contest among Native and Foreign Nations the Intercontinental Bering Strait Fur Trade. New Haven: Yale University Press, 2010. 496 p.
- Briggs D., Gololobov I., Ventsel A. Ethnographic Research Among Drinking Youth Cultures: Reflections from Observing Participants // Folklore: Electronic Journal of Folklore. 2015. Vol. 61. P. 157–176. doi: 10.7592/FEJF2015.61.youth_culture.
- Leete A. The Effects of Alcohol Trade among the Samoyeds and Ob-Ugrians in the Russian North and Western Siberia // Departure and Arrival: Migratory Processes and Local Responses from Ethnographic and Anthropological Perspective (Kriza Books, 46). S.l.: S.n., 2019. Online. P. 53–67. <http://kjnt.ro/szovegtar/pdf/KKonyvek_46_2019_BT-JAZs_eds_Departure_04_ALeete>.
- Liarskaya E. “Where Do You Get Fish?” Practices of Individual Supplies in Yamal as an Indicator of Social Processes // Sibirica. 2017. Vol. 16. No. 3. P. 124–149. doi: 10.3167/sib.2017.160306.
- Madsen Ch., Douglas J.S. Arctic Trader. N.Y.: Dodd, Mead, 1957. 273 p.
- Raikhel E. Governing Habits: Treating Alcoholism in the Post-Soviet Clinic. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2016. 248 p.
- Smith F., Worley B.K. A Cup of Tears. Escape from Siberia to a Life of Triumph in America. Montana: Stoneydale Press Publishing Co, 2007. 193 p.
- Thompson N. Settlers on the Edge: Identity and Modernization on Russia’s Arctic Frontier Paperback. Vancouver; Toronto: University of British Columbia Press, 2008. 304 p.
- Zasimova L., Kolosnitsyna M. Exploring the Relationship between Drinking Preferences and Recorded and Unrecorded Alcohol Consumption in Russian Regions in 2010–2016 // International Journal of Drug Policy. 2020. Vol. 82. No. 102810. P. 1–8. doi: 10.1016/j.drugpo.2020.102810.

A “Stressful Business”: Alcohol Trading in Chukotka Villages

Anastasiia Iarzutkina

Chukotka Branch of North-Eastern Federal University
3 Studencheskaya Str., Anadyr, Russia
jarzut@mail.ru

The article describes the organization of alcohol trade in remote and hard-to-reach Chukchi villages, and the social relations that arise around the sale of alcohol. The analysis is based on field research conducted by the author from 2003 to 2021 in ten settlements of the Chukotka Autonomous District. The differences between the trade process, the premises where the transaction takes place, and the temporal modes of the operation of village stores and illegal "outlets" for the sale of liquor are examined. The author analyzes how rural community practices of adopting alcohol sale time limits in the countryside have affected the daily rhythms of people who drink alcohol. The establishment of a temporal framework is conceptualized as a strategy for the community to gain power over alcohol consumers through body discipline.

It is concluded that one of the important reasons for the existence of the illegal alcohol business in the village is the round-the-clock operation of the "point". It allows the buyer to not postpone their need for alcohol, but to satisfy it at any time. Illegal sellers violate not only the temporal framework for selling liquor adopted at the village meeting, they also violate the social restrictions that the community imposed on the right to buy alcohol. At the same time, the local government and the villagers who do not consume alcohol need the resources and social connections of the illegal vendor. This contradictory situation puts them in the position of a marginalized person.

Keywords: trade, alcohol, Chukotka native peoples, local communities, rhythms, temporality.

Acknowledgements

This research was funded by the grant No. 075-15-2021-616 from the Government of the Russian Federation for the project “Preservation of Linguistic and Cultural Diversity and Sustainable Development of the Arctic and Subarctic of the Russian Federation”.

References

Amin A., Thrift N., *Cities: Reimagining the Urban*. Malden, MA: Polity, 2002, 192 pp.

- Antropova V. V., 'Voprosy voennoy organizatsii i voennogo dela u narodov kraynego severo-vostoka Sibiri' [Issues of Military Organization and Military Schooling with the Peoples of Far Northern East of Siberia], *TIE. Sibirkiy etnograficheskiy sbornik*, 1957, vol. 35, no. 2, pp. 99–245. (In Russian).
- Applbaum K., 'The Anthropology of Markets', Carrier J. G. (ed.), *Handbook of Economic Anthropology*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, Inc, 2005, pp. 275–290.
- Arutyunov S. A., Voronina T. A. (eds.), *Khmelnoe i inoe: napitki narodov mira* [Alcohol and Other: Beverages of the World Nations]. Moscow: Nauka, 2008, 487 pp. (In Russian).
- Babor T. F., *Alcohol: No Ordinary Commodity: Research and Public Policy*. Oxford: Oxford University Press, 2010, 320 pp.
- Belikov S., 'Chukotskie yarmarki (s. Ust-Belaya Anadyrskogo uezda)' [Chukotka Trade Fairs (v. Ust-Belaya of Anadyr Region)], *Ekonomicheskaya zhizn Dalnego Vostoka*, 1928, no. 4–5, pp. 157–160. (In Russian).
- Bockstoe J., *Furs and Frontiers in the Far North: The Contest among Native and Foreign Nations the Intercontinental Bering Strait Fur Trade*. New Haven: Yale University Press, 2010, 496 pp.
- Bogoraz V. G., *Chukchi: materialnaya kultura* [The Chukchi: Material Culture]. Moscow: LIBROCOM, 2011, 264 pp. (In Russian).
- Bogoraz V. G., *Chukchi* [The Chukchi]. Leningrad: Institute of the Peoples of the North of the Central Executive Committee of the USSR Press, 1934, pt. 1: Sotsialnaya organizatsiya [Social Organization], 191 pp. (In Russian).
- Braudel F., *Civilisation matérielle, économie et capitalisme XVe–XVIIIe siècle*. Paris: Armand Colin, 1979, t. 2: *Les jeux de l'échange*, 599 pp.
- Briggs D., Gololobov I., Ventsel A., 'Ethnographic Research among Drinking Youth Cultures: Reflections from Observing Participants', *Folklore. Electronic Journal of Folklore*, 2015, vol. 61, pp. 157–176. doi: 10.7592/FEJF2015.61.youth_culture.
- Davydov V. N., Zhuravskaya T. N., 'Gosudarstvo i ispolzovanie resursov: vvedenie' [The State and the Use of Resources: Introduction], *Etnograficheskoe obozrenie*, 2019, no. 4, pp. 5–12. doi: 10.31857/S086954150006188-6. (In Russian).
- Davydova E. A., Davydov V. N., 'Professionalnoe i lichnoe: opyt polevoy raboty na Chukotke vsey semyey' [The Professional and the Personal: An Experience of Fieldwork in Chukotka with the Entire Family], *Etnograficheskoe obozrenie*, 2020, no. 3, pp. 121–140. doi: 10.31857/S086954150010052-7. (In Russian).
- Foucault M., *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Random House, 1977, 333 pp.
- Gavrilova K. A., 'Opasnoe prirodopolzovanie. Rybnye resursy i nostalgiiya po gosudarstvu v Berents-regione' [The Danger of Natural Resource Use: Fishery, King Crab and Nostalgia for the State in the Barents Region], *Etnograficheskoe obozrenie*, 2019, no. 4, pp. 13–28. doi: 10.31857/S086954150006189-7. (In Russian).

- Korsakov E., *Amerikanskaya ekspansiya na Severo-Vostok Rossii v nachale XX v.* [American Expansion to the Russian Northern East at the Beginning of the 20th Century]. Khabarovsk: Khabarovsk Higher Party School Press, 1968, 30 pp. (In Russian).
- Leete A., 'The Effects of Alcohol Trade among the Samoyeds and Ob-Ugrians in the Russian North and Western Siberia', *Departure and Arrival: Migratory Processes and Local Responses from Ethnographic and Anthropological Perspective* (Kriza Books, 46). S. l.: S. n., 2019, online, pp. 53–67. <http://kjnt.ro/szovegtar/pdf/KKonyvek_46_2019_BT-JAZs_eds_Departure_04_ALeete>.
- Liarskaya E., "Where Do You Get Fish?" Practices of Individual Supplies in Yamal as an Indicator of Social Processes', *Sibirica*, 2017, vol. 16, no. 3, pp. 124–149. doi: 10.3167/sib.2017.160306.
- Madsen C., Douglas J. S., *Arctic Trader*. New York: Dodd, Mead, 1957, 273 pp.
- Pivneva E. A., 'Etnodemograficheskie aspekty problemy alkogolizma u malo-chislennykh narodov Severa' [Ethnodemographical Aspects of Alcoholism Problem with Low-Numbered Peoples of the North], Pivneva E. A., Funk D. A. (eds.), *V poiskakh sebya: narody Severa i Sibiri v postsovetskikh transformatsiyakh* [In Quest of Myself: Peoples of the North and Siberia in Post-Soviet Transformations]. Moscow: Nauka, 2005, pp. 65–84. (In Russian).
- Podgursky B. K., *Zabytye russkie zemli. Chukotskiy poluostrov i Kamchatka. Putevye ocherki* [Forgotten Russian Lands. Chukotka Peninsula and Kamchatka. Travel Essays]. St Petersburg: B. A. Suvorin, 1914, 122 pp. (In Russian).
- Raikhel E., *Governing Habits: Treating Alcoholism in the Post-Soviet Clinic*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2016, 248 pp.
- Sahlins M., *Stone Age Economics*. Chicago: Aldine-Atherton, 1972, 348 pp.
- Sergeev D. A., 'O sovremennom polozhenii eskimosskogo naseleniya Chukotskogo i Providenskogo rayonov Chukotskogo natsionalnogo okruga' [On the Current Situation of the Eskimo Population of the Chukotka and Providensky Districts of the Chukotka National District], *Etnologicheskaya ekspertiza. Narody Severa Rossii. 1959–1962 gody* [Ethnological expertise. Peoples of the North of Russia. 1959–1962]. Moscow: IEA RAS Press, 2005, pp. 181–198. (In Russian).
- Smith F., Worley B. K., *A Cup of Tears. Escape from Siberia to a Life of Triumph in America*. Montana: Stoneydale Press Publishing Co, 2007, 193 pp.
- Sokolova Z. P., 'Torgovlya na Obskom severe. Korennoe naselenie, 1950–1980-e gody (Snabzhenie i potreblenie. Alkogol i alkogolizm. Nalichnye dengi i byudzhet)' [Trade in the Ob North. Native-born Populace, 1950–1980 (Supply and Consumption. Alcohol and Alcoholism. Cash and Budget)], *Vestnik ugrovedeniya*, 2015, no. 4 (23), pp. 91–107. (In Russian).
- Sokolova Z. P., 'Sovetskiy magazin: torgovlya i alkogol na Obskom severe (korennoe naselenie v 1950–1980 gody)' [The Soviet Shop: Trade and Alcohol in the North of Ob (the Indigenous Population in the 1950–1980)], *Etnograficheskoe obozrenie*, 2017, no. 1, pp. 97–108. (In Russian).

- Thompson N., *Settlers on the Edge: Identity and Modernization on Russia's Arctic Frontier Paperback*. Vancouver; Toronto: University of British Columbia Press, 2008, 304 pp.
- Tulchinsky K. N., *Otchet po komandirovke na Chukotskiy poluostrov, dlya vsestoronnego oznakomleniya na meste s deyatelnostyu Severo-vostochnogo Sibirskogo obshchestva* [Report on a Trip to the Chukchi Peninsula]. St Petersburg: Ministry of Trade and Industry Press, 1906, 120 pp. (In Russian).
- Vdovin I. S., 'O sostoyanii ekonomiki, kultury i byta chukchey Markovskogo i Anadyrskogo rayonov Chukotskogo natsionalnogo okruga' [On the State of the Economy, Culture and Life of the Chukchi of the Markovsky and Anadyr Regions of the Chukotka National District], *Etnologicheskaya ekspertiza. Narody Severa Rossii. 1956–1958 gody* [Ethnological expertise. Peoples of the North of Russia. 1956–1958]. Moscow: IEA RAS Press, 2004, pp. 101–139. (In Russian).
- Zasimova L., Kolosnitsyna M., 'Exploring the Relationship between Drinking Preferences and Recorded and Unrecorded Alcohol Consumption in Russian Regions in 2010–2016', *International Journal of Drug Policy*, 2020, vol. 82, no. 102810, pp. 1–8. doi: 10.1016/j.drugpo.2020.102810.