УДК 39(394.91)+391.6

ББК 6/8: 63.5

DOI 10.31554/2222-9175-2020-40-75-84

С. Б. Намсараева, М. М. Содномпилова

МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ В КИТАЙСКОЙ МАНЬЧЖУРИИ (социокультурные практики трансграничья)

В статье рассматривается такое явление, как медицинский туризм, в систему которого встроены не только столичные города России, но и приграничные окраины страны – Забайкалье, Дальний Восток. В фокусе исследования – китайский приграничный город Маньчжурия и его гости, преимущественно женщины-россиянки, представительницы торгового бизнеса. В последние 10 лет они обрели в Маньчжурии «убежище», в котором могут забыть на время свои серые будни в российской действительности, а кроме того, преобразиться внешне, превратиться из Бабы Яги в Василису Прекрасную. Их мечты реализует косметическая индустрия Маньчжурии, представленная массажными и косметическими салонами, саунами, банями, парикмахерскими.

Ключевые слова: медицинский туризм, эстетическая хирургия, Маньчжурия, салон красоты, ботокс.

S. B. Namsaraeva, M. M. Sodnompilova

MEDICAL TOURISM IN CHINESE MANZHOULI (socio-cultural practices of cross-border areas)

This article examines such a phenomenon as medical tourism, into the system of which not only the capital cities of Russia are built, but also the border outskirts of the country – Transbaikalia, the Far East. The focus of the study is the Chinese border city of Manzhouli and its guests – mostly Russian women, representatives of the trade business. In the last 10 years, they have found a “refuge” in Manzhouli, in which they can forget for a while their gray everyday life in Russian reality, and besides, they can transform outwardly – turn from Baba Yaga into Vasilisa the Beautiful. Their dreams are realized by the cosmetic industry of Manchuria, represented by massage and beauty salons, saunas, baths, hairdressers.

Keywords: medical tourism, aesthetic surgery, Manzhouli, beauty saloon, botox.

Введение

В новом XXI в. в Россию пришла эстетическая хирургия. Недавний бум на рынке и в косметической индустрии показывает, что спрос на ее услуги растет, в основном в столицах. Рост спроса на коррекцию своей внешности показывает, что в России как мужчины, так и женщины заботятся о своей внешности (хотя косметическая хирургия остается исключительно женским занятием); несмотря на свое социальное положение и богатство, люди вряд ли будут довольны сво-

НАМСАРАЕВА Саяна Баировна – кандидат исторических наук, post-doc. in University of Cambridge, Mongolia and Inner Asia Studies Unit. E-mail: sn44@hermes.cam.uk.

СОДНОМПИЛОВА Марина Михайловна – доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник отдела истории, этнологии и социологии Федерального государственного бюджетного учреждения науки «Институт монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН» (г. Улан-Удэ, Россия). E-mail: sodnompilova@yandex.ru.

ей внешностью; косметическая хирургия перешла из маргинального положения в мейнстрим и стала предметом общественного обсуждения.

Но количество проблемных, а иногда и трагических результатов, а также высокая цена на лечение вынуждают многих россиян выезжать за границу, что способствует всемирному феномену процветания международного рынка медицинского туризма, который за последние годы увеличился вдвое. Статистика показывает, что в то время как почти 23 % российских туристов едут за границу, чтобы совмещать туризм «с лечением», только 1 % из них едут за границу для получения специализированного лечения, требующего госпитализации [Краснопольская 2012].

Для россиян, рассматривающих возможность лечения за границей, качественный перевод на русский язык является одним из важнейших факторов при выборе пункта назначения. Такие страны, как Германия, Израиль, США и Китай, по-видимому, взяли на себя ведущую роль в продвижении своих медицинских туристических ресурсов для россиян благодаря многим русскоязычным специалистам-медикам, которые эмигрировали в эти страны в постсоветский период. Точно так же Китай, как соседняя с Россией страна, готовил квалифицированных русских переводчиков еще с советских времен, а также отправлял своих студентов изучать различные специальности в Россию.

В данной статье рассматривается тема выездного медицинского и оздоровительного туризма из России в Китай. Трансграничный медицинский туризм между Китаем и Россией еще не исследовался, несмотря на рост академического интереса к области медицинского и оздоровительного туризма из-за его растущего экономического значения [Evans 2008; Hall 2012; 2013; Northrop 2012]. Целью данной работы является актуализация проблемы трансграничной медицинской миграции, изучение этнографии трансграничной мобильности людей между Россией и Китаем. Работа содержит результаты полевых исследований одного из авторов статьи, проведенных в Маньчжурии в период с 2015 по 2018 г.

Поскольку большинство пересекающих границу составляют женщины, которые регулярно приезжают в Маньчжурию за товаром, местные услуги в Маньчжурии «порозовели» (по выражению маркетологов). Женщины стали основными клиентами, которым предлагается широкий спектр косметических процедур. На наш взгляд, Маньчжурия для большинства российских женщин из приграничных с Китаем районов выступает временным «убежищем», где они чувствуют себя желанными и привилегированными.

Медицинский туризм в приграничных районах Китая

В последнее время Китай, похоже, становится одной из ведущих стран, продвигающих свои услуги в области медицинского туризма наряду с Южной Кореей, Японией, Таиландом и Сингапуром [Hall 2012], популярным местом для прибывающих медицинских туристов из соседних стран советского блока – Казахстана, России и Монголии, где медицинские и косметологические услуги все еще недостаточно развиты или более дороги, чем в Китае.

Сфера привлечения международных медицинских туристов очень разнообразна и охватывает весь спектр услуг, в которых используется традиционная китайская медицина и западные методы лечения в государственных и частных системах здравоохранения. Не только основные города Китая (Шанхай, Пекин и Гуанчжоу) притягивают множество иностранных туристов. В приграничных регионах также наблюдается заметная тенденция использования существующих трансграничных

туристических потоков из соседних стран, чтобы предложить им дополнительные медицинские услуги. Например, Урумчи, столица Синьцзянского автономного района, привлекает туристов из соседних стран Западной Сибири и Центральной Азии, создавая «благоприятные для мусульман» туристическую среду и услуги, используя культурное и языковое сходство с этими странами. Халяльная еда, декламирование молитвы перед операционным вмешательством, а также специальные операции по восстановлению девственности (гименопластика) или мужское обрезание (хатна) предлагаются как на русском, так и на арабском языках.

Другой китайский приграничный регион – Внутренняя Монголия использует свои давние традиции монгольской и тибетской медицины для привлечения посетителей из Монголии и монголоязычных регионов России в Восточной Сибири.

Однако, продолжая обсуждение въездного медицинского туризма в китайские приграничные города, важно учитывать, что в последние годы многое было сделано на национальном и региональном уровне для улучшения общей туристической среды в приграничных городах, чтобы изменить ее «тематически», для привлечения большего количества местных и иностранных туристов. Эту большую работу демонстрируют два крупнейших китайских пограничных пункта въезда во Внутреннюю Монголию: Эрлянь на границе Китая и Монголии и Маньчжурия на границе России и Китая. Базарные рынки в 1990-х гг. [Lacaze 2011; Namsaraeva 2014; Stern 2015] быстро выросли за последние три десятилетия экономических и городских реформ в гигантские региональные приграничные центры экономического сотрудничества и зоны переработки лесоматериалов и другого сырья. Чтобы укрепить симбиотические отношения между китайскими приграничными городами и местной экономикой приграничных регионов России и Монголии, Маньчжурия и Эрлянь пытаются переосмыслить себя, чтобы справиться с внешними проблемами, связанными с изменением моделей приграничной торговли, растущим спросом туристов и их способностью тратить больше времени и денег на отдых и рекреационный туризм помимо приграничной торговли. Например, с начала 2000-х гг. оба города начали разрабатывать свои собственные культурные и туристические планы, преобразовавшись в места, полные туристических удобств. Так, например, Эрлянь стал «столицей динозавров». Скульптуры динозавров установлены во многих местах города, а в пустыне Гоби основан тематический «парк юрского периода». Маньчжурия также успешно использовала свое положение крупнейшего и самого загруженного пункта въезда на суше и первого приграничного города, открытого КНР для внешней торговли и туризма в 1992 г. Сейчас он продвигается на национальном уровне как «ворота» Китая, обращенные в Европу.

Маньчжурия как «праздничный рай для российских гостей»

Прием российских туристов приносит Маньчжурии большую экономическую прибыль и политические выгоды. Статистика показывает впечатляющий и стабильный рост числа российских туристов, приезжающих в Маньчжурию за последние три десятилетия, с тех пор, как Китай открыл свои границы и принял иностранных туристов.

Маньчжурия нацелена на две разные группы: внутренних туристов из других частей Китая (в основном из переполненных городов на юге) и иностранных туристов из России, предлагая обеим группам индивидуально адаптированные медицинские и развлекательные услуги. Примечательно, что интересы этих двух групп практически противоположны. Горожане из промышленных, загрязненных южных

и центральных районов Китая приезжают в Маньчжурию, чтобы насладиться природой на свежем и чистом воздухе, видами обширных лугов (*цаююань*) и лесных ландшафтов (*сенглин*), свободных от строительства и скопления людей, и познакомиться с этническим мультикультурализмом приграничных земель Китая. Российские туристы, в основном приезжающие из менее урбанизированных провинциальных приграничных регионов России, напротив, больше интересуются городскими объектами «северного Шэньчжэня» (*beifang de Shenzheng*) (как Маньчжурию называют в Китае) и пользуются услугами процветающего города со множеством торговых центров, оживленной ночной жизнью, отелями с саунами, массажными и косметическими салонами, а также гастрономическими деликатесами.

Популярную среди российских туристов для шоп-туров выходного дня Маньчжурию называли «раем для российских покупателей». Правительство города в то время в основном было озабочено развитием ориентированной на Россию логистики приграничной торговли и инфраструктуры [Xu 2009; Zhou 2015]. Но позже, когда местные рынки в соседних регионах России заполнились товарами и россияне удовлетворили свои основные потребности в одежде, обуви и бытовой технике, стала расти доля российских туристов с другими интересами. Под давлением региональной конкуренции, направленной на удовлетворение растущих потребностей туристов, Маньчжурия приступила к разработке новой туристической программы. Для туристов были разработаны праздничные мероприятия – сезонные и тематические, региональные и национальные ярмарки, такие как зимний «фестиваль ледовых скульптур» (*bingxue jie*), продвижение семейных развлекательных мероприятий в окрестностях Маньчжурии на оз. Хулунь.

Похоже, что создание рекреационного туризма и продвижение медицинских услуг, связанных со здоровьем, стало логическим развитием не только для Маньчжурии, но и других китайских городов, граничащих с Россией (таких как Хэйхэ и Хуньчунь), чтобы сделать приграничный туризм более разнообразным и использовать уже существующую туристическую инфраструктуру.

Политика гостеприимства в китайской туриндустрии

Массовое присутствие русских гостей в Маньчжурии и их пребывание там создает классическую ситуацию гостеприимства и враждебности, возникающую между хозяевами места (в данном случае китайским государством и его гражданами) и иностранными гостями, о чем активно говорят в антропологии, начиная с Жака Деррида. В своих влиятельных работах «Гостеприимство» и «О космополитизме» [Derrida 2000, 2001] он обсуждает напряженность вокруг неоднозначного статуса иностранца, с которым можно обращаться как с гостем и как с враждебной фигурой, и как гостеприимство может приблизиться к вражде. Некоторые ученые-урбанисты также подчеркивали перспективность космополитического города из-за его пространств привычных встреч и взаимодействий, где различные представления и практики города вступают в контакт и часто конфликтуют. В этом смысле город Маньчжурия также можно рассматривать как политическую сцену, где граждане делят участки и пространства с негражданами (русскими) и где обе группы отстаивают свои права в повседневных пространствах космополитического города.

Для создания «дружественной к иностранцам атмосферы» городские пространства хорошо адаптированы для русских, чтобы они могли легко в них ориентироваться. «Русскоязычные» интерфейсы включают не только рекламу магазинов и названия улиц, написанные кириллицей (дублированные китайскими иероглифами),

но и архитектурные формы, такие как здания, уличные скульптуры и декоративные фасады домов, построенные в русском и якобы европейском стилях. Точно так же адаптировано для русских клиентов языковое общение, поскольку китайцы очень быстро учатся говорить по-русски. Их ограниченный, но функциональный словарный запас достаточно хорош, чтобы удовлетворять потребности российских туристов и помогать им ориентироваться в разнообразных магазинах и услугах Маньчжурии. Владельцы турбизнеса не только приветствуют гостей, предоставляют услуги на русском языке, но даже берут иногда дополнительные русские имена для удобства своих иностранных клиентов.

В то время как в пространстве преобладают вывески на русском языке, китайские названия мест существуют в менее заметных формах, поскольку китайские иероглифы укрываются в тени огромных красочных рекламных объявлений на русском языке. Китайцы, которые только говорят по-русски и не умеют читать кириллицу, находят здесь свой путь, используя оригинальные китайские топонимы. Фактически эта практика двойного наименования (русского и китайского) людей и мест создает две разные реальности с разными пространственными и человеческими географическими точками одних и тех же городских мест, которые могут перекрываться, сосуществовать и вступать в конфронтацию.

Между тем в Маньчжурии есть свои пределы гостеприимства. Как показывает Деррида, в основе практики и дискурса гостеприимства лежит враждебность [Derrida 2001]. Эта «враждебность» выражается по-разному. Например, это ограничение продолжительности пребывания гостей в городе с помощью краткосрочных виз (до 5 дней), установление пространственных ограничений – обозначение территории, на которой русские гости могут насладиться китайским гостеприимством. Часть города, где туристы могут чувствовать, что они господствуют над своим пространством, называется «русский квартал» в центре Маньчжурии, где находится большая часть торговых центров. За пределами русскоязычной среды Русского квартала иностранцы чувствуют себя потерянными и дезориентированными, оторванными от знакомой русскоязычной топографии. Хотя русский квартал не имеет видимых линий разделения с остальной частью города, турист неожиданно может оказаться в совершенно другой, нетуристической обстановке, где нет указателей на русском языке, нет шумной рекламы на русском языке – достаточно просто пересечь улицу.

Что мы видим в Маньчжурии, так это то, что китайское гостеприимство на самом деле превратилось в рыночную политику, направленную на получение максимальной прибыли за счет использования и дискриминации иностранцев из-за их статуса неграждан, а иногда их расовой «инаковости», предлагая им услуги по завышенной цене. Иностранцы должны платить за проживание, питание и другие услуги намного больше, чем местные жители. Высокие цены на аренду в Русском квартале и наем русскоязычного персонала также влияют на рост затрат, что делает Маньчжурию активно зонированным и поляризованным местом, где гостеприимство имеет свои пределы. Послание гостеприимства, адресованное иностранным туристам и основной принцип организации обслуживания здесь: «Вы стоите столько, сколько вы тратите».

Женская экономика Русского квартала

Маньчжурия становится «розовой»: русские женщины руководят челночной приграничной торговлей в Маньчжурии, социальным явлением, все еще заметным в

постсоветских странах, и неформальной приграничной торговлей в странах с переходной экономикой [Davydova, Pöllänen 2011; Ozcan 2006; Cieślowska 2014]. Точно так же преобладание женщин среди российских приграничных торговцев наблюдается и на других участках российско-китайской границы. Русские женщины составляют большинство в местных торговых центрах и ресторанах.

В русском квартале женские тела демонстрируются повсюду: пластиковые куклы-женщины в витринах магазинов и вдоль стен внутри магазинов; уличные рекламные щиты, рекламирующие косметику и процедуры для лица. Вдобавок к этому демонстрируются реальные физические тела, когда покупательницы переодеваются в магазинах, не стесняясь своей наготы, что шокирует китайских посетителей Русского квартала. Это делает магазины в российском квартале идеальными сценами вуайеризма через стеклянные витрины магазинов.

Процесс одевания и раздевания, демонстрации собственного тела и наблюдения за телами других женщин продолжается по вечерам, когда туристки идут в сауну (или баню, самый популярный и демократичный способ проведения здесь свободного времени), чтобы помыться свое тело, сделать массаж. Две полуобнаженные китаянки в жарком, душном зале работают над обнаженными телами бок о бок. Тела будут вымыты, обработаны паром, а слои грязи и старой кожи будут удалены с помощью скрабов, различных щеток, техники пилинга и многократного ополаскивания горячей водой. После очистки и мытья тело, как по конвейерной ленте, перенесут в другой просторный зал для следующего этапа – массажа. Различные части тела, ступни, спина, голова и шея, руки и пальцы растягиваются, поворачиваются, сжимаются, разминаются, чтобы сформировать новую форму тела.

Когда тело готово к следующему этапу трансформации, за дополнительную плату могут применяться различные безоперационные косметические процедуры для лица, которые включают: маскировку деформаций кожи лица, отбеливание кожи, инъекции ботокса для лица, наращивание ресниц, татуаж глаз, бровей и губ, маникюр с наращиванием ногтей, педикюр или услуги парикмахера, чтобы дополнить обновленный образ ярким цветом волос, новой стрижкой или наращиванием волос на любой вкус.

Эти безоперационные косметические процедуры дают почти мгновенные результаты, так что женщины могут позже продемонстрировать свой новый образ вместе со своей новой одеждой и обувью в ресторанах и танцевальных клубах. В Русском квартале в Маньчжурии есть несколько ночных клубов, пользующихся большой популярностью у российских туристов, а «Максим», где женщины одеты более чувственно, с обильным макияжем на лицах и туфлями на высоком каблуке, считается одним из лучших.

Косметическая хирургия, особенно процедуры для лица, – это тема, которая заслуживает особого обсуждения в антропологической литературе из-за ее связи с субъективностью стыда и социальным «я» [Northrop 2012; Tausig 2012]. Феминистская литература склонна обсуждать эту тему в радикально поляризованных взглядах. Одна точка зрения, которая связывает это с гендерным неравенством и эксплуатацией женских тел как жертв патриархата, лучше всего сформулирована Кэтрин Поли Морган в ее книге «Женщины и нож: косметическая хирургия и колонизация женских тел» [Morgan 1991], где она утверждает что решение женщины «лечь под нож» продиктовано желанием казаться молодой и красивой, нравиться мужчинам. Другая точка зрения предполагает, что косметическая хирургия может показаться освобождающей и расширяющей возможности женщин (напр., [Davis 1995; Northrop 2012]), и что она не столько связана с красотой, сколько с идентич-

ностью. Однако каждый отдельный случай может быть комбинацией всех этих видений, как показали интервью с женщинами – приграничными торговцами.

Женщины открыто обсуждают детали своих косметических процедур: где в Маньчжурии и какие процедуры для лица они получали; лучше ли армирование для подтяжки лица золотой или платиновой нитью; какая цена была в прошлом году за определенное лечение; имеет ли лантекс (более дешевый китайский заменитель ботокса) тот же эффект, что и ботокс; и, наконец, обсуждение ожидаемых результатов после лечения. Обмен информацией о хороших и плохих местах с другими был своего рода жестом солидарности, чтобы помочь «новичкам» исследовать Маньчжурию и сделать ее пригодной «для потребления». Их предупреждают, что не следует делать массаж в случайных местах, особенно отелях – молодые девушки там неопытны и их услуги бесполезны. Рекомендуют обращаться к уже хорошо знакомым массажистам, к которым следует записываться заранее; косметологам, использующим настоящий ботокс, а не дешевый лантекс, который может привести к нежелательному эффекту и даже нанести вред здоровью. В общении женщин много тревожной информации, сообщающей о неудачных салонах и мастерах.

Известно, что нехирургические косметические процедуры для лица оставляют синяки, красную кровотокающую кожу после химического пилинга и других отшелушивающих процедур. Обычно женщины очень уязвимы после процедур на лице, им необходимо выздоравливать в уединении до нескольких недель. Тем не менее из-за нехватки времени вследствие их краткосрочного пребывания в Маньчжурии многие женщины с перевязанными шеями, свежими синяками, красными лицами после химических пилингов выходят на публику, чтобы сделать покупки и посетить рестораны. Многие российские женщины считают, что синяки и опухоли, деформировавшие ее лицо, являются символом ее финансовой стабильности, демонстрацией значительных средств, вложенных в ее лицо, ее способности лечить себя и «тратить много на то, что она очень любит».

«Красота больше не является даром богов», – заключил Майкл Тауссиг в «Красавице и чудовище» [Taussig 2012]. Обсуждая трагические случаи, когда «украшение пошло ужасно неправильно», Тауссиг обращается к ряду историй из своих полевых исследований в Колумбии, где косметическая хирургия стала очень популярной не только среди богатых, но и среди молодых бедных городских женщин, которые видят в этом способ поднять свое социальное и экономическое положение.

Множество неудачных примеров облагораживания женской внешности характеризуют и косметическую индустрию Маньчжурии. Многие российские женщины приезжали в Маньчжурию «за красотой». Но на самом деле они тратили деньги, чтобы «купить уродство» и фальшивые услуги, завернутые в «гостеприимство», «комфорт» и «доступность». Китайские продавцы продают здесь имитации товаров под брендами Adidas, Nike, Fila и др., поскольку у них достаточно клиентов, чтобы купить их подделку. «Привлекательная цена» заставляет их закрыть глаза и все равно потреблять. Точно так же в косметических процедурах клиенты-женщины, возможно, понимают, что качественная косметическая процедура для них недоступна, поэтому готовы выбирать низкокачественные, «экономные» версии, которые предоставляются без гарантии, что обслуживание хорошее или что лечение принесет ожидаемые результаты без вреда для их здоровья. Если они готовы купить поддельный Burberry, почему бы не купить укол с дешевой заменой ботокса? Следует ли продавцу беспокоиться о том, что плохая инъекция может парализовать лицевые мышцы клиента? Знает ли клиентка, что инъекция для смягчения морщин на глазах может сделать ее полуслепой? И фальшивая, дешевая красота все еще

красота? Однако желание превратиться из Бабы Яги в Василису Прекрасную, перейти из состояния старости и уродства в состояние молодости и красоты заставляет российских женщин идти на риск.

Специализированная косметическая хирургия еще не развита в Маньчжурии, и те, кто хочет сделать липосакцию, увеличение груди, операцию на носу или коррекцию формы глаз, едут в другие крупные города Китая, такие как Харбин и Пекин. Единственное хирургическое вмешательство в Русском квартале, о котором говорили женщины, – прерывание беременности. Поскольку это очень деликатная и эмоционально трудная тема для обсуждения, женщины предпочитали говорить об историях «других» женщин, а не о собственном опыте. Но частота появления рекламы аборт, которая мелькает в разных местах Русского квартала, говорит о том, что у этой услуги есть свои клиенты. Беременность прерывается не только хирургическими процедурами, но и приемом нехирургических лекарств, китайской акупунктурой, различными таблетками или инъекциями для прерывания на любой стадии – от эмбриональной до поздней. Безоперационное прерывание, похоже, пользуется большим спросом, поскольку такие виды рекламы присутствуют в прайс-листах косметических салонов, в магазинах фармакологии и даже в парикмахерских наряду с рекламой таблеток и китайского чая для похудения, отбеливающих масок и других средств ухода за телом.

Заключение

Таким образом, тема облагораживания и очищения женских тел в Маньчжурии приобретает очень циничный и трагический контекст, который больше говорит о гендерном неравенстве и уязвимости женщин в России. По разным причинам, в основном финансовым, женщинам приходится пересекать границу в поисках уличных абортов в Китае, где неквалифицированный персонал в антисанитарных условиях, например в подвалах гостиниц в российском квартале, выполняет еще одну своего рода «чистку» и переделку чужого женского тела, в то время как другие заняты своими походами по магазинам и ресторанам. Фактически этот «абортовый туризм» из России в Китай демонстрирует скрытые аспекты гендерного медицинского туризма в этой части мира.

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 19-09-00120 «Традиционные медицинские знания монгольских народов в ретроспективе и в будущем».

Литература

Краснопольская И. Доктор Айболит. Российская газета [Электронный ресурс] / И. Краснопольская. – 2012. – № 29(5702). – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/02/10/doktor.html> (дата обращения: 21.04.2015).

Чжоу Юй. Кросскультурные практики Маньчжурии в приграничном социокультурном пространстве / Юй Чжоу // Актуальные проблемы развития КНР в процессе ее регионализации и глобализации: мат-лы VII междунар. науч.-практ. конф. – Чита: Изд-во ЗабГУ, 2015. – С. 228–233.

Cieślewska A. From shuttle trader to businesswomen / A. Cieślewska // The informal Post-Socialist Economy: Embedded practices and livelihoods / J. Morris and A. Polese (eds.). – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2014. – P. 121–134.

Davis K. Reshaping the Female Body: The Dilemma of Cosmetic surgery / K. Davis. – London (Routledge: Taylor & Francis Group), 1995. – 224 p.

Davydova O. Border crossing from the Ethnosexual Perspective: A case Study of the Finnish-Russian Border / O. Davydova, P. Pöllänen // *Eurasia Border Review*. – 2011. – Vol. 2. – No. 1. – P. 73–87.

Derrida J. Hostipitality / J. Derrida; translation by B. Stocker with F. M. Angelaki [Электронный ресурс] // *Journal of the Theoretical Humanities*. – 2000. – No. 5(3). – P. 3–18. – Режим доступа: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09697250020034706>.

Derrida J. On Cosmopolitanism and Forgiveness / J. Derrida; trans. by M. Dooley and M. Hughes. – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2001. – 80 p.

Evans R. W. Ethnocentrism is an unacceptable rationale for healthcare policy: a critique of transplant tourism position statements [Электронный ресурс] / R. W. Evans // *American Journal of Transplantation*. – 2008. – Vol. 8(6). – P. 1089–1095. – Режим доступа: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1600-6143.2008.02213.x>

Hall C. M. Tourism in south and southeast Asia / C. M. Hall. – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2012. – 293 p.

Hall C. M. Medical and Health Tourism: the development and implications of medical mobility / C. M. Hall // *Medical Tourism: The Ethics, Regulation, and Marketing of Health Mobility* / C. Hall (ed.). – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2013. – P. 3–28.

Lacaze G. Prostitution and the transformations of the Chinese trading town of Ereen / G. Lacaze // *Frontier encounters: knowledge and practices at the Russian, Chinese and Mongolian border* / F. Billé, G. Delaplace and C. Humphrey (eds.). – Cambridge: Openbook Publishers, 2012. – P. 111–135.

Morgan K. P. Women and Knife: Cosmetic Surgery and the Colonization of Women's Bodies [Электронный ресурс] / K. P. Morgan // *Hypatia*. – 1991. – Vol. 6(3). – P. 25–53. – Режим доступа: <https://www.cambridge.org/core/journals/hypatia/article/women-and-the-knife-cosmetic-surgery-and-the-colonization-of-womens-bodies/692E07C138F84B0B598894E50E6766E7>.

Namsaraeva S. Border Language: Chinese Pidgin Russian with Mongolian Accent [Электронный ресурс] / S. Namsaraeva // *Inner Asia*. – 2012. – Vol. 16(1). – P. 116–138. – Режим доступа: https://brill.com/view/journals/inas/16/1/article-p116_6.xml.

Northrop J. M. Reflecting on Cosmetic Surgery: Body image, shame and narcissism / J. M. Northrop. – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2012. – 240 p.

Ozcan G. Djamila's Journey from Kolkhoz to Bazaar: Female Entrepreneurs in Kyrgyzstan / G. Ozcan // *Female entrepreneurship in Transition* / Welter F. (ed.). – Aldershot: Ashgate, 2006. – P. 93–115.

Taussig M. Beauty and the Beast / M. Taussig. – Chicago and London: Chicago University Press, 2012. – 192 p.

徐占信. 满洲里与红色之路. – 海拉尔: 内蒙古文化出版社, 2009. – 316 页 (Zhanxin Xu. Manzhouli yu hongsezhilu. – Haila'er: Nei Menggu wen hua chu ban she, 2009. – 316 yè).

References

Krasnopol'skaya I. Doktor Ajbolit. Rossijskaya gazeta [Elektronnyj resurs] / I. Krasnopol'skaya. – 2012. – № 29(5702). – Rezhim dostupa: <http://www.rg.ru/2012/02/10/doktor.html> (data obrashcheniya: 21.04.2015).

Chzhou Yuj. Krosskul'turnye praktiki Man'chzhurii v prigranichnom sociokul'turnom prostanstve / Yuj Chzhou // Aktual'nye problemy razvitiya KNR v processe ee regionalizacii i globalizacii: mat-ly VII mezhdunar. nauch.-prakt. konf. – Chita: Izd-vo ZabGU, 2015. – S. 228–233.

Cieślewska A. From shuttle trader to businesswomen / A. Cieślewska // *The informal Post-Socialist Economy: Embedded practices and livelihoods* / J. Morris and A. Polese (eds.). – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2014. – P. 121–134.

Davis K. Reshaping the Female Body: The Dilemma of Cosmetic surgery / K. Davis. – London (Routledge: Taylor & Francis Group), 1995. – 224 p.

Davydova O. Border crossing from the Ethnosexual Perspective: A case Study of the Finnish-Russian Border / O. Davydova, P. Pöllänen // *Eurasia Border Review*. – 2011. – Vol. 2. – No. 1. – P. 73–87.

Derrida J. Hospitality / J. Derrida; translation by B. Stocker with F. M. Angelaki [Elektronnyj resurs] // Journal of the Theoretical Humanities. – 2000. – No. 5(3). – R. 3–18. – Rezhim dostupa: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09697250020034706>.

Derrida J. On Cosmopolitanism and Forgiveness / J. Derrida; trans. by M. Dooley and M. Hughes. – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2001. – 80 p.

Evans R. W. Ethnocentrism is an unacceptable rationale for healthcare policy: a critique of transplant tourism position statements [Elektronnyj resurs] / R. W. Evans // American Journal of Transplantation. – 2008. – Vol. 8(6). – R. 1089–1095. – Rezhim dostupa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1600-6143.2008.02213.x>

Hall C. M. Tourism in south and southeast Asia / C. M. Hall. – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2012. – 293 p.

Hall C. M. Medical and Health Tourism: the development and implications of medical mobility / C. M. Hall // Medical Tourism: The Ethics, Regulation, and Marketing of Health Mobility / C. Hall (ed.). – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2013. – P. 3–28.

Lacaze G. Prostitution and the transformations of the Chinese trading town of Ereen / G. Lacaze // Frontier encounters: knowledge and practices at the Russian, Chinese and Mongolian border / F. Billé, G. Delaplace and C. Humphrey (eds.). – Cambridge: Openbook Publishers, 2012. – P. 111–135.

Morgan K. P. Women and Knife: Cosmetic Surgery and the Colonization of Women's Bodies [Elektronnyj resurs] / K. P. Morgan // Hypatia. – 1991. – Vol. 6(3). – P. 25–53. – Rezhim dostupa: <https://www.cambridge.org/core/journals/hypatia/article/women-and-the-knife-cosmetic-surgery-and-the-colonization-of-womens-bodies/692E07C138F84B0B598894E50E6766E7>.

Namsaraeva S. Border Language: Chinese Pidgin Russian with Mongolian Accent [Elektronnyj resurs] / S. Namsaraeva // Inner Asia. – 2012. – Vol. 16(1). – P. 116–138. – Rezhim dostupa: https://brill.com/view/journals/inas/16/1/article-p116_6.xml.

Northrop J. M. Reflecting on Cosmetic Surgery: Body image, shame and narcissism / J. M. Northrop. – London: Routledge (Taylor & Francis Group), 2012. – 240 p.

Ozcan G. Djamila's Journey from Kolkhoz to Bazaar: Female Entrepreneurs in Kyrgyzstan / G. Ozcan // Female entrepreneurship in Transition / Welter F. (ed.). – Aldershot: Ashgate, 2006. – R. 93–115.

Taussig M. Beauty and the Beast / M. Taussig. – Chicago and London: Chicago University Press, 2012. – 192 p.

徐占信. 满洲里与红色之路. – 海拉尔: 内蒙古文化出版社, 2009. – 316 页 (Zhanxin Xu. Manzhouli yu hongsezhilu. – Haila'er: Nei Menggu wen hua chu ban she, 2009. – 316 yè).