

Copyright © 2022 by Cherkas Global University



Published in the USA
 Bylye Gody
 Has been issued since 2006.
 E-ISSN: 2310-0028
 2022. 17(2): 657-665
 DOI: 10.13187/bg.2022.2.657

Journal homepage:
<https://bg.cherkasgu.press>



Road to the Fair: Trade as a Factor in the Formation of Regional Identity (based on Materials from the Penza Region)

Ol'ga A. Sukhova ^{a, *}, Ivan N. Inozemtsev ^a

^a Penza State University, Russian Federation

Abstract

The problem of evolution of fairs in the Penza region as a socio-cultural phenomenon and a significant part of organizational culture, as a way of forming a regional identity in the imperial period, is considered in the article. The purpose of fair trading in the culture of everyday life of a provincial society was established on the basis of an analysis of documents from the office of the governor and sources of the epistolary genre. Throughout the 19th century fairs not only acted as a form of organization of import trade and satisfied the needs of the population in manufacturing and colonial goods, but also provided the processes of social interaction, cultural diffusion, translation and assimilation of images of imperial identity through communication, transmission of verbal meanings and visual images in the mass consciousness of the provincial society. During the period under study the general trend in the development of fairs in the Penza province was the processes of decentralization, the development of a network of rural fairs, and, consequently, the democratization of the forms and means of organizational culture, penetrating to a new level of social interaction.

Keywords: Penza region, XIX century, fairs, bazaar trade, transport infrastructure, everyday culture, regional identity.

1. Введение

Рост внимания исследователей к проблемам формирования региональной идентичности, явно обозначившийся в последнее десятилетие, свидетельствует о появлении тренда на изучение «нового регионализма», или процесса глокализации (укрепление адаптационных ресурсов региональных сообществ, самопознание локального сообщества, его социокультурных скреп и исторической памяти). В этом отношении структура предметной области объединит следующие элементы: факторы, средства, формы, периоды политической, социально-экономической, социокультурной интеграции и консолидации, транспортную освоённость территории, движение населения, содержание социальных представлений, поведенческие стратегии.

Процесс формирования региональной идентичности может быть представлен в виде хронологической последовательности сменяющих друг друга коммуникационных систем, характер которых определялся задачами социокультурного развития территорий. Так, первоначальное предназначение центров, организующих пространство Дикого поля, было связано с возведением системы оборонительных укреплений по линии путей сообщения. Этим и объясняется привязка к переправам, старым и новым дорогам. Символическое значение имела пространственная ориентация главного въезда в остроги и крепости. Например, первый русский город на территории современной Пензенской области, Верхний Ломов (основан в 1635 г.), возведённый в продолжение Украинско-Волжской оборонительной линии, был обращён фасадом к Тамбову, тогда как крепость Нижнего Ломова центральной своей стороной уже была развернута к Пензе (Нижний Ломов был основан как

* Corresponding author

E-mail addresses: savtemp@yandex.ru (O.A. Sukhova), kerskij@mail.ru (I.N. Inozemtsev)

острог в составе Темниковского уезда в начале 1636 г.) (Полубояров, 2016: 574, 584).

В дальнейшем по мере хозяйственного и податного освоения территории военно-административную систему коммуникативных связей сменила социально-экономическая, сформировавшая новые оси интеграции, принципы тяготения и концентрации населения. Особое значение в этом отношении приобретает торговая деятельность, закрепившаяся в этот период в форме ярмарочного, а затем и базарного торгова. Наличие ярмарки могло решительно переписать судьбу поселения. Такова история Нижнего Ломова. Первоначально на роль уездного центра претендовал Верхний Ломов, однако с начала 1650-х гг. этот статус переходит к Нижнему Ломову (Полубояров, 2016: 574). Основным фактором изменения статуса становится формирование новой торговой оси консолидации локального сообщества, связанной с появлением и развитием монастырского хозяйства. На начальном этапе колонизации крупнейшими субъектами экономической деятельности выступали именно монастыри. Старейшим в истории Пензенской губернии считается Нижнеломовский Казанский мужской монастырь, основанный в 1647–1648 гг. (Пензенская энциклопедия, 2019: 804). Впоследствии это послужило одним из факторов развития в городе ярмарочной торговли. Здесь на пути следования торговых караванов на Макарьевскую ярмарку с середины XVIII в. тоже стала проводиться ярмарка. По данным М.С. Полубоярова, в 1767 г. на ярмарке действовало до 300 лавок (Полубояров, 2016: 579). Регулярное перемещение населения, торговцев и товаров заложило основы уникального феномена провинциальной повседневности, одновременно ориентированного на саморепрезентацию и освоение системы общеимперской идентичности, осуществлявшего культурную диффузию предметов и смыслов. Ярмарочный торг превращался в пространство единой в своих параметрах праздничной публично-зрелищной культуры, отменявшей на время сословно-корпоративные рубежи и барьеры.

2. Материалы и методы

Изучение социокультурного предназначения и семантики ярмарочного торгова предполагает опору на широкий междисциплинарный дискурс и привлечение методов исторической географии, культурологии и филологии. Связующим фреймом здесь выступает система коммуникаций, социального взаимодействия, формирующая условия для обмена информацией, трансляции смыслов и ценностных ориентаций. В наибольшей степени решению этих задач соответствует методологическая оснастка новой локальной истории, истории, культурологии повседневности и истории памяти. При этом сравнительному анализу подвергается содержание первичных универсальных символических сюжетов и этических оснований социально-политической картины мира локального сообщества; стратегии и практики социального поведения; механизмы и формы организации социальной памяти и трансформации идентичности, в т.ч. политики идентичности; категории длительности периодов и избирательности смыслов в рамках процесса формирования исторической памяти.

Источниковая база исследования представлена делопроизводственной документацией местных органов имперской власти, периодической печатью, а также источниками личного происхождения. В первом случае речь идет об ответах на запросы канцелярии пензенского губернатора и материалах Всеподданнейшего отчета главы административной власти в регионе. «Ярмарочный» раздел был одним из обязательных атрибутов отчета о результатах развития губернии и содержал информацию о наименованиях, количестве и торговых оборотах ярмарок. Помимо того, здесь приведены сведения о состоянии транспортной освоенности территории (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2911 и др.).

Материалы эпистолярного наследия свидетельствуют о фиксации личных впечатлений в исторической ретроспективе. В частности, обширный пласт описания повседневных практик пензенского дворянства, праздничной культуры ярмарочного торгова первой половины XIX в. представлен в «Записках» Ф.Ф. Вигеля, сына пензенского губернатора и уроженца с. Симбухина (Симбухово) Пензенской губернии (Вигель, 2003).

Описание районов, определенных для предстоящей реформы административно-территориального деления Пензенской губернии в начале 1920-х гг., помимо прочего, содержит статистические сведения по истории территории и населения Российской империи (Проект..., 1924). Уникальным источником, аккумулировавшим историко-топографическую, социально-демографическую, политико-экономическую и социокультурную информацию обо всех населенных пунктах Пензенской области в ее административных границах 2015 г., результатом многолетней поисковой деятельности является массив данных, обобщенный в исследовании М.С. Полубоярова (Полубояров, 2016). Наиболее важные документальные свидетельства, повествующие о начальном этапе русской колонизации края, автор публикует практически в полном объеме (Полубояров, 2016: 574-575).

3. Обсуждение

Огромный пласт научной литературы о ярмарочной торговле, уходящий своим основанием в начало прошлого века, отражает потребность в научном осмыслении ее исторического предназначения. Обобщение результатов устоявшейся историографической традиции позволяет выделить две стратегии изучения ярмарочной торговли. Первая из них связана с рассмотрением

процесса хозяйственной интеграции регионов Российской империи и относится к обширной области экономической истории (Денисов, 1911; Рожкова, 1955; Миронов, 1981 и др.). Вторая стратегия зародилась в русле историко-культурно-антропологического поворота в отечественной историографии и развивается в новой культурной или новой социальной истории, а также истории и культурологии повседневности. Так, в известной работе Б.Н. Миронова социальная история России, помимо прочего, включает ракурс информационного и культурного пространства ярмарочной торговли, особо значимого для городских низов и крестьян (Миронов, 2000: 243). В современных исследованиях ярмарочная культура, представленная посредством категорий «площадной праздничности» и «публичной зрелищности», рассматривается как институциональная, формирующая посредством социально-организационной деятельности систему ценностей и поведенческих стратегий локального социума (Лэндри, 2006; Трубина, 2011; Лавринова, 2020: 176).

Процесс изучения ярмарки как социокультурного феномена наиболее динамично прирастает региональными исследованиями, разворачивая широкую палитру социальных ликов торгового не только в экономическом, но и в коммуникационном аспектах. Специфика организации и функционал ярмарочной торговли на примере Европейского Севера России в конце XVIII – начале XX вв. детально проанализирована в монографии И.И. Лейман. Автор констатирует сохранение значения обширных «ярмарочных цепей» как двигателя внутренней торговли и формирования единого информационно-культурного пространства для окраинных районов Российской империи вплоть до начала XX в. (Лейман, 2019: 177-179). Источниковедческие аспекты проблемы (на материалах газеты «Казанские губернские ведомости») рассмотрены в статье А.Г. Гущиной, Т.А. Титовой, А.И. Хайруллиной, Е.В. Фроловой (Гущина и др., 2021: 1454-1462).

Ярмарки и базары оказались в центре предметной области исследований Т.М. Гусевой, разрабатывающей тему социокультурной коммуникации в городах Среднего Поволжья в XIX столетии. По мнению автора, для локальных сообществ ярмарка играла исключительную роль информационного и культурного насыщения и обмена, ломая при этом сословные барьеры и уравнивая все категории населения на пространстве празднично-балаганной культуры (Гусева, 2015: 303). Развитие товарооборота ярмарочных торгов в уездных городах Пензенской, Самарской и Симбирской губерний Т.М. Гусева рассматривает в контексте сравнительной характеристики экономического развития Среднего Поволжья во второй половине XIX в. (Гусева, 2010: 75-82).

В работах пензенских исследователей тема ярмарки представлена эпизодически, главным образом в работах экономического характера. Так, Т.А. Евневич анализирует процессы развития оборотов и товарной структуры ярмарок г. Пензы в конце XVIII – начале XX вв. Применительно ко второй половине XIX – началу XX века автор отмечает отчетливую тенденцию сокращения товарооборотов ярмарок. В начале XX в. по этому показателю регион устойчиво занимал последнее место среди губерний земледельческого района. Изменился и состав предлагаемых к продаже товаров: более 50 % товарооборота приходилось на торговлю лошадьми и скотом (Евневич, 2013: 32-34). Тем не менее и в региональной историографии отмечается некоторый поворот к изучению ярмарок в контексте истории и культуры повседневности (Пензенский край, 2014: 154-160).

4. Результаты

Временем расцвета ярмарочной торговли в Пензенском крае стала первая половина XIX в. К моменту образования губернии (1801 г.) в городе Пензе действовало две ярмарки (или ярмонки, как значится в документах того времени): первая и самая значительная по оборотам – Петропавловская, открывавшаяся для посетителей в день Святых Петра и Павла (24-26 июня) и завершавшая свою работу 3-4 июля, и Семиковская, проходившая в течение двух дней на седьмой неделе после Пасхи (апрель-май). Весной-летом 1804 г. в связи «с утеснением народным и с опасностью на случай пожара», а также из-за ветхости строений местные власти принимают решение о переносе Петровского ярмарочного торгового двора на новое место за городской чертой, «не доезжая Московской заставы». Помимо корпуса Гостиного двора, городские власти возводили временные мелочные помещения, лавочки и балаганы (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 79. Л. 1-3; 210б.). Основу торгового ассортимента составляли шелковые, бумажные, шерстяные и льняные ткани, металлические изделия, овощной и москательный товар, хлеб, кожа и скот (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 283б. Л. 5).

В середине XIX в. ярмарки проходили во всех уездных центрах губернии: самая значительная по срокам и оборотам – в Саранске (Александровская), в Инсаре (в 1848 г. здесь было проведено четыре ярмарки продолжительностью один-два дня: в конце мая (Девятая, на девятой неделе после Пасхи), начале июня (Десятая), начале июля (Казанская) и четырехдневная Покровская в конце сентября), в Краснослободске (Архангельская – с 13 по 17 июля), в Нижнем Ломове (Казанская – с 6 по 11 июля), в Чембаре (Десятая – проходила на десятой неделе после Пасхи в течение двух дней), в Мокшане (Казанская – с 7 по 9 июля и Ильинская – с 19 по 21 июля), в Городищах (Успенская – с 15 августа и трехдневная Покровская – в начале октября), в Наровчате (Петровская – в течение трех дней), в Керенске (Тихвинская – с 1 по 15 июля) (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 283б. Л. 7-29).

Кроме того, ярмарочный торговый оборот открывался и за пределами городов – в сельской местности. Этот уровень локализации ярмарочной сети региона отличался малыми сроками проведения

(как правило, в течение одного, реже двух дней) и незначительным товарооборотом. Так, в 1848 г. в Пензенском уезде однодневные ярмарки проходили в с. Бессоновке (Ильинская), в с. Бекетовке (Троицкая), в с. Каменке (Девятая); в Саранском уезде в с. Большом Вьясе (Владимирская, 23-24 июня) и в с. Воеводском (26-27 июня); в Инсарском уезде – в заштатном городе Шишкеево (Духовенская, в течение одного дня), в с. Пушкине (Владимирская, 23 июня), в с. Новодивеево Ивановка тож (Казанская, 8 июня), в с. Шувары (Воздвиженская – 14 сентября), в с. Иссе (три ярмарки: Семиковская – в мае, Десятая – в июне и Спасская – 3 августа), в с. Силеевской Пятине (Никольская – 9 мая), в с. Потижском остроге (Предтеченская – 29 августа); в Чембарском уезде в с. Поиме (три ярмарки: Девятая, Одиннадцатая и Сергиевская, 13 октября); в Керенском уезде в с. Александровском Черкасском тож (Александровская – на седьмой неделе после Пасхи в течение одного дня) и в с. Большая Ижмора (Троицкая – в июне продолжительностью в один день); в Городищенском уезде в с. Базарной Кеньше (Владимирская – 23 июня) (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2836. Л. 55-75). В 1850 г. в общей сложности, как следует из отчета губернатора, в регионе действовало 36 ярмарок, на которых из общего оборота в 1 013 912 руб. было реализовано товаров на сумму 326 704 рубля (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2911. Л. 55-75). Торговые помещения ярмарок в уездных городах именовались в большинстве случаев «балаганами», наспех сколоченными из досок или даже из плетня, а также представляли собой просто навесы из хвороста, полотна и досок, на сельских же ярмарках большинство торговцев продавали свои товары непосредственно с возов.

Помимо прочего, ярмарочная торговля отражает специфику интеграции региона в общее пространство всероссийского рынка. Так, в 1839 г. товарная структура саранской Спасской ярмарки была представлена продукцией текстильной промышленности (шерстяные и хлопчатобумажные ткани), также были льняные и шелковые изделия, мягкая рухлядь (меха), кожи и кожаные изделия, металл и металлические изделия, фарфор, хрусталь, стекло, зеркала, сахар, бумага, табак, крестьянские товары – шерстяные кушаки, перчатки, шляпы и шапки – и далеко не в самом начале этого списка по объемам продаж хлеб – основной продукт экономики региона (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2444. Л. 2-20б.). И если привозная торговля формировала ярмарочную сеть, замкнутую на Макарьевской (Нижегородской) ярмарке, то вывозная (главным образом, хлеб в зерне) определяла тяготение Пензенской губернии к волжскому водному пути и концентрировалась на пристанях в Моршанске, Самаре, Симбирске и т.д.

В 1862 г. в г. Пензе открывает торговые ряды еще одна ярмарка – Никольская, проходившая с 1 по 15 декабря, завершавшая ярмарочный календарь и поэтому имевшая крайне незначительные обороты. В общей сложности в начале 1860-х гг. в Пензенской губернии действовало 45 ярмарок, из них общегубернское значение сохранили: Петропавловская – в Пензе, Александровская – в Саранске, и Казанская – в Нижнем Ломове (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 4062. Л. 50-51об.).

Одним из ключевых факторов, определявших развитие торговой деятельности, выступала транспортная освоенность территории. Так, в Пензенском уезде к началу XIX в. были обустроены четыре столбовые и большие почтовые дороги, протянувшиеся от Пензы по Московскому тракту до границы Мокшанского уезда, по Мокшанскому тракту до того же уезда, по Тамбовскому тракту до Нижнеломовского уезда и по Саратовскому тракту до Петровского уезда. Все дороги в уезде имели грунтовое покрытие и пролегали по местам, «большой частью гористым твердого грунта». При описании других уездов чаще встречаем указание на глину и чернозем. Дополняет характеристику транспортной доступности перечень материалов, употребляемых на строительство и починку мостов и дорог: разного рода лес, хворост, колья, солома, навоз и земля. Несложно представить себе состояние пензенских дорог в ненастье: «такая грязь, что в иных местах езда в тяжелых экипажах становится невозможной, особенно, где рытвины на проселочных дорогах заровнены навозом»; «большие дороги, весьма широкие, изрыты по всем направлениям глубокими колеями, зимой – тяжелогруженные обозы выбивают ухабы...» (Материалы для географии и статистики России, 1867: 76-77). Обязанность поддерживать дороги в исправном состоянии лежала на обывателях окрестных селений – государственных и помещичьих крестьянах (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 377. Л. 13, 17, 19).

К моменту образования губернии некоторые уездные города имели прямое сообщение с Пензой и были объединены в общую транспортную сеть посредством Пензенского тракта. Скажем, по территории Чембарского уезда проходила единственная столбовая большая дорога по Пензенскому тракту до границы Кирсановского уезда Тамбовской губернии. В то время из Наровчата можно было отправиться в путь по Нижнеломовскому, Керенскому, Краснослободскому, Спасскому, Инсарскому, Темниковскому трактам (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 377. Л. 39, 45-46об.).

В первой половине XIX в. проблему пензенского бездорожья решало сплавное судоходство. Каждой весной с открытием «полой воды» по рекам Суре и Мокше отправлялись к Волге барки, груженные товарами местного производства (главным образом, спиртом и хлебом, а также писчей бумагой, маслом, салом, поташом, железом). Так, в 1863 г. на пензенских пристанях (семь – на Суре: Пензенская, Бессоновская, Вазерская, Проказнинская, Кутлинская, Александровская и Чирковская; и четыре – на Мокше: Троицкая, Русскопшадская, Пурдошенская и Кочелаевская) было сформировано 154 лесных плота и нагружено 47 барок общей ценностью грузов в 854 742 руб. (ГАПО.

Ф. 5. Оп. 1. Д. 4062. Л. 7-7 об., 49). Данные губернаторских отчетов свидетельствуют о неуклонном падении значения судоходства на реках региона. Так, за 1850-е гг. количество лесных плотов, формируемых на пензенских пристанях, сократилось в шесть раз (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2911. Л. 115). И к 1870-м гг. из-за уменьшения глубины фарватера внутренних рек губернии судоходство по ним полностью прекратилось. Вплоть до конца 1890-х гг. все, что продавала губерния, вывозилось на подводах до железнодорожных станций в г. Моршанске и Нижегородской губернии и к волжским пристаням. Кардинальная трансформация транспортной инфраструктуры в Пензенской губернии относится к середине 1870-х годов (с момента завершения строительства Моршанско-Сызранской железной дороги) и по преимуществу к концу 90-х годов XIX в. (строительство железнодорожных линий Пенза–Рузаевка в 1895 г., Пенза–Сердобск в 1896 г., Инза–Симбирск в 1898 г.).

Пространство ярмарочного торгового, помимо прочего, может быть прочитано как элемент структуры социально-политического ландшафта, место репрезентации имперской идеи, государства, власти. Трансляция смыслов имперской идентичности происходила опосредованно через организацию досуга господствующего сословия, демонстрацию принадлежности к высшему социальному слою и стремления к общности, что проявлялось в процессе коммуникаций. Так, в воспоминаниях Ф.Ю. Зодена, офицера вюртембергской службы армии Наполеона, оказавшегося в 1813 г. в России в статусе военнопленного, описывается саранская Спасская ярмарка: основным действующим персонажем выступает не торговец, а дворянин, а социокультурное пространство описано через категории празднества, а не экономических реалий. Обер-лейтенант неосознанно передает образ границы имперского присутствия, возводя лексический барьер между роскошью костюмов приезжих дворянок и их участием по отношению к военнопленным и описанием обращения «длиннобородых купцов и пьяных священников»: «шельма-француз» (Цит. по: Белоусов, 2015: 285). Коммуникативной функцией ярмарок объясняется назначение места встречи даже для решения вопросов общегосударственного значения. В частности, С.В. Белоусов в своей статье приводит данные об обсуждении вопросов, связанных с формированием Пензенского ополчения в 1812 г., во время проведения Спасской ярмарки в г. Саранске в ходе запланированной встречи пензенского губернатора князя Г.С. Голицына и начальника ополчения III округа графа П.А. Толстого (Белоусов, 2015: 285).

На восемь дней в конце июня – начале июля в неспешный ритм городской повседневности вторгалась Пензенская Петропавловская ярмарка, наполняя людьми, смыслом и жизнью пространство городских улиц и ярмарочных рядов. По словам Ф.Ф. Вигеля, впервые посетившего пензенскую ярмарку в 1803 г., первоначально торжище сформировалось вокруг церкви апостолов Петра и Павла, а затем по мере роста оборотов и населения захватило изрядную площадь свободной от строений территории: «Тут стояли ряды, сколоченные из досок и крытые лубками; между ними была также лубками крытая дорога для проходящих. Везде сквозило, отовсюду могли проникать солнце, дождь и пыль» (Вигель, 2003: 277). Мемуарист тонко и точно определил роль и значение этого действия в жизни провинциального общества: «это только одна в году эпоха, в которую можно было запастись всем привозным», но «покупать можно было только поутру, и то довольно рано: остальное время для ряды делались местом всеобщего свидания». Его удивляла иррациональность и нарочитая демонстративность поведения местных помещиков и их семейств, съезжавшихся со всей губернии и предпочитавших «грязь, пыль и духоту ярмарочную» более приятным для досуга местам (Вигель, 2003: 277-278). Примечателен и факт «чрезвычайного умножения» съезда участников Петровской ярмарки в 1808 г., что объяснялось отнюдь не ростом торговой активности, а присутствием в Пензе сенатора с особыми полномочиями, отправленного из столицы для проведения ревизии и, соответственно, «прибытием саратовских жителей и помещиков, приехавших на поклонение сенатору благодетелю» (Вигель, 2003: 465).

Следует обратить внимание и на наличие неформальных осей интеграции, не совпадавших с административным подчинением уездных и губернских центров, формировавшихся годичным календарным циклом перемещения имперского ярмарочного центра по городам и весям всей России. Подтверждением этих слов служит описание Спасской ярмарки в Саранске, на тот период уездном городе Пензенской губернии, ежегодно проходившей в августе после окончания Макарьевской и имевшей своей целью торговлю не распроданными на последней товарами. Условия торгового остатка товара обеспечивали значительное снижение цены, что и привлекало в Саранск большее количество покупателей, чем в губернский центр. И здесь из оценочных суждений и реплик выстраивается образ ярмарки как пространства коммуникаций: «в уездных городах, на небольшом пространстве, в хорошее время года, ярмарки всегда бывают живее, кипучее, чем в губернских городах; на них что-то похожее на лагерное житье или на ту беззаботную, бесцеремонную жизнь, которую ведут на минеральных водах» (Вигель, 2003: 299-300). К моменту визита Ф.Ф. Вигеля Спасская ярмарка также поменяла место своего проведения по причине территориальной стесненности (располагалась «в месте крайне неудобном, окруженном домами и всякими обывательскими строениями», вытянувшись вдоль улиц «версты на две») (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 79. Л. 9-9об.).

Необходимость согласования сроков проведения Спасской ярмарки объясняет обращение иногородних купцов к местным властям в 1818 г. по поводу переноса начала ее проведения с 12 на

20 августа (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 79. Л. 55-56об.). С другой стороны, проблема совпадения сроков православного праздника (в честь особо чтимой в Саранске иконы Спаса Нерукотворного) и ярмарки отражает социокультурное значение съезда торговцев. Праздничный, публично-зрелищный функционал ярмарки был призван обеспечить консолидацию локального сообщества на основе православной культуры, что определяло привязку наименования и сроков проведения ярмарки к церковному календарю. Первоначально дилемма выбора между чествованием образа Спаса Нерукотворного и коммерческими интересами была разрешена путем продления сроков ярмарочного торга до 26 августа (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 79. Л. 133об.). Но в дальнейшем из-за переноса Макарьевской ярмарки в Нижний Новгород и смещения на более поздний срок сроков торга обороты Спасской ярмарки вновь начинают сокращаться. Так, в 1820 г. поступления в городскую казну в виде дохода от ярмарочной торговли составили 14 715 р. 85 к., в 1823 г. – 7 224 р. 85 к., в 1824 г. – всего 3 906 р. Это вызвало необходимость регламентации движения ярмарочного календаря и перенос в 1840 г. даты открытия ярмарки в Саранске на 30 августа. Продолжительность торга составила 11 дней. Изменение сроков повлияло и на название ярмарки, утратившей связь с прежним религиозным праздником. С этого же года, по решению Городской думы, ярмарка получила новое название – Александровская ярмарка в Саранске (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2444. Л. 6). Перенос сроков проведения оказал влияние и на структуру ярмарочного торга. В 1840 г. против прежнего на ярмарке были широко представлены иностранные товары (шелковые изделия, кофе, чай, вино и пр.) (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2444. Л. 18-18об.).

Значимость ярмарок как формы организационной культуры локального сообщества можно измерить количеством участников социокультурного взаимодействия. Так, в 1839 г. саранскую Спасскую ярмарку посетило около 9 000 человек, приобретено было российских товаров на сумму 72 182 рубля (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2444. Л. 2-2об.). В 1848 г. число участников ярмарки достигает 45 тыс. человек, а сумма проданных товаров – 52 190 руб. (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2836. Л. 7). Здесь происходил обмен как предметными знаками культуры (товарами), так и зрительными образами и вербализованными смыслами, что позволяет рассматривать поездку на ярмарку как проявление потребности сообщества в информационно-культурном обмене. Это в равной части относилось ко всем слоям общества. Так, на первый взгляд, иррациональную тягу крестьян к поездкам на все базары и ярмарки описал в своем очерке «Мордва» в середине XIX в. И.В. Селиванов (бывший предводителем дворянства в Пензенской губернии): «Ни метель, ни вьюги, ни грязь по колено..., ни отсутствие всякой дороги – ничто не могло остановить этой базаромании..., на базар ездили не по надобности, но чтоб с приятностью убить время...» (Цит по: Гусева, 2015: 303). Базарная торговля была прочно вписана в хронометраж сельской повседневности и обеспечивала ритмичность сочетания будней и выходных дней в рамках одной недели, в то время как ярмарка отвечала за деление годового цикла на будние и праздничные дни.

Вместе с тем следует отметить факторы, оказывавшие негативное влияние на интенсивность коммуникационной активности и снижавшие значение социально-культурной диффузии. К вызовам экстремального порядка следует отнести войны, пожары и эпидемии. Так, согласно рапорту Городищенского Городнического правления, в 1848 г. на ярмарке указано участие 180 купцов и 45 человек из числа окрестных жителей – государственных и помещичьих крестьян, бывших большей частью с лесными изделиями. Стечение народа на ярмарке было самое незначительное «по случаю бывшей здесь в городе тогда эпидемической болезни холеры и бывших как в городе, так и в окрестности одного частых пожаров» (ГАПО. Ф. 5. Оп. 1. Д. 2836. Л. 77). Падение ярмарочных оборотов происходило и в период военных конфликтов. По данным Т.А. Евневич, значительное уменьшение продаж всего ассортимента на пензенских ярмарках произошло в 1904 г. с началом войны с Японией (Евневич, 2013: 34).

Во второй половине XIX большинство уездных городов Пензенской губернии растеряли прежние обороты, в то время как число ярмарок выросло с 16 до 19. По данным Г.М. Гусевой, из девяти уездных центров позитивную динамику и многократный рост стоимости проданных товаров продемонстрировали только Саранск, где продажи выросли с 29 тысяч рублей в 1860 г. до 350 тыс. в 1904 г., и Наровчат (7 670 и 190 000 рублей соответственно) (Гусева, 2010: 78).

Таким образом, в первой половине XIX века пути и средства формирования региональной идентичности были опосредованы, с одной стороны, общим трендом на консолидацию всероссийской ярмарочной сети, но, с другой – демократизацией данной формы социально-организационной культуры и распространением ярмарок по территории губернии. Пореформенный период характеризуется ростом числа ярмарочной сети при постепенном сокращении оборотов. Существенно изменилась и товарная структура торговли, в которой центральные позиции заняли лошади и скот.

5. Заключение

Эволюция ярмарочной торговли в Пензенской губернии в позднеимперский период отмечена процессами децентрализации и количественного роста числа установленных торгов, с одной стороны, а с другой – снижением общего объема продаж и переносом эпицентра ярмарочной торговли из города в сельскую местность, где преимущество последней ощущалось и в начале XX века (Пензенский край, 2014: 156). Неоспоримым фактом при этом остается сохранение и воспроизводство

на локальном уровне коммуникационной, информационной и досуговой функции ярмарок. Социокультурное пространство ярмарочного торгового пространства оставалось и местом трансляции уже частично адаптированного к массовой народной культуре общего контента имперской идентичности.

Опосредованно эти тенденции были учтены (и поэтому доступны для анализа) при разработке регионального проекта административно-экономического районирования Пензенской губернии в начале 1920-х гг. Показательно, что результатом анализа трех подворных переписей, проходивших на территории региона (1910–1911 гг., 1917 и 1920 гг.), стал вывод об определяющем, почти исключительном значении фактора формирования локальных сообществ – фактора тяготения поселений к торговому центру или базару как месту сосредоточения торговой деятельности «в сравнительно немногих и относительно крупных населенных местах, разбросанных по всей губернии» (Проект..., 1924: VIII). К сожалению, рекомендации, основанные на принципе сохранения исторической преемственности, учтены не были, и в 1928 г. Пензенская губерния как самостоятельная административная единица была ликвидирована, ее территория разделена между отдельными округами, а процесс формирования региональной идентичности остановлен.

6. Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-20015. <https://rscf.ru/project/22-18-20015/>. Russian Science Foundation, сокращенное наименование – RSF. Ссылка на информацию о проекте: <https://rscf.ru/en/project/22-18-20015/>.

Литература

ГАПО – Государственный архив Пензенской области.

Гусева, 2010 – Гусева Т.М. Ярмарочные торги в уездных городах Среднего Поволжья во второй половине XIX в. // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. 2010. № 1(13). С. 75-82.

Гусева, 2015 – Гусева Т.М. Трансформация основных средств социокультурной коммуникации в уездных городах Среднего Поволжья в XIX в. / Модернизация культуры: порядки и метаморфозы коммуникации. Материалы III Международной научно-практической конференции / Под редакцией С.В. Соловьевой, В.И. Ионесова, Л.М. Артамоновой. Самара: Самарский гос. институт культуры, 2015. С. 301-307.

Белюсов, 2015 – Белюсов С.В. Саранская Спаская ярмарка в начале XIX в. // Проблемы гуманитарного образования: филология, журналистика, история. Сб. науч. статей II Международной научно-практической конференции / Под ред. Т.В. Стрыгиной. Пенза: Изд-во ПГУ, 2015. С. 283-287.

Вигель, 2003 – Вигель Ф.Ф. Записки: В 2 кн. М.: Захаров, 2003. Кн. 1. 608 с.

Денисов, 1911 – Денисов В.И. Ярмарки. СПб.: Тип. В.Ф. Киршбаума (отд-ние), 1911. 139 с.

Евневич, 2013 – Евневич Т.А. Торговые обороты ярмарок г. Пензы конца XVIII–XX в. (по документам ГБУ «Государственный архив Пензенской области») // Городское пространство в исторической ретроспективе: Сб. науч. ст. Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 350-летию основания г. Пензы / Под общей ред. О.А. Суховой. Пенза: Изд-во ПГУ, 2013. С. 32-34.

Лавринова, 2020 – Лавринова Н.Н. Социальные аспекты ярмарки в пространстве городской культуры // Нефилология. 2020. Т. 6. № 21. С. 176-182.

Лейман, 2019 – Лейман И.И. Ярмарки на Европейском Севере России в XIX – начале XX века. Сыктывкар: Институт языка, литературы и истории Коми НЦ УрО РАН, 2019. 232 с.

Лэндри, 2006 – Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI: Ин-т культурной политики, 2006. 399 с.

Материалы для географии..., 1867 – Материалы для географии и статистики России, собранные офицерами Генерального штаба. Пензенская губерния. Ч. I. СПб.: Гл. упр. Генер. штаба, 1867. 568 с.

Миронов, 1981 – Миронов Б.Н. Внутренний рынок России во второй половине XVIII – первой половине XIX в. Л.: Наука: Ленингр. отд-ние, 1981. 259 с.

Миронов, 2000 – Миронов Б.Н. Социальная история России периода империи (XVIII – начало XX в.): Генезис личности, демократической семьи, гражданского общества и правового государства. В 2 т. 2 изд., испр. Т. 1. СПб.: Дмитрий Буланин, 2000. 547 с.

Пензенская энциклопедия – Пензенская энциклопедия. 2-е изд-е. В 2 т. Т. 1. А–М. Пенза, 2019. 836 с.

Пензенский край..., 2014 – Пензенский край в истории и культуре России / Под ред. О.А. Суховой. Пенза: Изд-во ПГУ, 2014. 526 с.

Полубояров, 2016 – Полубояров М.С. Весь Пензенский край: Историко-топографическое описание Пензенской области. М.: ООО «Сам полиграфист», 2016. 816 с.

Проект..., 1924 – Проект административно-экономического районирования Пензенской губернии. Описание районов. Пенза: Типолит. им. т. Воровского, 1924. 134 с.

Рожкова, 1955 – Рожкова М.К. К вопросу о значении ярмарок во внутренней торговле дореформенной России (первая половина XIX в.) // Исторические записки. Вып. 54. М., 1955. С. 298-319.

Трубина, 2011 – Трубина Е.Г. Город в теории: опыт осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 520 с.

Gushchina et al., 2021 – Gushchina E.G., Titova T.A., Khairullina A.I., Frolova E.V. Fairs and Bazaars in the Kazan Province // *Bylye Gody*. 2021. 16(3): 1454-1462.

References

Belousov, 2015 – Belousov, S.V. (2015). Saranskaya Spasskaya yarmarka v nachale XIX v. [Saransk Spassky Fair at the beginning of the 19th century]. *Problemy gumanitarnogo obrazovaniya: filologiya, zhurnalistika, istoriya. Sb. nauch. statei II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Pod red. T.V. Stryginoi. Penza: Izd-vo PGU, pp. 283-287. [in Russian].

Denisov, 1911 – Denisov, V.I. (1911) Yarmarki [Fairs]. SPb.: Tip. V.F. Kirshbauma (otd-nie), 139 p. [in Russian]

Evnevich, 2013 – Evnevich, T.A. (2013) Torgovye oboroty yarmarok g. Penzy kontsa XVIII – XX v. (po dokumentam GBU "Gosudarstvennyi arkhiv Penzenskoi oblasti") [Trade turnover of the fairs in Penza at the end of the 18th – 20th centuries. (according to the documents of the State Budgetary Institution "State Archive of the Penza Region")]. *Gorodskoe prostranstvo v istoricheskoi retrospektive: sb. nauch. st. Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posvyashchennoi 350-letiyu osnovaniya g. Penzy /pod obshchei red. O.A. Sukhvoi*. Penza: Publishing house PenzSU, pp. 32-34. [in Russian]

GAPO – Gosudarstvennyi arkhiv Penzenskoi oblasti [State Archive of the Penza Region].

Guseva, 2010 – Guseva, T.M. (2010) Yarmarochnye torgi v uездnykh gorodakh Srednego Povolzh'ya vo vtoroi polovine XIX v. [Fair sales in county towns of the Middle Volga region in the second half of the 19th century]. *Vestnik NII gumanitarnykh nauk pri Pravitel'stve Respubliki Mordoviya*. 1(13): 75-82. [in Russian]

Guseva, 2015 – Guseva, T.M. (2015). Transformatsiya osnovnykh sredstv sotsiokul'turnoi kommunikatsii v uездnykh gorodakh Srednego Povolzh'ya v XIX v. [Transformation of the main means of socio-cultural communication in the county towns of the Middle Volga region in the 19th century]. *Materialy III Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Pod redaktsiei S.V. Solov'evoi, V.I. Ionesova, L.M. Artamonovoi*. Samara: Samarskii gos. institut kul'tury, pp. 301-307. [in Russian]

Gushchina et al., 2021 – Gushchina, E.G., Titova, T.A., Khairullina, A.I., Frolova, E.V. (2021). Fairs and Bazaars in the Kazan Province. *Bylye Gody*. 16(3): 1454-1462.

Lavrinova, 2020 – Lavrinova, N.N. (2020) Sotsial'nye aspekty yarmarki v prostranstve gorodskoi kul'tury [Social aspects of the fair in the space of urban culture]. *Neofilologiya*. 6(21): 176-182. [in Russian]

Leiman, 2019 – Leiman, I.I. (2019). Yarmarki na Evropeiskom Severe Rossii v XIX – nachale XX veka. [Fairs in the European North of Russia in the 19th – early 20th centuries]. Syktyvkar: Institut yazyka, literatury i istorii Komi NTs UrO RAN, 232 p. [in Russian]

Lendri, 2006 – Lendri, Ch. (2006) Kreativnyi gorod [Creative city]. Moscow: Klassika-XXI: In-t kul'turnoi politiki, 397 p. [in Russian]

Materialy..., 1567 – Materialy dlya geografii i statistiki Rossii, sobrannye ofitserami General'nogo shtaba. Penzenskaya guberniya [Materials for the geography and statistics of Russia, collected by officers of the General Staff. Penza region]. V. I. St. Petersburg: Main Directorate of the General Staff, 1867. 568 p. [in Russian]

Mironov, 1981 – Mironov, B.N. (1981). Vnutrennii rynek Rossii vo vtoroi polovine XVIII – pervoi polovine XIX v. [The national market of Russia in the second half of the 18th – the first half of the 19th centuries]. L.: Nauka: Leningr. otd-nie, 259 p. [in Russian]

Mironov, 2000 – Mironov, B.N. (2000). Sotsial'naya istoriya Rossii perioda imperii (XVIII – nachalo XX v.): Genezis lichnosti, demokraticheskoi sem'i, grazhdanskogo obshchestva i pravovogo gosudarstva [Social history of Russia in the period of the empire (XVIII – early XX century): Genesis of personality, democratic family, civil society and the rule of law]: V 2-kh t. 2 izd., ispr. V. 1. St. Petersburg: Dmitrii Bulanin, 547 p. [in Russian]

Penzenskaya entsiklopediya – Penzenskaya entsiklopediya [Penza encyclopedia]. 2-e izd-e.: v 2-kh t. T. 1. A-M. Penza, 2019. 836 p. [in Russian]

Penzenskii krai, 2014 – Penzenskii krai v istorii i kul'ture Rossii / Ed. O.A. Sukhova [Penza region in the history and culture of Russia]. Penza: Publishing house PenzSU, 2014. 526 p. [in Russian].

Poluboyarov, 2016 – Poluboyarov, M.S. (2016). Ves' Penzenskii krai: Istoriko-topograficheskoe opisanie Penzenskoi oblasti [The entire Penza region: Historical and topographical description of the Penza region]. Moscow: OOO «Sam poligrafist», 816 p. [in Russian]

Proekt..., 1914 – Proekt administrativno-ekonomicheskogo raionirovaniya Penzenskoi gubernii. Opisanie raionov [The project of administrative and economic zoning of the Penza province. Description of the districts]. Penza: Tipo-lit. im. t. Vorovskogo, 1914. 134 p. [in Russian]

Rozhkova, 1955 – Rozhkova, M.K. (1955). K voprosu o znachenii yarmarok vo vnutrennei torgovle doreformennoi Rossii (pervaya polovina XIX v.) [On the question of the importance of fairs in the domestic trade of pre-reform Russia (the first half of the 19th century)]. *Istoricheskie zapiski*. Is. 54. Moscow: Nauka, pp. 298-319. [in Russian]

Trubina, 2011 – Trubina, E.G. (2011). Gorod v teorii: opyt osmysleniya prostranstva [City in theory: the experience of understanding space]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 520 p. [in Russian]

Vigel', 2003 – Vigel', F.F. (2003). Zapiski [Notes]: V 2 kn. Moscow: Zakharov, Kn. 1. 608 p. [in Russian]

Дорога на ярмарку: торговля как фактор формирования региональной идентичности (по материалам Пензенской губернии)

Ольга Александровна Сухова^{а, *}, Иван Николаевич Иноземцев^а

^а Пензенский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается проблема эволюции ярмарок в Пензенской губернии как социокультурного феномена и значимой части организационной культуры, как способа формирования региональной идентичности в имперский период. На основе анализа документов канцелярии губернатора и источников эпистолярного жанра установлено предназначение ярмарочного торгового процесса в культуре повседневности провинциального общества. На протяжении XIX в. ярмарки не только выступали формой организации ввозной торговли и удовлетворяли потребности населения в мануфактурных и колониальных товарах, но и обеспечивали процессы социального взаимодействия, культурной диффузии, трансляции и усвоения образов имперской идентичности посредством коммуникации, передачи вербальных смыслов и визуальных образов в массовом сознании провинциального социума. В изучаемый период общей тенденцией развития ярмарок в Пензенской губернии стали процессы децентрализации, развития сети сельских ярмарок, а, следовательно, демократизации форм и средств организационной культуры, проникающей на новый уровень социального взаимодействия.

Ключевые слова: Пензенская губерния, XIX век, ярмарки, базарная торговля, транспортная инфраструктура, культура повседневности, региональная идентичность.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: savtemp@yandex.ru (О.А. Сухова), kerskij@mail.ru (И.Н. Иноземцев)