

Г.А. ПУДОВ

Кандидат искусствоведения. Государственный Русский музей.

Старший научный сотрудник отдела народного искусства

e-mail: narodnik80@list.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2021_4_1_304_319

О МАРКИРОВКЕ МУРОМСКИХ СУНДУКОВ (ТИПЫ, ОСОБЕННОСТИ, ЭВОЛЮЦИЯ)

Статья посвящена вопросам маркировки сундуков, которые изготавливались во II половине XIX — I четверти XX века мастерами Муромского уезда Владимирской губернии. Автор выделяет несколько типов маркировки, их основные особенности и эволюцию. Делается вывод, что изучение клейм и рекламных этикеток крайне важно при исследовании истории сундучного производства Муромского уезда.

Ключевые слова: муромский сундук, клеймо, сундучная мастерская, артель, кустарное производство.

В настоящее время интерес к истории муромского сундука возрастает: вкратце освещены ее основные периоды, рассмотрены некоторые виды сундуков, проведены параллели с другими центрами сундучного дела, опубликованы биографические сведения о мастерах (это публикации Н.Г. Добрынкина, Д.В. Прокопьева и Г.А. Пудова).

Весьма перспективным направлением работы является исследование особенностей маркировки муромских сундучных изделий. Но эта тема почти не получила освещения в литературе. Лишь в монографии автора настоящей статьи затрагивались особенности маркировки сундуков [6, с. 15–17, 57–64]. Однако информация об этом имела исключительно вспомогательный характер — данные о клеймах и этикетках были приведены в целях лучшего освещения истории промысла, многие частности остались вне обзора, поэтому сегодня назрела необходимость дополнить сведения, приведенные в названной книге.

Цель настоящей статьи — определение особенностей маркировки сундуков Муромского уезда, уточнение ее эволюции. К задачам относятся: анализ конкретных видов маркировки и определение их вза-

GLEB PUDOV

*Candidate of art history. State Russian museum. Senior researcher
of the Department of folk art
e-mail: narodnik80@list.ru*

DOI: 10.37485/1997-4663_2021_4_1_304_319

ABOUT MARKING OF THE MUROM CHEST (TYPES, FEATURES, EVOLUTION)

This paper deals with the issues of the markings of chests, which were made within the second half of the XIXth – the first quarter of the XXth century by the masters of the Murom district of the Vladimir province. The author defines several types of markings, their main features and evolution. It is concluded that the research of stamps and labels remains an extremely important means in the study of the history of the chest production in the Murom district.

Keywords: Murom chest, brand, chest workshop, artel, handicraft production

The history of the Murom chest production has not been sufficiently studied. Its main periods are briefly highlighted in several works, some types of chests are considered, parallels with other centers of chest work are drawn and biographical information about the masters is published.

A very promising area of work is the study of the marking features of Murom chest products. But this topic received almost no coverage in the literature. Only in the monograph of the author of this paper the peculiarities of marking of chests were touched upon [6, p. 15–17, 57–64]. However, the information about it was only of an auxiliary nature – the data on the stamps and labels were given in order to better illuminate the history of the production, many particulars were left out of the review. Therefore, today there is a need to supplement the information given in this book.

When working on this article materials of statistical and local history literature were used, as well as products from the collections of various museums, in particular, the museum of the history of art crafts (Nizhny Novgorod), the Vologda historical, architectural and art museum, the Murom

имосвязей с художественными явлениями, развивавшимися в России во II половине XIX — I четверти XX века.

При работе использовались материалы статистической и краеведческой литературы, а также изделия из коллекций различных музеев, в частности, Музея истории художественных промыслов Нижегородской области, Вологодского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, Муромского историко-художественного музея, Владимиро-Суздальского музея-заповедника, Российского этнографического музея и других.

Хронологические рамки исследования: II половина XIX — I четверть XX века. Этот период стал временем расцвета муромского сундучного промысла, поэтому некоторые аспекты его истории выглядят более отчетливо и ясно, чем в другие периоды.

В производстве сундуков во Владимирской губернии во II половине XIX — начале XX века господствовала мануфактура. Она по своей сути была промежуточным звеном между мелким ремеслом и фабрикой. После революции 1917 года мануфактура была заменена артелью, хотя попытки организовать артель предпринимались и значительно раньше. Артели в уезде были организованы на основе частных заведений (использовали их помещения и материалы). Некоторое время они существовали параллельно, отношения между ними были весьма напряженными.

Частные мастерские и артели придерживались одинаковых принципов клеймения. В целом маркировка сундуков Муромского уезда отвечала дореволюционному законодательству [4, с. 156–163]. В «Уставе о промышленности фабричной и заводской» указано (изд. 1857 г., ст. 74, 77): «Клеймение или неклеймение российских разного рода фабричных и мануфактурных изделий предоставляется на волю каждого производителя», «Клеймо должно содержать в себе означение имени и фамилии фабриканта, хотя начальными буквами, и места, где фабрика находится. Клеймо должно быть означено прочно и явственно: буквы на оном должны быть непременно российские...» [3, с. 52, 53]. Маркированным изделиям предоставлялись льготы при прохождении через таможеню.

В настоящее время выявлено более тридцати клейм и рекламных этикеток на муромских сундуках (это значительно больше, чем на изделиях других центров [5, с. 128–132]). Несмотря на то, что среди сун-

museum of history and art, the Vladimir-Suzdal museum, the Russian ethnographic museum (Saint Petersburg) and others. The chronological framework of the study: the second half of the XIX – the first quarter of the XX century. This period was the flourishing of the Murom chest production, so some aspects of its history look more distinct and clear than in other periods.

The purpose of this paper is to determine the features of marking the chests of the Murom district. The tasks are to analyse specific types of labeling and to determine their relationship with artistic phenomena that were developing in Russia at that time.

The manufactory dominated in the production of chests and caskets in the Vladimir province in the second half of the XIX – early XX century. It was an intermediate link between a small craft and a factory. After the 1917 revolution the manufactory was replaced by an artel, although attempts to organize an artel were made much earlier. Artels in the Murom district were organized on the basis of private «factories» (using their working rooms and materials). For some time they existed in parallel, the relationship between them was very tense.

Private workshops and artels used the same principles of branding. In general, the marking of the chests of the Murom district was in accordance with the pre-revolutionary legislation [4, p. 156–163]. The «Charter on the factory and factory industry» states (published in 1857, Articles 74, 77): «Branding or non-branding of various kinds of Russian factory and manufactory products is given to the will of each manufacturer, and the surname of the manufacturer, albeit in initial letters, and the place where the factory is located. The trademark must be marked firmly and clearly: the letters on it must certainly be Russian...» [3, p. 52, 53]. Labeled products were provided with privileges when passing through customs.

Nowadays more than thirty brands and advertising labels have been identified on Murom chests (this is much more than on products from other centers [5, p. 128-132]). Despite of the fact that among the chests of local craftsmen there are often unmarked ones, the number of items that in one way or another testifies to belonging to a certain «factory» or artel is very large. The presence of a large number of branded items facilitates the study of the production, for in a sense it «materializes» the information contained in the statistical and local history literature. When comparing the survived chests

дуков местных мастеров часто встречаются немаркированные, количество изделий, так или иначе свидетельствующих о принадлежности какому-либо заведению или артели, весьма велико. Наличие большого числа клейменных изделий облегчает изучение промысла, ибо в некотором смысле «материализует» информацию, содержащуюся в статистической и краеведческой литературе. При сопоставлении сохранившихся сундуков со сведениями из различных источников возможно не только расширить представление о конкретных сундучных мастерских, но и представить общую картину развития промысла во II половине XIX — I четверти XX столетия.

Различные виды маркировки, как правило, соответствовали конкретным типам сундуков (можно предположить, что клейменные изделия предназначались для заграничного покупателя). На изделиях муромских мастеров встречается несколько видов маркировки.

1. Клейма, нанесенные белой краской с помощью трафарета.
2. Прямоугольные бумажные этикетки.
3. Чернильные клейма.
4. Клеймо, награвированное на жестяном листе (это, скорее, исключение, чем правило).
5. Буквенные обозначения, выполненные в технике тиснения на внутренней стороне крышки сундука.

Рассмотрим их по порядку. Клейма, нанесенные на сундуки трафаретом и краской, — самые распространенные в промысле. Они встречаются на крышках и боковых стенках сундуков среди розеток, также нанесенных трафаретом или штампом, поэтому клейма не сразу заметны. Они бывают разной формы, широко распространен круг, составленный из точек и/или изображений лавровых листьев, внутри которого под буквой Ф («фабрики») помещены инициалы и фамилия хозяина заведения. В качестве примеров можно указать на клейма мастерских Петра Трофимовича Дворянкина, Александра Ивановича Желтикова, Ивана Васильевича Овсова (ил. 1) и других. Иногда в круге помещались не только инициалы и фамилия хозяина, но и слово «завода» и краткий адрес заведения. Пример — клеймо мастерской Надежды Семеновны Тебекиной: «завода Н.С. Тебекиной», «адрес озябликово». Не исключено, что изображение лаврового венка, которое можно усмотреть при анализе внешнего вида этого типа муромских клейм, имеет своим истоком один из декоративных мотивов классицизма. Вероятно, имен-

with information from various sources, it is possible not only to expand the understanding of specific chest workshops, but also to present a general picture of the development of the craft in the second half of the XIX – the first quarter of the XX century.

Different types of markings, as a rule, corresponded to specific types of chests (it can be assumed that the branded items were intended for a foreign trade). There are several types of markings on the products of Murom craftsmen:

1. stamps applied with white paint using a stencil;
2. rectangular paper labels;
3. ink marks;
4. a stamp engraved on a tin sheet (this is more an exception than a rule);
5. letter designations made in the technique of embossing on the inner side of the chest lid.

Let's consider them in sequence. Stencil and paint stamps on chests are the most common in the craft. They are found on the lids and side walls of chests among rosettes, also stenciled or stamped. So these marks are not instantly noticeable. They come in different shapes, a widespread circle made up of dots and / or images of laurel leaves, inside which under the letter F («factory») the initials and surname of the owner of the workshop are placed. For example, marks of the workshops of Pyotr Trofimovich Dvoryankin, Alexander Ivanovich Zheltikov, Ivan Vasilyevich Ovsov (Fig. 1) and others.

Sometimes the circle contained not only the owner's initials and surname, but also the word «factory» and the short address of the workshop. An example is the mark of the workshop of Nadezhda Semyonovna Tebekina from Solovyovo village: «the plant of NS Tebekina», «the address of ozyablikovo». It is possible that the image of a laurel wreath, which can be found when analyzing the exterior of this type of Murom stamps, has its origin in one of the decorative motifs of classicism. The history of Murom chests marking probably began with such marks after 1830.

Equally, marks, the shape of which depends on what the owner wanted to indicate about himself and his «commercial and industrial establishment» are widespread: a line of dots (or triangles and other geometric



Рис. 1. Клеймо сундучной мастерской Ивана Овсова

Fig. 1. The stamp of chest workshop of Ivan Ovsov

но с таких клейм после 1830 года началась история маркировки муромских сундуков.

Не менее широко распространены клейма, форма которых зависит от того, что именно хозяин хотел указать о себе и своем «торгово-промышленном заведении»: линия из точек (или треугольников и других геометрических фигур) просто обводит строки той или иной длины. Вследствие этого форма такого вида клейм бывает довольно сложной. Например, в клейме Семена Васильевича Рудакова указано: «С.В. Руд сплемяни» («С.В. Рудаков с племянниками»), а в клейме Акима Савельевича Ягунова — «Ф старшаго А.С. Ягунова». Еще раз подчеркнем, что этот вид маркировки сегодня встречается чаще других. Его же после 1917 года использовали местные артели: «Приокский прогресс», «Чулковская сундучная артель» и проч.

Наряду с ним (порой — вместо него) хозяева заведений использовали прямоугольные бумажные этикетки, которые помещались на внутренней стороне крышки сундука. Такие этикетки, которые, по сути, были рекламой, по сравнению с вышерассмотренными клеймами, предоставляли возможность дать более расширенную информацию о мастерской. Например, на сундуках А.И. Желтикова встречается большая наклейка с тремя печатными надписями, обрамленными изящными виньетками: «Заведеніе разных сортов сундуков Александра Ивановича Желтикова», «Адресъ село Павлово Нижегород.г. съ передачею въ дер. Кріуши, А.И. Желтикову», «Торговля въ Нижегородской ярмарке, близь шоссе, Сундучный рядъ, и торговля и приѣм заказовъ при заведеніи» (ил. 2). Хозяин использовал и другие варианты рекламных этикеток, но информация, которая в них содержалась, была почти неизменна. Хозяин другого сундучного заведения Егор Николаевич Малышев указывал: «Е.Н. Малышев в с. Варежь Владимірской губер. Муромск. уезда», «Основныя правила моей торговли: лучший товар, недорогія цены, аккуратное исполненіе заказовъ», «Адрес: село Павлово Нижегород. губ.». Третий, Василий Иванович Смолин, считал необходимым указать в этикетке среди гирлянд цветов (кроме адреса мастерской): «Товаръ работаю собственноручно. Все заказы исполняются добросовестно и по самымъ дешевымъ ценамъ». Не менее содержательные этикетки были у заведений Дмитрия Михайловича Корешкова и Николая Васильевича Маркова. Их орнаменты целиком выдержаны в стиле модерн и могут рассматриваться в контексте истории прикладного искусства.

shapes) simply encircles lines of one length or another. As a result, the shape of this type of stamps can be quite complex. For instance, the mark of Semyon Vasilyevich Rudakov. It is written in his brand: «S.V. Rud splemiani» («SV Rudakov with his nephews»). In the mark of Akim Savelyevich Yagunov is written: «F starshago A.S. Yagunova» («The old Yagunov's factory»). So once again we emphasize that this type of marking is more common today



Рис. 2. Рекламная этикетка сундучного заведения Александра Желтикова

Fig.2. The label of chest workshop of Alexander Zholtikov

than others. It was used after the 1917 revolution by local artels: «Prioksky progress» («The development by Oka river»), «Chulkovskaya chest artel» etc.

Along with this type of mark (sometimes instead of it), the owners of workshops used rectangular paper labels, which were placed on the inside of the chest lid. Such labels, which were actually advertising, in comparison with the above-discussed stamps, gave an opportunity to provide more extensive information about the workshop. On the chests of Alexander Zheltikov, for example, there is a large sticker with three printed inscriptions framed by graceful vignettes: «Establishment of different varieties of chests by Alexander Ivanovich Zheltikov», «Address Pavlovo village Nizhegor. with transfer to der. Kriushi, A.I. Zheltikov», «Trade in the Nizhny Novgorod fair, near the highway, Sunduchny ryad, and trade and taking orders at the establishment» (Fig. 2). The owner used other variations of the advertising labels, but the information they contained was almost unchanged. The owner of another chest workshop, Yegor Nikolaevich Malyshev, pointed out: «E.N. Malyshev in the village of Varzhh in Vladimir province of Murom district», «The basic rules of my trade: the best product, inexpensive prices, accurate execution of orders», «Address: the village of Pavlovo Nizhegor. prov.». The third owner, Vasily Ivanovich Smolin, considered it necessary to indicate in the label (except for the address of the workshop): «I work with my own hand. All orders are executed in good faith and at the cheapest prices». This inscription was placed among the garlands of flowers. «Factories» of Dmitry Mikhailovich Koreshkov and Nikolai Vasilyevich Markov had no less meaningful labels. Their ornaments are entirely in the Art Nouveau style and can be viewed in the context of the history of applied art.

Представляется, что одним из главных источников декоративных мотивов муромских рекламных этикеток был русский плакат конца XIX — начала XX века, который, в свою очередь, испытал разнообразные влияния. Е.Д. Климова писала: «На процесс эволюции этого вида прикладной графики оказывали влияние самые разнообразные факторы, как из области изящных искусств, так и из сфер, казалось бы, далеких от нее...»; и далее: «Плакаты стиля модерн были адресованы, в основном, привилегированной части общества. Однако многие композиционные приемы, выработанные в ту эпоху, нашли впоследствии широкое применение в графической рекламе, независимо от того, к какому социальному слою общества она была обращена» [2, с. 6, 9] (1). Надо отметить, что заимствовались лишь орнаментальные рамки рекламных плакатов, а изображения внутри них исключались [8, с. 18, 30, 46, 55, 104, 156–157, 208–209]. Возможно, некоторую роль здесь также сыграло декоративное оформление и клеймение русской жестяной упаковки рубежа XIX–XX веков. Просматривается общность композиций и декоративных мотивов [7, с. 43, 45, 46, 48, 54, 109].

В рекламной этикетке важны художественная и коммерческая составляющие. Крайне редко муромская этикетка ориентируется на равное сочетание этих двух принципов или, тем более, на превалирование первого — в большинстве случаев она нацелена на решение чисто коммерческих задач, поэтому надо указать на подчеркнуто практическое отношение к этикетке со стороны сундучников как к средству эффективного привлечения покупателей, а также исключительно «поверхностное» — использование нового, престижного на тот момент стиля (что представляет собой обычную попытку «облагородить» свой товар). Именно здесь кроется причина удручающего однообразия муромских этикеток. Например, этикетка заведения В.И. Смолина аналогична одному из видов этикетки А.И. Желтикова (различаются только тексты). Этот случай не единичный: этикетка мастерской Д.М. Корешкова подобна этикетке Е.Н. Малышева. Не исключено, что они печатались в одной и той же типографии (2).

Отметим, что оформление не только этикеток, но и непосредственно сундуков (особенно отдельных их видов, предназначенных для состоятельного покупателя) соответствовало основным стилевым тенденциям эпохи. Например, многие орнаментальные мотивы сундуков заведения А.И. Желтикова явно вдохновлены утонченной декорацией модерна. Воз-

It seems that one of the main sources of decorative motives for Murom advertising labels was the Russian poster of the late 19th – early 20th centuries, which, in turn, experienced various influences. Ekaterina Klimova wrote: «The process of evolution of this type of applied graphics was influenced by a variety of factors, both from the field of fine arts and from spheres seemingly far from it ...» and further: «Posters of the Art Nouveau style were mainly addressed to the



Рис. 3. Рекламная этикетка сундучной мастерской Ивана Платонова и Ивана Семишина
 Fig. 3. The label of chest workshop of Ivan Platonov and Ivan Semishin

privileged parts of society. However, many compositional techniques developed in that time were subsequently widely used in graphic advertising, regardless of which social stratum of society it was addressed to» [2, p. 6, 9] (1). It should be noted that only the ornamental frames of advertising posters were borrowed, and the images inside them were excluded [8, p. 18, 30, 46, 55, 104, 156–157, 208–209]. Perhaps a certain role here was also played by the decoration and branding of Russian tin packaging at the turn of the 19th and 20th centuries. The generality of compositions and decorative motives are obvious [7, p. 43, 45, 46, 48, 54, 109].

In an advertising label artistic and commercial components are very important. It is extremely rare when the Murom label focuses on an equal combination of these two principles, or especially on the prevalence of the first – in most cases it is aimed at solving purely commercial problems. So it is necessary to point out the emphatically practical attitude of the masters to the label as a means of effectively attracting customers, as well as the extremely «superficial» – the use of a new, prestigious at that time style (which is a common attempt to «refine» the product). It probably accounts for the depressing monotony of Murom labels. The label of V.I. Smolin for example is similar to one of the types of the Zheltikov's label (the texts differ only). This case is not an isolated one: the label of D.M. Koreshkov is similar to the label of E.N. Malyshev. It is possible that they were printed in the same printing house (2).

It should be emphasized that such decorative design of labels was not exclusively the property of the Murom chest center. It is known similar

можно, что золотой цвет жестяных листов и фигурные ножки муромских сундуков есть не что иное, как подражание дворянской мебели.

Следует подчеркнуть, что подобное декоративное оформление этикеток не было принадлежностью исключительно муромского сундучного промысла — оно встречается на рекламных этикетках заведений, располагавшихся в других губерниях России и торговавших не сундуками, а другим товаром (например, заведение А.Н. Белоусова-Хорева из г. Устюжны, специализировавшегося на торговле хлебными, колониальными и прочими товарами).

Особого внимания заслуживает рекламная этикетка товарищества Ивана Федоровича Платонова и Ивана Матвеевича Семишина из д. Лохани Арефинской волости. Хозяева использовали привычные декоративные мотивы, однако изображение звездочек выполнено неуверенно. Вероятно, в ту пору оно еще не вошло в арсенал широко распространенных орнаментальных мотивов.

Такие же этикетки (но несколько более простые) использовали после революции артели Муромского уезда. Мастера Полянской сундучной артели указывали на своих этикетках: «Полянская сундучная артель принимает заказы на выработку сундуков всех сортов и размеров и исполняет скоро и аккуратно», «Почтовый адрес: Озябликово Владимирской губ., Полянская сундучная артель». Артельщики «Приокского прогресса» просто указывали название организации и ее адрес.

На некоторых муромских сундуках встречены редкие на настоящий момент типы маркировки. Речь идет о клейме, награвированном на жестяном листе сундука заведения П.Т. Дворянкина, который является, скорее, исключением, чем правилом. Также надо упомянуть о буквенных обозначениях, выполненных в технике тиснения и встречающихся на внутренних крышках сундуков. Примером может служить сундук из коллекции Муромского историко-художественного музея.

В постреволюционную эпоху и далее, вплоть до 1950-х годов, получили распространение обыкновенные чернильные штампы, в которых указывалось название организации, ее адрес и год создания сундука. В качестве примера можно привести изделия артели «Знамя труда» (ил. 3). Иногда вместо этикетки просто приклеивался прямоугольный кусок бумаги, на котором были напечатаны название артели, тип и размеры сундука, планы производства, а также стояла печать организации и ниже — подписи ее руководителей.

labels of establishments located in other Russian provinces and selling not chests, but other goods (for example, A.N. Belousov-Khorev's «factory» from Ustyuzhna, it specialized in the trade in grain, colonial and other goods).

The advertising label of the partnership of Ivan Fedorovich Platonov and Ivan Matveyevich Semishin from the village of Lokhani is especially interesting (Fig. 3). The owners used the usual decorative motifs, but the image of the stars is made tentatively. At that time «stars» probably had not yet entered the arsenal of widespread ornamental motifs.

The same labels (but a little simpler) were used after the revolution by the artels of the Murom district. The masters of the Polyanskaya chest artel indicated on their labels: «The Polyanskaya chest artel accepts orders for the production of chests of all types and sizes and executes them quickly and accurately», «Postal address: Ozyablikovo, Vladimir province, Polyanskaya chest artel». Masters of artel called «Prioksky Progress» simply indicated the name of the organization and its address.

There are rare types of marking on some Murom chests. This is a stamp engraved on a tin sheet of the chest of Pyotr Dvoryankin. It is the exception. It is also necessary to mention the letter designations made using the embossing technique and found on the inner lids of chests. An example is a chest from the collection of the Murom history and art museum.

In the post-revolutionary time and beyond, up to the 1950s, ordinary ink stamps became widespread, which indicated the name of the organization, its address and the year the chest was created. An example is the products of the artel called «Znamya Truda» («The flag of labor») (Fig. 3). Sometimes a rectangular piece of paper was simply glued instead of a label. It contained the following information: the name of the artel, the type and size of the chest, production plans, the seal of the organization and the signatures of its leaders.

As we can see from this brief overview, the marking of the Murom chest has undergone significant changes over time. The attention to artistry gradually gave way to meaningfulness, i.e. it was not the beauty of the label as a part of applied art that came to the fore, but the «technical» information about the chest and the organization that created it. The dependence on the style tendencies of the time, which previously manifested itself in the design of stamps and labels (which, of course, did not always provide them with the status of works of graphic art), gradually disappeared and was replaced exclusively by «passport» information. The emphasis on the number of prod-

Как видно из этого краткого обзора, маркировка муромского сундука претерпела со временем значительные изменения: внимание к художественности постепенно уступило место содержательности, т. е. на первый план вышла не красота этикетки как части прикладного искусства, а «технические» сведения о сундуке и организации, выпустившей его. Зависимость от стилевых тенденций времени, которая ранее проявлялась в оформлении клейм и этикеток (что, разумеется, далеко не всегда обеспечивало им статус произведений графического искусства), постепенно исчезла и была заменена исключительно «паспортной» информацией. Упор на количество изделий, имеющий место после 1917 года и зачастую обезличивающий продукцию муромских сундучников, проявился и здесь. «Добрая патриархальность» этикеток и клейм дореволюционного времени, предназначенная для посетителей Нижегородской ярмарки, была вытеснена бездушными ярлыками всеобщего «план-вала».

Роль клейм и этикеток в атрибуции сундучных изделий Мурома представляется несколько ограниченной, по сравнению с другими центрами (например, уральским). На них отсутствуют изображения выставочных медалей и прочих элементов, свойственных маркировке сундуков названного центра (муромские сундучники, в отличие от уральских, не были завсегдатаями различных выставок). По этой причине для атрибуции муромских изделий немалое значение приобретают дополнительные данные, почерпнутые из архивов, статистической и краеведческой литературы.

Несмотря на то, что в некоторых заведениях встречаются разные варианты клейм, проследить их эволюцию, а, тем более, использовать эти изменения как датирующий признак, в настоящее время не представляется возможным. Причина этого — «застылость» и обезличенность форм и орнаментов муромских сундуков в рассматриваемый период. Тем не менее, исследование клейм и этикеток остается крайне важным подспорьем при изучении истории сундучного промысла Муромского уезда.

Примечания:

1. См. также статью А. Боровского [1, с. 116 – 126].
2. На рекламной этикетке заведения Е.Н. Мальшева обнаружена надпись, указывающая, что она была напечатана в типографии Я.М. Сорокина. Эта

ucts, which took place after 1917 and often depersonalizing the products of Murom chest center, manifested itself here as well. The «good patriarchal» labels and stamps of the pre-revolutionary period, intended for visitors to the Nizhny Novgorod fair, were supplanted by the soulless labels of the universal «plan-val» (soviet gross product standards).

The role of stamps and labels in attribution of Murom's chest products seems to be somewhat limited in comparison with other centers (for example, the Ural one). They lack images of exhibition medals and other elements that are characteristic of marking the chests of the Ural center (Murom chest masters, unlike those in the Urals, were not regulars at various exhibitions). For this reason the additional information received from archives, statistical and local history literature is of considerable importance for the attribution of Murom products.

Despite the fact that in some workshops there are different variants of the marks, it is currently not possible to trace their evolution, and even more so, to use these changes as a dating feature. The reason for this is the «stiffness» and impersonality of the forms and ornaments of the Murom chests in the period under review. Nevertheless, the study of stamps and labels remains an extremely important means for the study of the history of the chest industry in the Murom district.

Notes:

1. See also an article of A. Borovsky: [1, p. 116–126].

2. On the label of E.N. Malyshev was found an inscription indicating that it was printed in the printing house of Yakov Mikhailovich Sorokin. This printing house was located in Pavlovo village (Gorbatovsky district). Its existence is documented throughout the first decade of the 20th century (since 1897). I am grateful for the assistance to N.B. Fedotov, the director of the Pavlovo historical museum.

Bibliography:

1. *Borovskij A.D.* Plakat moderna. Na materiale muzejny`x sobranij // Muzej 10. Xudozhestvenny`e sobraniya SSSR: Sb. st. Sost. A.S. Loginova. — M.: Sov. Xudozhnik, 1989 [Borovskiy A.D. Art nouveau poster. On the material of museum collections // Museum 10. Art collections of the USSR: Sat. Art. Compiled by A.S. Loginova. — M.: Sov. Artist, 1989]. In Russian.

2. *Klimova E.* Russkij reklamny`j plakat: stanovlenie zhanra // Reklamny`j plakat v Rossii. 1900–1920-e / Al`manax. Vy`p. 275. SPb.: Palace Editions, 2010

типография находилась в с. Павлово (Горбатовский уезд Нижегородской губернии). Ее существование документально зафиксировано в первом десятилетии XX века (с 1897 года). Благодарю за содействие Н.Б. Федотова — директора Павловского исторического музея.

Список литературы:

1. Боровский А.Д. Плакат модерна. На материале музейных собраний // Музей 10. Художественные собрания СССР: Сб. ст. / составитель А.С. Логинова. — Москва: Советский художник, 1989.

2. Климова Е. Русский рекламный плакат: становление жанра // Рекламный плакат в России. 1900–1920-е / Альманах. Выпуск 275. — Санкт-Петербург: Palace Editions, 2010.

3. Неболсин А.Г. Законодательство о фабричных и торговых клеймах в России и заграницею. — Санкт-Петербург: тип. В.Ф. Киршбаума, 1886.

4. Панкова М.Н. Эволюция и развитие законодательства о средствах индивидуализации в России // Вестник Военного университета. — 2011. — № 3 (27).

5. Пудов Г.А. О клеймах и надписях на уральских сундуках и шкатулках // Антиквариат. Предметы искусства и коллекционирования. — 2014. — № 9.

6. Пудов Г.А. Сундучный промысел Муромского уезда Владимирской губернии (II половина XIX — I половина XX века). — Санкт-Петербург: Специальная литература, 2017.

7. Сладкая жизнь. Жестяная упаковка кондитерских фирм России. Конец XIX — начало XX века: [каталог / Музей хлеба; автор-составитель Л.Ю. Березовская]. — Санкт-Петербург: Арт-Палас, 2006.

8. Снопков А.Е., Снопков П.А., Шклярук А.Ф. Русский рекламный плакат. 1868–1917. — Москва: Контакт-культура, 2014.

[Klimova E. Russian advertising poster: the formation of the genre // Advertising poster in Russia. 1900–1920s / Almanac. Issue 275.SPb.: Palace Editions, 2010]. In Russian.

3. *Nebolsin A.G.* Zakonodatel'stvo o fabričnyx i togovyx klejmax v Rossii i zagraniceyu. — SPb.: tip. V.F. Kirshbauma, 1886 [Nebolsin A.G. Legislation on factory and trade marks in Russia and abroad. — SPb.: type. V.F. Kirshbaum, 1886]. In Russian.

4. *Pankova M.N.* E'volyciya i razvitie zakonodatel'stva o sredstvax individualizacii v Rossii // Vestnik Voennogo universiteta. — 2011. — № 3 (27). [Pankova M.N. Evolution and development of legislation on means of individualization in Russia // Bulletin of the Military University. — 2011. — No. 3 (27)]. In Russian.

5. *Pudov G.A.* O klejmax i nadpisyax na ural'skix sundukax i shkatulkax // Antikvariat. Predmety iskusstva i kollekcionirovaniya. — 2014. — № 9 [Pudov G.A. On the brands and inscriptions on the Ural chests and boxes // Antiques. Objects of art and collectibles. — 2014. — No. 9]. In Russian.

6. *Pudov G.A.* Sunduchnyj promyš'el Muromskogo uezda Vladimirskoj gubernii (II polovina XIX – I polovina XX veka). — SPb.: Special'naya literatura, 2017 [Pudov G. A. Chest industry in the Murom district of the Vladimir province (II half of the XIX – I half of the XX century). — SPb.: Special literature, 2017]. In Russian.

7. Sladkaya zhizn'. Zhestyanaya upakovka konditerskix firm Rossii. Konec XIX – nachalo XX veka: [katalog / Muzej xleba; avt.-sost.: L. Yu. Berezovskaya]. — SPb. : Art-Palace, 2006 [Sweet life. Tin packaging of confectionery firms in Russia. Late 19th – early 20th century: [catalog / Museum of Bread; author-comp .: L. Yu. Berezovskaya]. — SPb. : Art-Palace, 2006]. In Russian.

8. *Snopkov A.E., Snopkov P.A., Shklyaruk A.F.* Russkij reklamnyj plakat. 1868–1917. — M.: Kontakt-kul'tura, 2014 [Snopkov A.E., Snopkov P.A., Shklyaruk A.F. Russian advertising poster. 1868–1917. — M.: Kontakt-culture, 2014]. In Russian.