

Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2024. Вып. 2 (18). С. 44–56.
Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics. 2024. Issue 2 (18). P. 44–56.

Научная статья
УДК 94(470):930
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-2-44-56>

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ФИЛАНТРОПИИ В РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX В. КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

**Инга Владимировна
Маслова**

Елабужский институт
Казанского (Приволжского)
федерального Университета
Елабуга, Россия, imaslovainga@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0914-0707>

Аннотация. Статья¹ посвящена исследованию приемов и практик визуализации филантропии как способа формирования культуры благотворительности в Российской империи в конце XIX – начале XX в.

Основу культуры благотворительности в России составляли нравственные ценности и духовные традиции, принятые в обществе. В Российской империи к концу XIX в. сформировались основные компоненты этой культуры, которые включали законодательство в сфере филантропии, традиционно сложившиеся нормы этики благотворителя, инфраструктуру, состоящую из благотворительных организаций и учреждений.

Примером визуализации благотворительных акций являлись афиши об их проведении, которые представляли собой социальную рекламу конца XIX – начала XX в. В условиях экстремальной повседневности в годы Первой мировой войны необходимость в сборе пожертвований резко возросла. Именно в это время визуализация благотворительных акций в поддержку пострадавших от войны получила широкое распространение.

Среди приемов привлечения внимания к сбору пожертвований в пользу воинов и пострадавших от войны были выпуск благотворительных открыток и виньеток, почтовых марок. Несмотря на то, что благотворительность в массовом сознании россиян была сферой, где много лишений и страданий в качестве образов печатной социальной рекламы конца XIX – начала XX в. использовались вместо сострадания – героизм и сила духа нуждающихся в помощи.

Ключевые слова: филантропия, визуализация благотворительности, социальная реклама, Российская империя XIX – начала XX в., благотворительные афиши, открытки, марки.

Для цитирования: Маслова И. В. Визуализация филантропии в Российской империи в конце XIX – начале XX в. как способ формирования культуры благотворительности // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2024. Вып. 2 (18). С. 44–56. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-2-44-56>

Сведения об авторе: И. В. Маслова – доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры всеобщей и отечественной истории, Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального Университета, 423600, Россия, Республика Татарстан, г. Елабуга, ул. Казанская, д. 89.



Scientific Article
UDC 94(470):930
<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-2-44-56>

VISUALIZATION OF PHILANTHROPY IN THE RUSSIAN EMPIRE IN THE LATE 19TH – EARLY 20TH CENTURY AS A WAY TO FORM A CULTURE OF CHARITY

Inga V. Maslova

Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region)
Federal University
Yelabuga, Russia, imaslovainga@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0914-0707>

Abstract. The article examines the techniques and practices of visualizing philanthropy as a way of forming a culture of charity in the Russian Empire in the late 19th – early 20th centuries.

The basis of the charity culture in Russia was the moral values and spiritual traditions accepted in society. By the end of the 19th century, the main components of this culture had been formed in the Russian Empire, which included legislation in the field of philanthropy, traditionally established norms of philanthropist ethics, and an infrastructure consisting of charitable organizations and institutions.

An example of visualization of charity events were posters about their holding in the form of social advertising of the late 19th – early 20th century. With the extremes of everyday life during the First World War, the need to collect donations increased dramatically. It was during this time that the visualization of charitable acts in support of war victims became widespread.

Among the techniques to draw attention to the collection of donations in favour of soldiers and war victims were the issue of charity cards and vignettes, and postage stamps. Despite the fact that charity in the mass consciousness of Russians was a sphere with a lot of hardship and suffering as images of printed social advertising of the late 19th – early 20th century used instead of compassion - heroism and fortitude of those in need of help.

Keywords: philanthropy, visualization of charity, social advertising, Russian Empire of the 19th – early 20th centuries, charity posters, postcards, stamps.

For citation: Maslova, IV 2024, 'Visualization of Philanthropy in the Russian Empire in the late 19th – early 20th Century as a Way to form a Culture of Charity', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 2 (18), pp. 44–56, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-2-44-56> (in Russ.)

Information about the Author: *Inga V. Maslova* – Doctor of Sciences (History), Associate Professor, Professor of the Department of Universal and Russian History, Yelabuga Institute of Kazan (Volga Region) Federal University, 89 Kazanskaya Str., Yelabuga, 423600, Russia.

Введение

Культура благотворительности представляет собой совокупность нравственных ценностей, традиций и законов, принятых в обществе. В современной России культура благотворительности включает несколько компонентов: законодательство о благотворительной и добровольческой деятельности; информацию об истории и современных тенденция филантропии в России, которая распространяется через медиа-контенты, путем издания книг и буклетов; инфраструктуру, объединяющую систему благотворительных организаций и учреждений; профессиональное сообщество, то есть людей, являющихся носителями и популяризаторами культуры благотворительности.

В XVIII – XIX вв. филантропия составляла основу духовности российского общества. Благотворительность как аксиологически значимая культурная традиция сложилась в среде российского предпринимательства. Слой предпринимателей в России в массе своей был чрезвычайно «молодым». Отцы и деды крупных капиталистов были выходцами из крестьян, и занятие бизнесом редко распространялось более чем на два три поколения в одном роду. Народные нужды были им несравненно ближе и понятней, чем давно оторвавшемуся от народных корней русскому дворянству. Эта генетическая связь объясняет то, что дело благотворительной помощи народу было для многих предпринимателей более естественным, чем для других привилегированных групп населения.

В начале XIX в. благотворительность согласовывалась с реальными традициями и проявлялась в виде подачи милостыни нищим и убогим, а также пожертвованных церковным учреждениям, без учёта их практических последствий. Это была типичная форма филантропии, которая отличалась от подачи милостыни лишь своими масштабами. Во второй половине XIX в. проявилась многовариативность благотворительных деяний, которые приобрели новые формы и виды, а сеть общедоступных больниц, школ, приютов, столовых, мастерских, училищ охватила за каких-то тридцать лет всю Россию. Вместе с тем, как отмечают исследователи, «буржуазная благотворительность быстро выходит за рамки общественной филантропии, она распространяется и на область духовной жизни, и крупнейшие жертвователи начинают выполнять важные функции создателей культурной среды. При этом филантропические и культурные занятия тесно переплетались» [14, с. 64].

Материалы и методы

Историки с конца 1990-х гг. начали активно освещать вопросы благотворительности и меценатства как одной из сфер деятельности предпринимателей [2, 4, 5]. При этом выявились определенные сложности научного осмысления экономических, социологических и психологических черт российской филантропии. В научно-гуманитарном знании содержались лишь самые первичные и фрагментарные представления о феномене российской благотворительности, о роли добровольных частных и общественных пожертвований, о разнообразии видов помощи бедным и малоимущим слоям населения. Крупнейшим исследователем проблем благотворительности в России является Г. Н. Ульянова [16; 17]. В последние годы круг научных проблем по истории благотворительности в России был значительно расширен за счет исследования целевых капиталов (эндаументов), ментальных установок и поведенческих практик филантропии, анализа архитектурного наследия, как материального воплощения пожертвований в XIX – начале XX в. [8; 9; 19; 21].

Целью нашего исследования стало изучение приемов визуализации филантропии, как способа формирования культуры благотворительности среди широких слоев населения российского общества в конце XIX – начале XX в. Исследование построено на основе анализа сохранившихся в фондах российских библиотек и музеев

аутентичных изобразительных источников: благотворительных афиш, виньеток, открыток.

Результаты

Традиции христианского сострадания и помощи неимущим, широкий размах частной (индивидуальной) благотворительности привели проникновению идей социальной помощи в широкие слои общества. Оказание благотворительной помощи стало приобретать характер распространенных социальных практик, которые выражались в членстве в благотворительных обществах, участии в благотворительных подписках, лотереях, балах. Подобные массовые формы филантропии с одной стороны свидетельствовали о формировании культуры благотворительности в общероссийском масштабе, но с другой показывали, что постепенно утрачивалась нравственная составляющая этого явления, когда человек принимая участие в благотворительном спектакле воспринимал свой взнос, как плату за входной билет, а не как оказание помощи нуждающимся. Свидетельством популярности благотворительных балов и скептического к ним отношения являются слова писателя, издателя сатирического журнала Н. Г. Шебуева: «Не посещайте же никаких балов, кроме благотворительных. Приучайтесь же, господа, благотворить ногами. Приучайтесь благотворить так, чтобы ни правая, ни левая рука не знали, что делают ноги, но не так, чтобы правая нога не знала, что делает левая. Когда я танцую с благотворительной целью, я положительно не чувствую разлада между ногами. Потому что танцую сердцем, а не ногами» [20, с. 32].

Вместе с тем широкое распространение массовых благотворительных акций свидетельствовало о формировании системы информирования о нуждающихся в помощи и о формах оказания этой помощи. Шел процесс зарождения социальной рекламы целью которой было привлечение внимания к социальным проблемам и путям их решения. В современной России знания о благотворительности распространяются посредством медийных проектов, образовательных программ, изданий иллюстрированных брошюр, книг. Но уже во второй половине XIX в. – начале XX в. предпринимались первые попытки привлечь внимание к акциям социальной поддержки путем визуализации информации. Подобные попытки получили наибольшее распространение при организации сбора средств путем проведения лотерей, спектаклей, музыкальных вечеров и т.д. Эти формы сбора средств использовались как специализированными благотворительными организациями, так и органами местного самоуправления, общественными учреждениями.

Распространенной формой сбора пожертвований были лотереи и ярмарки, которые проводились как часть большого благотворительного мероприятия или как отдельная акция. Организаторами подобных мероприятий выступала инициативная группа конкретной благотворительной организации. Процесс подготовки к проведению включал формирование призового фонда, поиск будущих участников и места проведения, печать входных и лотерейных билетов, афиш, оформление залов, процедуру согласования в различных инстанциях. Всю эту деятельность осуществляли члены благотворительного общества на волонтерских началах. В газетах заблаговременно публиковалась информация, в которой сообщалось о целях, дате и времени проведения лотереи, указывались цены на билеты.

С целью привлечения большего количества участников информацию о проведении массового благотворительного мероприятия стали размещать на иллюстрированных плакатах-афишах. Сохранившиеся в фондах музеев и научных библиотек афиши являются визуальным источником, который еще не в полной мере введен в научный оборот учеными - историками. Примером может служить афиша Международной костюмированной рождественской ярмарки [13, Приложение 1]. В верхней части афиши писалась цель проведения благотворительного мероприятия и его ор-

ганизаторы: «в пользу Попечительства о Бедных Евангелического Исповедания в Москве, состоящего под покровительством, Ея Императорского Высочества, Великой Княгини Марии Павловны». Далее содержалась информация о сроках, времени и месте проведения: 4-7 декабря 1909 г., с 18.00 до 24.00 во всех залах Российского благотворительного собрания. Для привлечения участников на афише печаталась подробная программа мероприятия. Например, программа рождественской ярмарки 1909 г. предлагала продажу разнообразных товаров, возможность посетить рестораны и кафе. Гостям рекомендовалось посетить интерактивные площадки «Боярский теремок XVI в.», «Знойный уголок Испании», «Сказочный домик из пряников», покататься на горке и принять участие в представлении у Рождественской елки. Танцевальная площадка «Весенний праздник в Швеции» предлагала народные увеселения, танцы и песни. Посетителям игровой площадки с интригующим названием «Новейшие игры в счастье» помимо множества сюрпризов в качестве главного приза предлагался «роскошный свадебный сервис фирмы К. Фаберже», ценою в 450 р.».

Ежедневно на ярмарке производили розыгрыш лотереи-аллегри. Участники лотереи покупали запечатанный билет, в котором можно было обнаружить число (номер для розыгрыша) или шутивную надпись *allegri* (с итал. «не огорчайтесь»). Лотерейный билет ценой в 25 коп. позволял претендовать на выигрыш главного приза – пианино фабрики М. Шидмайер.

В течение четырех дней на мероприятии звучала живая музыка оркестра Е. Кончека. А чтобы мероприятие запомнилось надолго посетители могли за дополнительную плату сделать моментальное фото.

При подготовке афиши учитывались различные приемы привлечения аудитории. Например, входной билет стоимостью один рубль давал возможность бесплатно привести с собой ребенка, это расширяло целевую аудиторию, а значит и кассовые сборы благотворительной ярмарки. Первые 10 000 билетов давали право их обладателям принять участие в дополнительном розыгрыше призов.

Вся вышеперечисленная информация излагалась краткими емкими текстами и компактными блоками размещалась на афише, визуальной доминантой которой был рисунок с изображением девочки с рождественской елкой в руках на фоне ярмарочных балаганов.

В целом визуализация благотворительных акций и мероприятий находила выражение в афишах нескольких типов:

Афиши-программы о благотворительных ярмарках, лотереях, базарах, балах содержащие подробно описание предстоящего мероприятия.

Афиши событий – содержащие краткое объявление о предстоящем мероприятии.

Театральные афиши публиковались в том случае если спектакль, музыкальный вечер, концерт проходил с целью сбора благотворительных средств.

В период Первой Мировой войны произошел всплеск благотворительности среди самых разных слоев общества. Координацией деятельности государственных и общественных организаций, осуществлявших помощь жертвам войны, занимался созданный в 1914 г. Верховный совет по призрению семей лиц, призванных на войну, а также семей раненых и павших воинов под председательством императрицы Александры Федоровны [6. С.32]. «Совет стал временным органом для координации в начальный период войны работы по «объединению правительственной, общественной и частной деятельности по призрению семей воинов» [18, с. 447].

За помощь семьям воинов в столице и в регионах отвечали самые разные организации: приходские попечительства, органы городского управления, земства, благотворительные общества. Каждое из этих учреждений для привлечения благотворительных средств использовало привычные формы сбора средств. Учитывая,

что пожертвования на военные нужды или в пользу пострадавших находили большой отклик среди самых разных слоев россиян, но не каждый желающий располагал средствами, размеры благотворительных взносов устанавливались не большими. Но собранные средства требовали строгого учета с этой целью стали использовать благотворительные марки, которые относили к категории не почтовых марок и поэтому их часто называли виньетками. Эти марки служили своего рода иллюстрированной квитанцией о сделанном благотворительном взносе. Подобные марки собирали и хранили, а иногда даже прикалывали к одежде в знак солидарности с проводимой благотворительной деятельностью. Изготавливались подобные марки небольшими тиражами в литографиях и печатнях. Именно поэтому они стали довольно редкими и сохранились в основном в частных коллекциях филателистов, а отдельные экземпляры представлены в музейных коллекциях. Благотворительные марки были крупнее почтовых и привлекали внимание изображением и надписями. «Некоторые образцы выполнены на высоком художественном уровне, в их создании участвовали видные художники того времени Нестеров, Васнецов, Билибин, Нарбут и др.» [11, с. 17]. Благотворительные марки выпускались во многих городах Российской империи. Например, на марке Вятки в лучах восходящего солнца изображены гербы Российской империи и Вятской губернии, а в центре надпись «семьям призванных на войну». Кроме этого, обозначен год сбора средств (1914 г.) и размер пожертвования (10 коп.). Филателист-коллекционер О. Левитский писал о том, что в коллекции его отца представлены выпуски благотворительных марок более 50 городов России. «В Казани, например, были выпущены марки с портретом А. Ф. Керенского и призывом вступить в батальоны «защитников свободы» [11, с. 17].

В годы Первой Мировой войны начался выпуск почтовых благотворительных марок. На марке из фондов Государственного исторического музея Южного Урала аллегорическое изображение: Россия в виде женщины в одежде русской княжны опекает детей воинов. Надпись «почта» в верхней части свидетельствует о том, что это почтовая марка, но есть указание «в пользу воинов и их семей». На марке указано две цены: 7 коп. и продажная цена – 8 коп. Это означало, что при покупке почтовой марки за восемь копеек, ее можно использовать для почтовых отправок, но при этом семь копеек от уплаченных денег в виде пожертвования будет отправлено на благотворительность [12].

Еще одним очень популярным способом сбора пожертвований с использованием визуальных приемов распространения информации о них был выпуск благотворительных открыток.

Примером подобной работы является издательская деятельность «Общины Святой Евгении», созданной в 1893 г. при Санкт-Петербургском Комитете попечения о сестрах милосердия Красного Креста. Покровительницей общины являлась внучка Николая I принцесса Евгения Олденбургская. Как и многие августейшие особы принцесса являлась попечительницей нескольких благотворительных обществ, в том числе Императорского Общества Поощрения Художеств. Именно близкое знакомство с искусством и художниками способствовало воплощению в жизнь весьма новаторского начинания: организации выпуска почтовых конвертов и художественных открытых писем. Отметим, что главной целью издания благотворительных открыток был сбор средств на реализацию медицинского проекта Общины по устройству амбулатории, обучению сестер милосердия, организации службы патронажной помощи. Издание благотворительной печатной продукции началось в 1896 г. «В первый год были выпущены к праздникам Св. Пасхи и Рождества Христова конверты вместо визитов, а с 1897 г. издаются открытые письма» [10, с. 9]. Практика пасхальных и рождественских визитов была широко распространена в Российской империи. Обычно объявлялся общественный обед в благородном собрании, клубе или

других общественных местах, в ходе которого собирались средства на конкретную благотворительную цель. Например, в 1897 г. в Котельниче – уездном городе Вятской губернии в Пасху более 80 горожан собрались на общественный обед в клуб. В ходе мероприятия было предложено учредить благотворительное общество для содержания дома трудолюбия, а также начался сбор средств в пользу бедных жителей города [3].

С развитием печатной продукции во второй половине XIX в., стала распространяться новая поведенческая практика: обязательные по этикету праздничные визиты, все чаще стали заменять отправлением поздравительных карточек и открыток. При этом открытки посылали не только по почте в другие города, но и с посылным отправляли даже ближайшим соседям. О популярность подобных явлений свидетельствуют рекламные объявления. Например, в 1898 г. в провинциальном издании «Камский листок объявлений» накануне Пасхи из номера в номер печаталось извещение о том, что «к празднику Св. Пасхи изготавливаются всевозможных сортов поздравительные карточки письма в типографии И. Н. Кибардина» [7].

Отличительной чертой деятельности Общины Святой Евгении по изданию почтовых карточек было то, что собранные средства использовались на благотворительность. Но главное Община смогла организовать издательскую деятельность, не имея средств даже для первого тиража. Делопроизводитель Общины И.М. Степанов обратился «лично к художникам, и получил от них бесплатно десять акварелей, заказал печатанье картографическому заведению А. А. Ильина, которое любезно приняло на себя печатанье рисунков с уплатою, по распродаже, лишь стоимости исполнения их в мастерских» [10, с. 9]. Можно утверждать, что культура благотворительности проникла в самые разные слои российского общества. Благотворительные карточки и конверты первоначально печатались два раза в год, но в дальнейшем их тиражи стали посвящать юбилейным и памятным датам (юбилей А.С. Пушкина, юбилей Санкт-Петербурга, серия посвященная Петру I). С 1899 г. при Обществе поощрения художеств стал проводиться конкурс рисунков, победители которого получали премии, а их полотна печатались на открытках Общины Святой Евгении. Стараниями принцессы Евгении Олденбургской было получено исключительное право воспроизведения на открытках портретов «Особ Императорской Фамилии». Позднее Община получила право издания на открытках изображений из коллекции Императорского Эрмитажа.

На лицевой стороне открыток не было указаний на благотворительные цели их издателей, но на обороте в верхнем левом углу стоял штамп «В пользу Общины Св. Евгении». Для увеличения продаж почтовых карточек и конвертов Община издавала афиши с социальной рекламой [Приложение 2]. На афише, изданной в 1898 г. сообщалось:

«Открытые письма, карточки с рисунками художников: Елиз. Бема, Н. Самошкина, Е. Визеля, М. В. Вилье, Н. К. Каразина, К. М. Маковского, В. О. Овсянникова, И. Р. Репина, С. Смокишь-Судовской и С. Соломко.

Конверты «Красного Креста» (вместо визитов)

в пользу больницы в память

Императора Александра III.

продаются здесь

10 откр. писем в конверте.....1 руб.

Карточка в конверте.....15 коп.

Открытое письмо прежнего издания (без конверта)..5 коп.

Конверт вместо визита5 коп.» [14]

Текст афиши печатался на русском и французском языках.

Заключение

Подводя итоги, отметим, что основу культуры благотворительности в России второй половины XIX – начала XX в. составляли нравственные ценности и духовные традиции, принятые в обществе. В Российской империи сформировались основные компоненты этой культуры, которые включали законодательство в сфере филантропии, традиционно сложившиеся нормы этики благотворителя, инфраструктуру, состоящую из благотворительных организаций и учреждений. Широко распространённые практики подачи милостыни и призрения убогих и сирот ко второй половине XIX в. эволюционировали в крупные пожертвования частных лиц. С развитием капиталистической модернизации благотворительность стала аксиологически значимой традицией предпринимательства. Российские коммерсанты и бизнесмены расширили направления и сферы, на которые направлялись пожертвования, что способствовало популяризации филантропических практик среди широких слоев населения. Это в свою очередь привело к применению визуальных приемов для вовлечения в благотворительную деятельность представителей различных социальных слоев. Примером визуализации благотворительных акций являлись афиши об их проведении, которые можно условно разделить на: афиши-программы, афиши, сообщающие о предстоящем благотворительном событии, театральные афиши о проведении спектакля или центра для сбора пожертвований. В целом афиши благотворительных мероприятий представляли собой социальную рекламу конца XIX – начала XX в. Они серьезно отличались от обычной рекламы тем, что были сдержанными в цвете и в сюжетах. Особенностью благотворительных афиш было использование на них религиозных мотивов, что являлось данью христианским традициям помощи ближнему.

Еще одним средством визуализации информации о филантропической акции и одновременно способом сбора пожертвований являлся выпуск благотворительных открыток и почтовых марок. В условиях экстремальной повседневности в годы Первой Мировой войны необходимость в сборе пожертвований резко возросла. Именно в это время социальная реклама благотворительных акций в поддержку пострадавших от войны получила широкое распространение. Размах патриотизма и массовое желание поддержать российских воинов привело к тому, что размеры индивидуальных пожертвований были небольшими (от 1 руб.), но количество жертвователей возросло в сотни раз. Это ставило задачу организации строгого учета пожертвований. С этой целью стали выпускать непочтовые благотворительные марки (виньетки), которые тоже представляли собой способ визуализации российской филантропии.

Несмотря на то, что благотворительность в массовом сознании россиян была сферой, где много лишений и страданий в качестве образов печатной социальной рекламы конца XIX – начала XX в. использовались вместо сострадания – героизм и сила духа нуждающихся в помощи.

Примечания

1. Статья подготовлена по итогам работы научного семинара «История российского предпринимательства и благотворительность: новые грани научного исследования проблемы» в рамках деятельности Центра исследований истории предпринимательства регионов России (Институт российской истории РАН, Елабужский институт (филиал) КФУ).

Список источников и литературы

1. Акользина М. К. Благотворительная деятельность купечества уездных городов Тамбовской губернии в XIX в. // Социокультурная и научная деятельность российского музея

- в современных условиях: сохранение исторического наследия и перспективы развития : материалы II Междунар. науч. конф., посвящ. 160-летию со дня рождения М. В. Асеева, и III Всерос. науч. конференции. Тамбов: ИД Державинский, 2020. С. 7–11.
2. *Боханов А.Н.* Коллекционеры и меценаты в России. М.: Наука, 1989. 192 с.
 3. *Вятский край*. 1897. 29 апр.
 4. *Галвин М.* Российские Медици. Портреты предпринимателей. М.: Academia, 1996. 293 с.
 5. *Думова Н. Г.* Московские меценаты. М.: Мол. гвардия, 1992. 333 с.
 6. *Елисеенко С. М.* Деятельность благотворительных учреждений на территории Енисейской губернии в годы Первой мировой войны // Актуальные вопросы современной науки. 2014. № 34. С. 31–38.
 7. *Камский листок объявлений*. 1898. 1 марта.
 8. *Комлева Е. В.* «С капитала, навсегда им пожертвованного...»: эндаументы в купеческой среде Сибири (XIX – начало XX века) // Журнал фронтирных исследований. 2022. Т. 7, № 4. С. 42–58.
 9. *Конуник К. Е.* Благотворительный фонд как способ эффективной организации благотворительности // Наука и образование сегодня. 2018. № 4 (27). С. 103–105.
 10. *Курбатов В. Я.* Обзор художественных изданий общины св. Евгении. СПб., 1909. 18 с.
 11. *Левитский О.* Марки призывали к милосердию // Филателия. 2001. № 3. С. 16–19.
 12. Марка почтово-благотворительная. "В пользу воинов и их семейств. Аллегория. Россия опекает детей воинов". 8+7 копеек : [период создания: 1914 г.] // Госкаталог.РФ : офиц. сайт / Минкультуры России. URL: <https://goskatalog.ru/portal/#/collections?id=38970960> (дата обращения: 25.02.2024).
 13. Международная костюмированная рождественская ярмарка : [афиша]. М.: Лит. Ю. Кирстен, 1909. 1 л. Цифр. копия печ. изд. URL: <https://kp.rusneb.ru/item/material/mezhdunarodnaya-kostyumirovannaya-rozhdestvenskaya-yarmarka>. Доступ на сайте НЭБ Книжные памятники.
 14. Открытые письма, карточки с рисунками художников / худож. В. Шнейдер; Комитет попечения о сестрах Красного креста. СПб.: Лит. А. Ильина, 1898. 1 л. Цифр. копия печ. изд. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_010011661/. Доступ на сайте НЭБ.
 15. *Скоч А. В.* Меценатство и благотворительность в отечественном образовании XIX – XX веков. М.: СЭ-Пресс, 2004. 332 с.
 16. *Ульянова Г. Н.* Благотворительность в России в первой половине XIX в.: итоги и перспективы изучения законодательства и статистики // Электронный научно-образовательный журнал «История». 2021. Т. 12, № 2 (100). URL: <https://ras.jes.su/history/s207987840014110-0-1>.
 17. *Ульянова Г. Н.* Благотворительность в Российской империи XIX – начало XX века. М.: Наука, 2005. 402 с.
 18. *Ульянова Г. Н.* Филантропическая активность общества // Россия в годы Первой мировой войны: экономическое положение, социальные процессы, политический кризис / отв. ред. Ю. А. Петров. М.: Полит. энцикл., 2014. С. 446–468.
 19. *Ульянова Г. Н.* Целевые фонды в финансировании благотворительности: "Приступить к учреждению... заведений тогда только, когда к содержанию их назначены будут достаточные средства" // Ежегодная богословская конференция Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. 2013. № 23. С. 215–218.
 20. *Шебуев Н.* Жизнь в присядку : юморист. альм. : [Рассказы. Негативы. Переделки. Стихи]. М.: Тип. т-ва А. Д. Сытина, 1902. 96 с.
 21. *Шекова Е. Л.* Целевой капитал как новый источник финансирования учреждений культуры // Петербургский экономический журнал. 2015. № 1. С. 103–110.

References

1. Akolzina, MK 2020, *Blagotvoritelnaya deyatel'nost' kupechestva uездnykh gorodov Tambovskoy gubernii v XIX v. (Charity activities of merchants of district towns of Tambov province in the 19th century.)*, *Sotsiokulturnaya i nauchnaya deyatel'nost' rossiiskogo muzeya v sovremennykh usloviyakh: sokhraneniye istoricheskogo naslediya i perspektivy razvitiya*.

- Materialy II Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii, posvyashchennoy 160-letiyu so dnya rozhdeniya M.V. Aseyeva, i III Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii (Sociocultural and scientific activity of the Russian museum in modern conditions: preservation of historical heritage and prospects of development. Proceedings of the II International Scientific Conference dedicated to the 160th anniversary of M. V. Aseev's birth and the III All-Russian Scientific Conference)*, ID Derzhavinskiy publ, Tambov, pp. 7–11. (In Russ.)
2. Bokhanov, AN 1989, *Kollektsionery i metsenaty v Rossii* (Collectors and patrons of art in Russia), Nauka publ, Moscow. (In Russ.)
 3. *Vyatskiy kray 1897*, 29 April. (In Russ.)
 4. Galvin, M 1996, *Rossiyskiye Medichi. Portrety predprinimateley* (Russian Medici. Portraits of entrepreneurs), Academia publ, Moscow. (In Russ.)
 5. Dumova, NG 1992, *Moskovskiye metsenaty* (Moscow patrons of the arts), Mol. gvardiya publ, Moscow. (In Russ.)
 6. Yeliseyenko, SM 2014, 'Deyatelnost' blagotvoritelnykh uchrezhdeniy na territorii Yeniseyskoy gubernii v gody Pervoy mirovoy voyny' (Activities of charitable institutions in the Yenisei province during the First World War), *Aktualnyye voprosy sovremennoy nauki*, no. 34, pp. 31–38. (In Russ.)
 7. *Kamskiy listok obyavleniy* (Kama advertiser) 1898, 1 March. (In Russ.)
 8. Komleva, EV 2022, '«S kapitala, navsegda im pozhertvovannogo...»: endaumenty v kupecheskoy srede Sibiri (XIX – nachalo XX veka)' ("From the capital, forever donated by him...": endowments in the merchant environment of Siberia (the 19th - early 20th centuries)), *Journal of Frontier Studies*, vol. 7, no. 4, pp. 42–58. (In Russ.)
 9. Konunik, KE 2018, 'Blagotvoritelnyy fond kak sposob effektivnoy organizatsii blagotvoritelnosti' (Charitable foundation as a way to effectively organize charity), *Science and Education Today*, vol. 27, no. 4, pp. 103–105. (In Russ.)
 10. Kurbatov, VYa 1909, *Obzor khudozhestvennykh izdaniy obshchiny sv. Yevgenii* (Review of art editions from the St. Evgenia community), St. Petersburg. (In Russ.)
 11. Levitskiy, O 2001, 'Marki prizyvali k miloserdiyu' (Stamps called for mercy), *Filateliya*, no. 3, pp. 16–19. (In Russ.)
 12. Marka pochtovo-blagotvoritelnaya. "V polzu voynov i ikh semeystv. Allegoriya. Rossiya opekayet detey voynov" 8+7 kopeyek (Charity postage stamp. "In favor of soldiers and their families. Allegory. Russia cares for the children of warriors". 8+7 kopecks) 1914, *Goskatalog.RF*, viewed 25 February 2024, <https://goskatalog.ru/portal/#/collections?id=38970960> (In Russ.)
 13. 'Mezhdunarodnaya kostyumirovannaya rozhdestvenskaya yarmarka' (International Costume Christmas Fair)1909, *NEB Knizhnyye pamyatniki*, Lit. Yu. Kirsten publ, Moscow, viewed 31 January 2024, <https://kp.rusneb.ru/item/material/mezhdunarodnaya-kostyumirovannaya-rozhdestvenskaya-yarmarka> (In Russ.)
 14. *Otkrytyye pisma, kartochki s risunkami khudozhnikov. Komitet popecheniya o sestrah Krasnogo kresta* (Open letters, cards with artists' drawings. Committee for the Care of the Red Cross Sisters) 1898, Lit. A. Ilyina publ., St. Petersburg, https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_010011661/ (In Russ.)
 15. Skoch, AV 2004, *Metsenatstvo i blagotvoritelnost v otechestvennom obrazovanii XIX – XX vekov* (Patronage and charity in national education of the 19th – 20th centuries), SE-Press publ, Moscow. (In Russ.)
 16. Ulyanova, GN 2021, 'Blagotvoritelnost v Rossii v pervoy polovine XIX v.: itogi i perspektivy izucheniya zakonodatelstva i statistiki' (Philanthropy in Russia in the first half of the 19th century: legislation and statistics research results and perspectives), *The Journal of Education and Science "ISTORIYA"* (History), vol. 12, no. 2 (100), doi. 10.18254/S207987840014110-0 (In Russ.)
 17. Ulyanova, GN 2005, *Blagotvoritelnost v Rossiiskoy imperii XIX – nachalo XX veka* (Charity in the Russian Empire of the 19th – early 20th centuries), Nauka publ, Moscow. (In Russ.)
 18. Ulyanova, GN 2014, 'Filantropicheskaya aktivnost obshchestva' (Society's philanthropic activity), in Yu.A. Petrov (ed), *Rossiya v gody Pervoy mirovoy voyny: ekonomicheskoye polozheniye, sotsial'nyye protsessy, politicheskiy krizis* (Russia during the First World War:

- economic situation, social processes, political crisis), Polit. Entsikl. publ, Moscow, pp. 446 – 468. (In Russ.)
19. Ulyanova, GN 2013, ‘Tselevyye fondy v finansirovaniy blagotvoritel'nosti: "Pristupat k uchrezhdeniyu... zavedeniy togda tolko, kogda k sodержaniyu ikh naznacheny budut dostat-ochnyye sredstva" (Trust funds in the financing of charity: “Proceed with the establishment of... institutions only when there are sufficient funds for their maintenance”), *Yezhegodnaya bogoslovskaya konferentsiya Pravoslavnogo Svyato-Tikhonovskogo gumanitarnogo universiteta* (Annual Theological Conference of the Orthodox St. Tikhon's University for the Humanities), no. 23, pp. 215-218. (In Russ.)
 20. Shebuyev, N 1902, *Zhizn v prisyardku* (Life in a squat), Tip. t-va A. D. Sytina publ, Moscow. (In Russ.)
 21. Shekova, EL 2015, ‘Tselevoy kapital kak novyy istochnik finansirovaniya uchrezhdeniy kul'tury’ (Endowment fund as a new source of funding for cultural institutions), *St. Petersburg Economic Journal*, no. 1, pp. 103–110. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 16.04.2024
Одобрена после рецензирования: 21.06.2024
Принята к публикации: 13.09.2024

The article was submitted: 16.04.2024
Approved after reviewing: 21.06.2024
Accepted for publication: 13.09.2024

Приложения

Приложение № 1

ПРИГЛАШАЕМЪ ВАСЪ НА
БАЗАРЪ въ пользу Попечительства о Бѣдныхъ Евангели-
ческаго Исповѣданія въ Москвѣ, состоящаго
подъ Покровительствомъ Ея Императорскаго Высочества, Великой
Княгини Маріи Павловны.

„Международная
Костюмированная
Рождественская
ЯРМАРКА“
4, 5, 6 и 7 Дек. 1909.



Лит. Ю. Кирстенъ, премія Б.Р. Менертъ, Москва.

**ВО ВСѢХЪ ЗАЛАХЪ
РОССІЙСК. БЛАГОРОДНАГО СОБРАНІЯ**

4-го Декабря отъ 6 ч. веч. до 12 ч. ночи.
5-го и 6-го „ „ 3 „ „ 12 „ „
7-го „ „ 3 „ „ 3 „ „

БЕЗПРЕРЫВНО: ЗАБАВА
ВЕСЕЛЬЕ
МУЗЫКА.

Продажа разнообразныхъ предметовъ по магазиннымъ цѣнамъ.
Лоттерей-аллегри по 25 коп. билетъ.
Главный выигрышъ планино известной фабрики М. Шидмайеръ, въ Штуттгартѣ.
Весенній праздникъ въ Швеціи.
Танцы, пѣніе, народныя увеселенія.
Ресторанъ на Океанскомъ Пароходѣ.
Американскій Баръ.
Бутылка Гигантъ „Муммъ“
Погоня за шампанскимъ.
Кафе „Дунайскія Волны“
Уютная Старая Вѣна.
Моментальная фотографія.
Боярскій теремокъ XVI вѣка.

Знойный уголокъ Испаніи.
Новѣйшія игры въ счастье со всевозможными сюрпризами, между проч.— роскошный серебряный сервантъ фирмы Н. Фаберже, цѣною въ 450 р.
Сказочный домикъ изъ пряниковъ.
Катаніе съ горъ.
Извѣстный оркестръ Е. Кончекъ.
Елка и проч. и проч.
ВХОДЪ 1 руб. включая благотв. оборъ.
Дѣти въ сопровожденіи взрослыхъ—бесплатно.

ПЕРВЫЕ 10.000 БИЛЕТОВЪ дають право на ПОДАРОКЪ при входѣ.

Печатать разрѣшается 23 Ноября 1909 г. Московскій Градоначальникъ Генераль-Майоръ Адриановъ.

Международная костюмированная рождественская ярмарка.
Афиша. Литография Ю. Кирстен. 1909.



Афиша СПб Комитета попечения о сестрах Красного креста. 1898 г.