

# ТОРГОВЛЯ КАК ФАКТОР КУЛЬТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: ПРИМЕР САРДИНИИ

**А. Мажиа**

(пер. с ит. *О.Д. Фаис-Леутской*)

**Армандо Мажиа** | <http://orcid.org/0000-0002-2920-6921> | [maxiaarmando@tiscali.it](mailto:maxiaarmando@tiscali.it) | PhD, директор | Этнографический музей сардинской горской культуры (Парко Comunale Пастиссу Аритцо, пров. Нуоро, 08031, Италия)

## *Ключевые слова*

Сардиния, горные ареалы, закрытость, торговля, мобильность, торговцы, стереотипы восприятия

## *Аннотация*

В статье в парадигме антропологии и истории рассматривается фактическое зарождение феномена торговли как фактора изменения мировоззрения населения горных районов Сардинии – этого закрытого пастушеского ареала. Автор анализирует специфику кустарной, внутриостровной, преимущественно мелкой коммерции и ее агентов, ассортимент предлагаемой продукции, отношение местных жителей к людям, продающим им товары. В сравнительно-сопоставительном плане осмысляются особенности видения пространства и движения как представителями пастушеской/крестьянской среды, так и торговцами. Различие во взглядах этих групп населения во многом повлияло на восприятие коммерческой деятельности сельским сообществом и на его взаимоотношения с торговым сословием. Исследование основано на полевых материалах автора и отличается новизной, поскольку проблема эндогенных метаморфоз традиционного общества, тем более применительно к Сардинии, не анализировалась ранее в свете торговых процессов; актуальность работы предопределена тем, что многие сложившиеся в древности черты внутренней коммерции прослеживаются в современных торговых явлениях в регионе.

**А**нтропологическое исследование торговли направлено, как правило, в основном на сугубо экономические явления в жизни общества, на проблемы развития коммерции как части хозяйства той или иной группы населения. Не меньшее внимание уделяется и внешним последствиям торговых операций – процессам взаимовлияния культур различных, часто удаленных друг от друга общностей, взаимодействующих в ходе “игр обмена” (если использовать термин Ф. Броделя).

Значительно реже торговля изучается с позиции внутренних эндогенных метаморфоз социума, особенно традиционного. С нашей точки зрения, необходимость в такого рода исследованиях давно назрела. Вследствие привносимых

---

Статья поступила 01.04.2024 | Окончательный вариант принят к публикации 25.04.2024  
*Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (Chicago Manual of Style, Author-Date):*

*Мажиа А.* Торговля как фактор культурных изменений: пример Сардинии // Этнографическое обозрение. 2024. № 3. С. 53–70. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030046> EDN: BRPAEG

Maxia, A. 2024. Torgovlia kak faktor kul'turnykh izmenenii: primer Sardinii [Trade as a Factor of Cultural Change: The Case of Sardinia]. *Etnograficheskoe obozrenie* 3: 53–70. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030046> EDN: BRPAEG

---

*Этнографическое обозрение* | ISSN 0869-5415 | Индекс 38741 | <http://eo.iea.ras.ru>  
© Российская академия наук | © Институт этнологии и антропологии РАН

торговлей инноваций происходят мутации царящих в обществе взглядов, формировавшихся веками психологических, экзистенциальных установок, стереотипов, стандартов видения мира, Себя и Другого, меняются границы и сущности окружающего человека пространства, место индивида и общности в этой вселенной. В своей статье мы обращаемся к примеру Сардинии – консервативного, закрытого сельского региона, воплощающего в себе “органичное единство двух отличающихся, противоборствующих и вместе с тем взаимосвязанных миров: мира крестьянства и пастушества, мира равнин и гор” (Contu 2014: 41), – чтобы проследить на нем обусловленные “играми обмена” глубокие культурные изменения, затрагивающие основы традиционных миропорядка и мировидения населения. В частности, мы хотим остановиться на примере замкнутых пастушеских общин центральной горной области Барбаджа: объектом исследования становятся процессы внутриостровной торговли, постепенно охватывающие территорию всего острова, а в горах стартовавшие лишь в XVI–XVII вв.

Сразу отметим: применительно к Сардинии интересующая нас проблема никогда ранее не была объектом изучения, что предопределяет абсолютную новизну нашего исследования; автор сознательно делает упор преимущественно на полевые материалы – результаты опросов и включенного наблюдения. Особая актуальность работы обусловлена тем, что многие из отмеченных в статье древних торговых феноменов не просто сохранились, они во многом формируют современную специфику внутреннего и внешнего обмена в регионе.

Прежде чем перейти к фактологической части исследования, подчеркнем некоторые принципиальные моменты. В первую очередь отметим, что отношения сардинцев с торговлей – как с “дальней” (за пределами острова), так и с внутренней (на территории Сардинии) – раскрываются исключительно в свете их отношений с доминантами островного пространства – морем и горами. На протяжении истории в обществе и науке утвердились представления о талассофобии (боязни моря) сардинцев и об их орофилии (любви к горам). Это подтверждают и сардинский фольклор, прямо указывающий на море как на источник внешней агрессии и опасности, и – косвенно – теории многочисленных ученых, доказывающих, что “враждебность” жителей островов к морю предполагает поворот к нему спиной и тотальную изолированность от внешнего мира.

Более того, в академической традиции Сардинии господствуют утверждения о “горном характере” культуры региона, вследствие чего остров наделяется гипертрофированной закрытостью, изолированностью, усиливающейся по мере приближения к горам, и тем самым обрекается на определенную, почти генетическую инвариантность развития исторических событий (Brigaglia 1982: 2). В этой связи уместно вспомнить основателя Школы “Анналов” Л. Февра: сформулированная им дихотомия базируется на понятиях “острова-тюрьмы” (фр. *îles conservatoire-prison*), обрекающие и обреченные на состояние физической и психологической изоляции, и “острова-перекрестки” (фр. *îles carrefour*; напр., Сицилия) – открытые для общения и приглашающие к нему, что влечет за собой последующую культурную гибридизацию и изменения (Febvre 1970: 222). Однако очерченная Л. Февром парадигма апеллирует к крайним, полярным утверждениям, своего рода категорическим максимам (тотальная изоляция vs всеобщая открытость), не отражающим конкретные реалии того или иного острова.

Как отмечает М. Бригалья, в сардинском регионоведении утвердилась точка зрения, согласно которой горы суть ареал абсолютной культурной закрытости

и неконтактности (*Brigaglia* 1982: 8). Весьма симптоматично, что и символические представления самих сардинцев об окружающем их пространстве, сводящиеся к противопоставлению *bidda* и *montes*, “деревни” и “гор”, приписывают вторым (горам) господство над территорией за пределами хабитата. В отличие от прибрежных равнин — локуса открытости, цивилизации и рыночной экономики, горный ландшафт в видении населения есть знак натурального хозяйства и изоляции, архаичности его жителей (ПМА). Однако, как указывает антрополог Д. Анджони, утверждение об абсолютной изолированности гор предвзято и некорректно. Так, горным сообществам присущи некие “промежуточные состояния” между тотальным замыканием на себе и открытостью внешнему миру, а также “движения двойной полярности: изоляции—вовлеченности и сохранения—трансформации” (*Angioni* 1982: 6). Эти особенности позволяют учесть и объяснить все присущие конкретным культурным реалиям внутренние различия и противоречия (в том числе, напр., мобильность людей и обмен товарами даже в тяготеющих к интровертности районах).

О торговле в Сардинии до XVI—XVII вв. известно не так много “не столько в силу недостаточного количества источников, сколько в силу слабых позиций торговли, а часто и абсолютного отсутствия полноценных торговых контактов” (*Puddu* 2011: 19), даже если иметь в виду более развитые приморские и равнинные части острова. Если говорить о внутренних районах Сардинии, где до середины XX в. в основном господствовал натуральный внутридеревенский обмен, можно констатировать, что о торговле здесь практически ничего не известно. Есть только фрагментарные сведения о “проникновении” в горы в позднем Средневековье пизанских и генуэзских купцов (*Amat di San Filippo* 1998: 44); начиная с XVII в. документируются осуществляемые мелкими торговцами в портовых городах достаточно редкие торговые операции с Барбаджей (*Seche* 2020: 88—89), порой приобретавшие международный характер. Так, овечья шерсть разного качества, дичь, шкуры крупного рогатого скота, оленей, косуль, кабанов и т.д. из пастушеской, покрытой лесами Барбаджи уходили в Барселону, Неаполь, другие европейские города. Назад же возвращались востребованные локальными элитами и производимые иберийскими и итальянскими мануфактурами дорогие шерстяные, льняные, молескиновые ткани, из которых в горных деревнях шили одежду, а часто и одеяла (*Seche* 2020: 98—100). Привозились и готовые предметы одежды, отвечавшие последней моде: бриджи, плащи, перчатки, обувь и береты, а также ценные сопутствующие товары, например, шелковые подкладки и красящие вещества для тканей.

Эти документально подтвержденные торговые контакты с горными деревнями предполагают наличие социально признанного института местных торговцев и делают несостоятельным бытующий в научной литературе тезис о господстве натурального хозяйства в горных районах Сардинии и о полном самообеспечении населения. Как свидетельствуют источники, завозились не только высококачественные материалы “для богатых”, но и востребованные народными слоями обычные (напр., шерстяные) ткани, которые, очевидно, не производились самими местными жителями (*Seche* 2020: 99).

К этому же периоду, по-видимому, относится появление в сардинском языке термина *biajantes* (от исп. *Viaje* — “странствие”), обозначающего бродячих торговцев и нанятых ими лиц, верхом на лошади развозящих по всему острову товары, произведенные местными жителями, а также дары лесов, чтобы обменять

их на продукцию, которую невозможно найти в родных местах. Эти “развозчики” товара, именуемые также *ventureris* (от исп. *ventura* – “судьба, удача”), – что подчеркивало рискованность торгового начинания, требовавшего инвестиций и свободных средств (необходимо было содержать лошадей и мулов – основное транспортное средство, строить склады для хранения товаров и т.д.) – вплоть до середины XX в. оставались едва ли не самыми главными фигурами в островной коммерции.

С XVII в. в Сардинии термин *biajantes* все чаще применяют в отношении горцев, которые постепенно втягиваются в процессы торговли, в первую очередь как поставщики снега и льда (*Mannia* 2014: 29). Этот драгоценный товар заготавливали зимой и хранили в земляных ямах, специально выложенных и закрытых папоротником и соломой, а в период с апреля по октябрь ежедневно отправляли караванным путем в Королевский дворец Кальяри и в другие дворянские резиденции, где его использовали для консервации продуктов питания и для охлаждения напитков и шербетов. Часть снега и льда следовала более длинным и сложным маршрутом, требовавшим нескольких дней пути, – на север Сардинии в города Альгеро, Сассари, Плоаге и в равнинные приморские районы, где были сосредоточены виллы аристократии.

Установленная испанским налоговым ведомством исключительная монополия на продажу снега в начале XVII в. самим верховным испанским правителем была предоставлена трем местным жителям одной деревни – Аритцо (Барбаджа), сосредоточившим в своих руках весь этот промысел, и предполагала ряд привилегий. На подхвате у предпринимателей была целая группа *biajantes*, обеспечивавших бесперебойное снабжение снегом и льдом тех мест, где эти товары “не должны были отсутствовать” (*Paba* 1997: 44–47). Отметим, что такие сбытовые цепи действовали до середины XX в., пока добыча льда не была вытеснена его промышленным производством. Таким образом, начиная с XVII в. снег и лед, которые, как правило, ассоциировались в пастушеских сообществах с риском для людей, скота и всей отрасли, в контексте Барбаджи постепенно утверждаются как позитивный символ, как детерминанта самоидентифицирования жителей одной *bidda* и идентифицирования их населением окружающих деревень.

Ко второй половине XIX в. субэтнотермин “жители Аритцо” (сард. *aritzesos*) для большей части острова превращается в известный торговый бренд, за которым стоят как бродячие торговцы – уроженцы этой деревни, так и их специфические товары: помимо снега и льда, это фундук, грецкие орехи, каштаны, а также *carapigna* – кустарное мороженое, эксклюзивная продукция Аритцо, и нуга (сард. *turrone*) – специалитет соседней деревни Тонара, который также сбывали *aritzesos*. Мороженое и нуга были символом всех островных народных торжеств: “...праздник не был настоящим праздником на Сардинии, если на нем не было *carapigna* и нуги из Тонары” (*Angioni* 1976: 65).

Сбыт тех или иных горных товаров в течение года следовал двум торговым циклам. Первого цикла придерживаются до сих пор; это период с весны до осени, как правило, до начала октября. Торговцы, ориентировавшиеся на календарь народных, посвященных святым покровителям деревенских праздников, начинали ездить по острову на следующий же день после Большой Пасхи (сард. *Pascha manna*)<sup>1</sup> (т.е. собственно Пасхи). В это время, помимо льда, продавали нугу, с приходом тепла – мороженое, а также собранный предыдущей осенью фундук, который, в отличие от каштанов, меньше подвергался порче и дольше

сохранялся. Часто в путь пускались сами сборщики орехов, поскольку крупные торговцы, или оптовики (сард. *is compradores*), скупавшие урожай лесной продукции, оплачивали его по “подлой цене” (сард. *a unu minispretziu*).

Второй торговый сезон был связан со сбытом свежего урожая – даров леса: фундука, грецких орехов и, главное, каштанов. Эта продукция достигала даже отдаленных районов острова, но в основном торговцы направлялись в богатые зерном равнины, где продавали или выменивали свой товар на пшеницу и бобовые, не вызревавшие в горах. Сезон открывался с “выезда на всех святых” (сард. *su viaggiu de tott'is santos*) – в начале ноября, после завершения сбора лесных даров и продолжался до конца “рождественского выезда” (сард. *su viaggiu 'e Pasca*) (Angioni 1976: 67), а – если год выдавался особенно урожайным – то и до конца “выезда на Св. Антония” (сард. *su viaggiu de Sant'Antoni*) (17 января), после чего торговля замирала до весны.

Этим отлаженным графиком пренебрегали самые отчаянные, предприимчивые или расчетливые *biajantes*, решавшиеся следовать более эффективной торговой тактике и прибегавшие к практике “откочевков”: покинув родную деревню, они выбирали себе стратегически важную точку, в которой обустроивались, создавали склады продукции на весь сезон и уже из них сбывали товары по *sa pratza* – окрестному ареалу. Некоторые окончательно оседали в новых местах, осваивали дополнительно сбыт древесины и угля и возвращались в родные деревни лишь для проведения выгодных торговых сделок или в большие праздники, также обещавшие прибыль.

С XIX в. торговое измерение приобрели ремесла, процветавшие в Барбадже (кузнечное, столярное дело). Так, по всему острову, наряду с *carapigna* и нугой, горцы-“купцы” развозили *sonaggias* – бронзовые (латунные) ботала для скота<sup>2</sup>, а также деревянную, сделанную вручную утварь: разделочные доски, ковши, кухонные ложки, формы для производства сыра, гигантские уполовники для муки и крупы, хлебные лопаты и т.д. Эти артефакты никогда не были объектами мена (за них всегда платили монетой), торговали ими на специализированных ярмарках скота, где наряду с овцами, волами, лошадьми, коровами предлагали и сопутствующий товар. Подобные торжища, проводимые по случаю религиозных праздников (Сан-Мауро-Ди-Соро в Барбадже, Сан-Лючия в Сарчидано, Сан-Марко в Ольастре и т.д.), предлагали широкий спектр ботал, конских сбруй и удил, а также характерных больших ножей (сард. *leppe*), которые и сегодня куют кузнецы горной деревни Гавои. Торговцы из Изили продавали произведенную местными ремесленниками медную утварь, в том числе котлы для пастухов и “деревенских” – этот товар расходился по всему острову. Жестянки и лудильщики из Джерджеи (торгующие ремесленники), переходя от деревни к деревне, продавали или латали оловом металлические емкости для жидкостей.

К началу XX в. в Барбадже преобладали мелкие “купцы”, располагавшие достаточно скудными товарами и капиталами и передвигавшиеся в одиночку преимущественно короткими маршрутами; примером могут служить горцы, торговавшие древесиной. Это были *massaos*, крестьяне, владевшие *giuo e carru* – повозкой, запряженной тягловыми волами. Регулярно спускавшиеся на равнины для вспашки полей, они перевозили туда для продажи каштановый брус, используемый для различных построек, и гибкие жерди из орешника, из которых делали обручи для бочек. Наряду с *massaos* подобные “торговые миграции” совершали и продававшие свою продукцию ремесленники, например, *buttajos* –

бондари, “специалитет” Аритцо. С середины августа по октябрь они вместе со своим материалом (каштановые доски) и готовым товаром посещали центры виноделия на юге острова, где продавали привезенные бочки, на месте изготавливали новые и ремонтировали изношенные.

Едва ли не самый знаменитый, производимый и сегодня в горах товар — *cascia*, массивные, высокие резные сундуки из каштана, которые по традиции делают только в Аритцо. Входящие в состав приданого невесты и востребованные по всему острову, они веками выполняли функции гардероба. Описывая их, этнограф начала XIX в. А. Ла Мармора отмечал, что “стенки и крышку *cascia* покрывает резьба с изображением птиц и фантастических животных” и что сундуки “привозят для продажи в далекие деревни разобранными, на спине лошади”, в специальных металлических конструкциях, надеваемых поверх седла, а затем собирают на месте (*La Marmora* 1868: 228–229). Как свидетельствуют ответы респондентов, такая техника перевозки и поставки сундуков в деревнях высокогорья Барбаджи сохраняется и сегодня (ПМА).

Уместно задаться вопросом о формах платежа, с которыми сталкивались торговцы на острове. До середины XX в. в Сардинии из-за слабого денежного обращения наличные платежи были редкими. Расплачиваться деньгами могли только те, кто получал фиксированную заработную плату (государственные служащие, учителя, врачи и т.д.), т.е. подавляющее меньшинство населения. Большая же часть транзакций представляла собой сохранившийся и сегодня прямой обмен продуктами (*Maxia* 2003: 154). Существовали жестко установленные нормы обмена, отличавшиеся в разных частях острова и менявшиеся в разные исторические периоды. Так, в некоторых местах вплоть до 60-х годов XX в. мера “с верхом” (сард. *a ciccuru*) каштанов и фундука обменивалась на меру “по горлышко” (сард. *arrasu*) пшеницы (сард. *trigu*), а две меры каштанов на три меры бобов. В более сытые периоды каштаны “шли” наравне с бобами и нутом: одна мера каштанов в обмен на одну меру бобовых (*Ibid.*). В более “щедрых на зерно” областях, таких как Кампидано или Ористано, мера “с верхом” использовалась для пшеницы (ПМА). Универсальных для всех областей мер веса не было: при натуральном обмене торгующие оперировали какой-либо емкостью, используемой в конкретной местности. Однако при денежных платежах замер происходил в литрах, которыми и сегодня в Сардинии по традиции измеряют сыпучие продукты.

Бобы, полученные при обмене, горцы в самом Кампидано часто продавали *carrattoneris* — местным возчикам (в свою очередь сбывавшим их аграрным консорциумам), а часть зерна — другим крупным торговцам, которые реализовывали его учрежденным еще при испанцах и просуществовавшим до 60-х годов XX в. своего рода зерновым банкам (*Monti granatici*), снабжавшим бедных крестьян посевным материалом. Если эти операции удавались, горцы возвращались домой и с денежным заработком, и с частью полученной в обмен продукции, находившей высокий спрос в родной деревне.

В периоды стагнации рынка участники обмена продавали товар (бобы, пшеницу, нут и чечевицу) в родной деревне в розницу (бобы, напр., — частью как пищевой продукт, частью как фураж для скота), а непроданное упаковывалось и (со второй половины XIX в.) отправлялось поездом до ближайших от селения станций, а оттуда доставлялось до места на повозках, запряженных волами.

Стоит отметить, что еще во второй половине XX в. в Барбадже и в целом в Сардинии, как в более архаичные эпохи в других регионах, деньги гораздо чаще

служили мерой подсчета, нежели оплаты (*Bloch* 1981: 62–63). Даже привозимый с гор уголь на равнине был объектом мена. При этом его цена оговаривалась в денежном исчислении, но оплата фактически осуществлялась зерном, вином, маслом, мелким, а порой и крупным скотом и т.д. Из продуктов питания только *carapigna* и нуга оплачивались деньгами, принося порой такую высокую выручку, что кустарные кондитеры по завершении сезона продаж (если не брались за продажу каштанов) могли наслаждаться заслуженной зимней передышкой.

По свидетельствам как исследователей, так и респондентов, оплата деньгами в целом касалась почти исключительно тех (чаще всего пищевых) товаров, которые потреблялись в эпоху “священного” или праздничного времени (*Gallini* 2003: 270–281; ПМА). Именно эти товары отмечали символическое вступление в царство равенства, пусть иллюзорного и реализуемого только на ритуально-мифологическом уровне, предполагавшего доступ каждого в том числе и к ценным товарам – в царство, в котором “сингуляризация благополучия искупается переживаемым сообществом наслаждением собственным праздником” (*Gallini* 1973: 75).

В ходе антропологического анализа роли торговли в горных районах важно рассмотреть взаимоотношения продавцов с социумом (в том числе со своим). Отметим сразу: традиция предполагает осуждение торгующих. Наиболее одиозными фигурами считались *compradores mannos* – крупные оптовики, подвергавшиеся суровому общественному порицанию. Эти сельские “вольноотпущенники”, обычно переезжавшие в город, уже в силу своих занятий бросали вызов всему, что считается хорошим и справедливым в системе деревенских ценностей (*Angioni* 1986: 163–164). Занятые систематическим выкачиванием местных ресурсов, они раздражали, вызывали осуждение и страх, считались ворами, выскочками, *immusteri* (от исп. *impostor* – “обманщик”) – т.е. лживыми созданиями, которых приходится терпеть. В отличие от *biajante*, у *immusteri* в деревне не было друзей, были в лучшем случае “подельники”, с которыми оптовиков связывали деловые контакты, что делало крупных торговцев еще более непривлекательными для земляков. По народным меркам еще более отвратительно то, что они даже “не свое продают”, а “барышничают” (ПМА). Согласно сохраняющейся и по сей день традиционной логике деревенского мышления непонятно, как могут “прибывать деньги” у лиц, занятых коммерческой деятельностью, тем более масштабной, т.е. у тех, кто ничего не производит, но живет при этом богаче других (*Angioni* 1986: 164.); к числу этих и сегодня осуждаемых лиц относят крупных торговцев зерновыми, бобовыми, мясом, молочными продуктами, сырами и т.д. (ПМА).

Несколько менее одиозны в народном видении мелкие оседлые торговцы, остающиеся в родной деревне: они предсказуемы в своих действиях и “ближе к остальным” (ПМА), о чем свидетельствует даже общепринятое обращение к ним – “дядя” (сард. *su tziu*); так обычно адресуются к старикам деревни, не являющимся родственниками. Это, правда, не означает, что торговцы свободны от подозрений в возможном обмане (ПМА).

Осуществлявшие небольшие коммерческие сделки бродячие торговцы-горцы – “столпы” сардинской внутренней торговли, хотя и не провоцировали столь резко негативных реакций в традиционном деревенском обществе, были для него, однако, фигурами смутными и малоуважаемыми, им не доверяли. Подобные оценки были обусловлены неопределенностью их перемещений, мобильностью (в корне отличающейся от мобильности пастухов, которые, передвига-

ясь, фактически “уносили с собой свой традиционный мир, не изменяя ему”) (*Mannia* 2014: 143), уходом от канонов деревни, от раз и навсегда заданного образа жизни, от социального контроля коллектива, а следовательно, и неизбежным пренебрежением ими всеми деревенскими ценностями (*Dettoni* 2014: 10). Весьма показательным, что в некоторых районах Сардинии население и сегодня верит, что прибытие торговцев “с гор” приводит к наступлению непогоды; местные раздраженно называют их *culu bentosos*, буквально “ветряными жопами”, теми, кто “пускает ветры” (ПМА).

В основе этих сохраняющихся и в настоящее время у большинства жителей сельской Сардинии представлений о торговле (а точнее — о торговцах) лежит, очевидно, не столько имеющее религиозные корни моральное осуждение меновой стоимости, клеймящее продажу товара по более высокой цене как противоречащее божеским законам (*Le Goff* 1977: 3–5), сколько осознание того, что плод твоего собственного труда входит в схему обмена, которая больше не контролируется теми, кто производит (*Lai* 1996: 102).

Не следует умалять также значимости зависти, царившей в горных сардинских деревнях, уровень жизни в которых был крайне низким. Зависть была и продолжает оставаться триггером негативной интерпретации и осуждения богатства — по мнению большинства местных жителей, оно достигается только воровством или, реже, благодаря случайности, окказиональному фактору, непредвиденному событию, что в любом случае не спасает разбогатевшего от критики и остракизма. Как подчеркивают исследователи и признают сами респонденты, именно зависть представляет собой ту движущую силу, которая давала и дает добро на маргинализацию и осуждение лиц, вышедших за рамки требуемого, но мифического имущественного равенства в деревенском коллективе (тех, кто чрезмерно оскорбляет других, демонстрируя свое благополучие, в том числе и торговцев), и именно она фактически способствовала и способствует сегодня поддержанию равновесия в локальных сообществах (*Gallini* 1973: 108–112, 18; ПМА).

Что касается самооценки мелкого торговца, равно как и видения его остальным сообществом как фигуры смутной, то истоки такого отношения во многом становятся очевидными в свете социолингвистики. Известно, что социальные, маргинальные, профессиональные группы в определенных ситуациях прибегают к секретным субкодам, социолектам и аргю, т.е. к использованию специальных, отличных от общепринятых средств коммуникации; это явление особенно присуще представителям мигрирующих/мобильных профессий, например, уличным торговцам, странствующим ремесленникам и т.д. (*Geremek* 1979: 725). При этом создается своего рода эзотерический язык, с помощью которого маргинальная (профессиональная) группа обособляется и пытается сделать непонятным для посторонних общение своих представителей. Такая ситуация присуща и Сардинии, где, наряду с семейными идиолектами, базирующимися на гиперкодированных элементах, к которым прибегали, чтобы в присутствии чужих или подростков говорить о вещах, которые полагалось скрыть, также использовались сленг-модули, именуемые *suspos* (*Pira* 1982: 69–70).

Выражение “говорить на *suspu*” (сард. *foeddare in suspu*), которое народная этимология, прибегая к гиперкодированному сокращению, выводит от *suspettu* (с сард. “подозрение”, “подозрительный”), подразумевало язык, понимаемый только теми, кто должен понимать (*Ibid.*: 70). *Suspu*, используемый и *biajantes*, отличался широким набором приемов: от метафор или синонимов, т.е. замены



смысла (в результате смысловой перестановки выражений, как заметил один из пионеров изучения сленга лингвист Г.И. Асколи [*Ascoli* 1861: 102–142]), до средств семантического порядка, предполагающих наличие специфичного, хотя и ограниченного лексического фона, связанного с осуществляемым ремеслом. Наконец, применялось и введение дополнительных букв-, слогов- или суффиксов-“паразитов” для искажения слова: например, к каждому слогу добавлялся новый, образованный фиксированным согласным (скажем, буквой *b*), за которым следовала конечная гласная предыдущего слога. Хотя ключ расшифровки этого секретного идиома легко обнаруживался при тщательном анализе, беглость использования и скорость разговора делали речь непонятной для непосвященных.

Обратимся к примеру *is pistaggiarius* – бродячих торговцев медной утварью из д. Изили и к аргю, который до сих пор использует это профессиональное сообщество. Известный как *arbaresca*<sup>3</sup> или *romaniscu*, *pavela romanisca*, но в первую очередь как *arromanisca* (что, очевидно, происходит от слова *arrominaju*<sup>4</sup> – “медник”), этот идиом, согласно последним научным расшифровкам, в значительной степени увязывается с сильными лексическими влияниями диалекта Кампидано и “загрязнен” неким локально сформированным “хитрым сленгом” (*Dettori* 2014: 18–23). Этот вывод опровергает прозвучавшее в более ранних исследованиях предположение о связи этого идиома с балканским и цыганским языковыми субстратами. Имеющиеся в языке медников албанизмы малочисленны и, по-видимому, обусловлены контактами с мигрировавшими в Сардинию калабрийскими котельщиками, соседствовавшими на родине с албанскими анклавами, а не заимствованы у гипотетических цыганских общин, появившихся-де на острове в XV в.

Этот идиом использовали исключительно торговцы медной утварью, а ее производители им не владели, хотя и понимали сказанное. Отметим, что “на людях” торговцы старались ограничивать код секретности, чтобы не вызвать недоверия у покупателей и не оттолкнуть их (ПМА). Однако к *arromanisca* прибегали не только в целях секретности (чтобы не разглашать собственные дела или чтобы внутренне консолидироваться перед лицом всеобщего осуждения), но порой и в игровых целях – для разрядки напряжения и самоутверждения в какой-то ситуации, чтобы поддеть не понимающих аргю односельчан и “пройтись на их счет”, и наконец, ради сугубо лингвистического удовлетворения и одномоментного чувства превосходства над остальными (ПМА).

Следуя сезонным циклам, торговцы передвигались на запряженной лошадью повозке по всему острову (от внутренних до прибрежных районов), объезжая ярмарки и деревенские праздники, где обменивали привезенные ими товары на другие. Денежная оплата, как отмечалось выше, была редкой и получила распространение весьма поздно, уже в недавние времена. Поездки могли длиться месяцами, а их маршруты и направления варьировались в зависимости от сезона. Пауза наступала только в сезоны дождей и чрезмерной жары. На равнины Кампидано выгоднее было спускаться в период сбора урожая, когда население могло себе позволить приобрести медные сосуды или выменять их на зерно. Осенью и весной, до или после возвращения пастухов с зимних перекочевков торговцы направлялись в районы пастбищ (в Барбаджу, Маргине, Гочeano, Логудоро) и в высокогорные зоны отгонного скотоводства, а зимой – в северные районы острова (в Логудоро и Галлуру). В результате обмена, помимо зерна, *is pistaggiarius*

привозили домой мешки, сыры, шкуры и другие ремесленные изделия из различных районов, например деревянную утварь из высокогорных деревень.

Проблема рациона, во время путешествий в силу бережливости очень скудного даже в середине XX в., решалась использованием продуктов, полученных в обмен на товары, или посещением недорогих таверн, во дворах которых торговцы могли остановиться и провести ночь на своих повозках. В других случаях они ночевали под открытым небом либо, когда им разрешали, в домах или овчарнях в Барбадже, Нурре и Галлуре (зонах традиционного гостеприимства), где с населением, особенно с пастухами, которым *is pistaggiarius* продавали, меняли или латали котлы (сард. *is trattonius*)<sup>5</sup>, их связывали длительные и прочные, из года в год возобновлявшиеся отношения.

Профессиональная мобильность и изоляция в родном сообществе способствовали тому, что торговцы (из соображений солидарности) устанавливали отношения со всеми странствующими и девиантными в глазах социального большинства персонажами. Речь шла не только о других бродячих торговцах (продавцах каштанов, корзин, сит<sup>6</sup> или деревянных поделок), но и о полностью маргинальных в этическом видении населения лицах — составителях и продавцах гороскопов, гадателях (заявлявших о своем приходе в деревню игрой на аккордеоне), даже о бандитах и беглецах<sup>7</sup>, которые свободно перемещались по сельской местности с оружием в руках. Такое своеобразное окружение приводило к тому, что мнение о торговцах, и так в основном негативное, еще больше ухудшалось.

По сведениям респондентов, товары, предлагаемые *is pistaggiarius*, были настолько востребованы в хозяйстве, что отчасти нивелировали раздражение населения (ПМА). Речь идет о широком спектре изделий — от котлов для коллективного использования, особенно для варки сыра, до домашней утвари: котелков, сковородок, кастрюль, мангалов и грелок для кроватей. Предметы часто были украшены точечным орнаментом с традиционными для Сардинии цветочными, геометрическими, астральными мотивами и служили не только практическим, но и декоративным и обережным целям. Особенно востребованными слоями населения было (и остается) *su prattu 'e case* — блюдо для дичи<sup>8</sup> (своеобразный символ статуса), часто используемое в качестве подарка на свадьбу.

Продавец медных изделий должен был обладать коммерческой жилкой, а в условиях еще недавней низкой грамотности населения еще и умением “прочитать” символические, нацарапанные ремесленником каракули, обозначающие вес и цену изделия. Кроме того, он должен был уметь так отладить *su ganciu furadore* (с сард. “воровской крюк”), т.е. безмен, чтобы вес товара был завышен.

Но самым важным для торговца было умение оценить реакцию потенциальных покупателей в той или иной части острова, а это требовало хорошего знания культурных особенностей и психологии местного населения. Так, в среде бродячих торговцев, да и в целом в Барбадже было распространено представление, что обману проще поддаются обитатели Юга Сардинии, в частности *maureddos*<sup>9</sup> (от *maurellos* — “берберы”, в V в. переселенные в Сардинию) ареала Сульчис—Иглезиас. Значительно большую бдительность приходилось проявлять по отношению к жителям центральных и северных районов острова, по общему мнению, отличавшихся подозрительностью и вспыльчивым характером (ПМА).

Возвращаясь к своеобразному языку торговцев медными изделиями, подчеркнем, что для них именно арг служит основанием для самоидентификации, а также средством защиты их интересов как “пограничной” группы (ПМА).

Для окружающих же аргю – профессиональное тавро торговцев, знак их маргинальности. Неприятие торговцев и “деревенских” было взаимным. *Pistaggiarius*, отплачивая местным той же монетой, “создавали” пейоративные соционимы для крестьян и пастухов, именуя первых *lipponi* (от *lippa* – “густая грязь сточных вод”), а вторых – *pisciarollus* (буквально “тех, кто возится с овечьей мочой”) (*Dettori* 2014: 13).

Как свидетельствуют ответы респондентов из числа торговцев, использование группового лингвистического кода порождает две, на первый взгляд, противоположные, но в реальности взаимодополняющие тенденции. С одной стороны, использование аргю благоприятствует утверждению некоторого чувства превосходства, избранности и т.д., а с другой – способствует усилению комплекса неполноценности, ощущения своей инаковости, несправедливого ущемления прав или заниженной оцененности, подчеркиваемых локальным коллективом и обусловленных перманентной мобильностью торговцев, их несоответствием местным нормам общественной жизни, выпадением из системы отлаженных коллективных связей (ПМА). Не случайно утверждение особого языкового суверенитета, как отмечают исследователи, всегда идет бок о бок с процессом самоопределения (*Geremek* 1979: 743). Все это подталкивает торговцев к самоизоляции и, как следствие, приводит и сегодня к фрустрации и переживаемой моральной и психологической ущемленности, пусть и в меньшей степени, чем ранее (*Rudas* 1999: 263).

Однако антропологический парадокс состоит в том, что именно эти закрытые группы, отторгаемые локальным коллективом и часто сами замыкающиеся в себе, сыграли важную роль в процессах культурного изменения закрытых обществ, к которым они изначально принадлежали. В частности, благодаря им стартовали процессы “разгерметизации” деревень и целых областей Сардинии, их взаимодействия с островным сообществом и, опосредованно, с внешним миром, что привело к изменениям в мировидении и психологии населения.

Обнаруженные нами факты, связанные с торговлей во внутренних районах острова, дают повод усомниться в априори тотальной закрытости горных сообществ и всей Сардинии: мы видим, как начиная с XVI–XVII вв. определенная часть горского населения включалась в интенсивные операции торгового обмена с населением равнин. Полученные данные позволяют осмыслить историю гор в новом ключе, по крайней мере с определенного исторического периода: как динамичный торговый цикл. В свете этого введенные в обращение товары горного происхождения и саму их циркуляцию можно рассматривать как “брешь в этноцентрической сфере, открывающую эту сферу окружающему миру” (*Remotti* 1992: 22–23). Преодоление ограниченности мировоззрения, обусловленной культурным эксклюзивизмом пастушеских сообществ, было “прописано” уже в самом институте *biajantes* (в их путешествиях в “другие пространства”, в их деятельности, основанной на движении), предопределившим антропологическую специфику торговцев как мобильного и связующего сообщества (*Balandier* 1973: 128), расширяющего свое рабочее и социальное пространство и противопоставляющего динамику движения неподвижности и изоляции.

Тяга к внешнему миру получает этнографическое подтверждение благодаря образу пространства за пределами деревни, который можно обнаружить в устной народной традиции Сардинии. В контексте всего острова мы имеем дело с двумя (крестьянской и пастушеской) репрезентативными системами восприятия

этого внешнего пространства, которые базируются на двух различных системах мировидения и представлениях о себе и о движении. Крестьянская вселенная, по традиции, представляет собой чуждое мобильности статичное пространство и объективно противопоставляется враждебному ей кочевому пастушескому миру. Для пастухов же мироздание наполнено движением, а территории отгона — символическая проекция родных мест, микромодель мира происхождения, куда пастухи переносят весь свой традиционный духовный багаж, нормы и правила поведения (*Caltagirone* 1989: 48).

Как многократно подчеркивали антропологи, из-за перемены мест кочующий пастушеский универсум полон страхов, невзгод и неопределенности, а выплеск “пространственных переживаний” пастуха искупается посредством акта культурного присвоения, заключающегося в реконструкции в новом пространстве территориальной идентичности места исхода (*De Martino* 1973: 225–239; *Eliade* 1967: 26–27), в освоении и подчинении этого пространства в целях полного контроля, в том числе и путем символических манипуляций. Это делается не только через воспроизведение специфических материальных признаков оставленного в родной деревне мира (*Caltagirone* 1989: 48), но и, например, при помощи акта номинализации, равносильного мифическому воссозданию пространства и его освоению, т.е. его формированию наново посредством слова: при помощи такого культурного приема, как перенос на новые территории (земли отгона) “родных” топонимов<sup>10</sup>, благодаря чему, как это ни парадоксально, можно перемещаться в неизвестное, находясь в собственном мире (*Maxia* 2003: 182).

Пожалуй, глагол *istrangiare* (с сард. “отправляться жить на чужбину/к чужакам”) — антропологический коннотат *sa tramuda* (“отгонной перекочевки”) — как никакое другое слово в сардинском языке раскрывает и передает смысл понятий “чужость”, “чужеродность”: это и культурные и социальные трудности, с которыми сталкивается переселяющийся человек, и чувство непринадлежности новой группе, с которой ему приходится сосуществовать, и неассимилируемость с ней, и сопряженное с этим “обострение” собственной идентичности. Очевидно, что ощущение чужеродности соотносится именно с пастушеским опытом: с неопределенностью, опасностью, риском, непониманием, переживаемыми пастухами в новых местах.

Совершенно другим смыслом концепт “чужость” и первичная универсальная оппозиция “внешнее—внутреннее” наделяются в понятийно-эмоциональной системе странствующего торговца (*Scarduelli* 1989: 102). Для него, в его попытках разграничить понятия “внутри” и “снаружи”, структурирующие оппозицию “мир деревни — мир вне деревни” (сард. *bidda — foras de bidda*), “снаружи” коннотирует отнюдь не с посторонним, чужеродным, вызывающим беспокойство пространством, как это происходит у пастухов. Странствующий торговец, объективно представляющий собой посредника между разными островными вселенными, воспринимает и ощущает внешнее пространство (в том числе благодаря обмену — деятельности, предполагающей “переходность” и транзит товаров) как территорию для временного пребывания, для перемещения, а не для оседания, как “ничейную землю”, на которую он выходит из мира “своих”, чтобы встретить чужака (*s'istragnu*), в свою очередь также удалившегося от “своей” территории, и совершить с ним обмен товарами и ресурсами (зерновые/бобовые обменять на каштаны, соль — на древесину и т.д.), а не вступить в острую конфронтацию. Внешнее пространство, особенно удаленное, не воспринимается

торгующими как место утверждения идентичности, они не оперируют в отношении его категориями недоверия или обороны, понятными для постоянно испытывающих “территориальный голод”, ищущих и осваивающих новые маршруты кочеваний скотоводческих сообществ (Mannia 2014: 153).

Полевой материал позволяет нам сделать вывод, что применительно к центральным районам Сардинии и всему острову в целом бродячая торговля (и ее проекции во внешнем мире) оказалась эффективным средством низвержения традиционных парадигм инаковости и отчужденности, в которых исторически пастушество видит внешний мир и которые задавали тон ментальности населения практически во всех деревнях острова.

Резюмируя, отметим, что, на наш взгляд, в Сардинии именно практики “игр обмена”, осуществляемые торговцами в течение последних полутора веков, оказались едва ли не основным фактором смягчения традиционно настроенного и жесткого отношения к “чужим”, триггером постепенного возрастания внимания и усиления любопытства широких масс населения к новым пространствам и чужим сообществам. Так, именно торговые операции послужили своего рода воротами, через которые предоставляется право входа на закрытые прежде территории чужаку и открывается возможность контактов с ним для местного населения.

Подчеркнем также, что на фоне текущего разворачивания стремящейся все унифицировать глобальной торговли факт сохранения в Сардинии традиционных торговых практик, объектов и ареалов коммерческих операций, лингвистических и этнических стереотипов в отношении покупателей и продавцов, следовательно, различных контекстов социальных взаимоотношений, связанных с торговлей, приобретает особое антропологическое значение. Консервация всех перечисленных выше феноменов тем более значима и показательна, что уже со второй половины XX в. традиционные коммерческие практики, равно как и многие аспекты сельского мира, детерминировавшие спрос на определенные товары, претерпели сильную трансформацию.

Немалое число существовавших веками “горных” изделий из резного дерева, меди, текстиля и т.д., исчезнувших или почти исчезнувших из круга предлагаемых странствующими торговцами товаров, в наши дни получили новое “звучание”, в основном в сфере пляжного туризма или религиозных ярмарок и фестивалей. Предметы, больше не находящие применения в повседневной жизни, сегодня имеют чисто эстетическую ценность или служат своего рода “типичным” символом культурной идентичности. Появились и новые виды промышленно произведенных товаров. При этом абсолютную жизнеспособность сохраняет старая добрая мобильная торговля традиционными продовольственными товарами – кустарными хлебом, сладостями и сырами, мясными продуктами (дичью, окороками и т.д.), каштанами и фундуком, шербетами, разнообразными “плодами земли”, которые в новом сценарии жизни непосредственно апеллируют к идее культурной аутентичности гор, к истинной или предполагаемой экологической чистоте и натуральности (ПМА).

Что касается сегодняшних маршрутов этой торговли, то они в значительной степени следуют проложенным в прошлом коммерческим траекториям, в том числе в силу сохранения высокого уровня преемственности и наследования культурной информации в Сардинии. Неизменность векторов торговли связана также с консервацией не утративших силы прежних стереотипов и характери-

стик психологического и поведенческого облика жителей различных областей острова, особенно тяготеющего к традиционности мышления населения высокогорья. Согласно этим стереотипам, горцы отличаются максимальной честностью, не терпят обмана, более бдительны, вспыльчивы, а жители равнин миролюбивы, доверчивы и чаще оказываются жертвой надувательства.

Надо отметить, что мелкая мобильная торговля, появившаяся всего несколько веков назад, все еще остается превалирующей формой коммерции в центральных районах Сардинии. Однако при этом представители новых поколений кочующих торговцев определенно лишены того заряда сдержанности и осторожности, который вдохновлял их предшественников на бродячую жизнь, ускользящую от социального контроля и метафорически ассоциировавшую их с цыганами. В наши дни торгующий человек, оставаясь во многом объектом осуждения, в глазах социума постепенно начинает реабилитироваться, поскольку выступает в роли одновременно и рационализатора, способного делать что-то новое или то, что делалось раньше, но по-новому, и консерватора, защищающего традицию, что не может не импонировать тяготеющему к культурной статике населению (ПМА). Сегодня это малые и средние предприятия, часто семейные, производящие и продающие характерные “горные” продовольственные товары, пользующиеся спросом по всему острову и даже появляющиеся сегодня на итальянском и европейском рынках. Такие “торгующие лаборатории”, создаваемые на гребне экономической и потребительской моды на все аутентичное, остающиеся приверженцами традиции в том, что касается круга товаров и технологий их изготовления, вполне отвечают требованиям современности. С недавних пор эти своего рода малые центры, объединившие разрозненные прежде процессы производства и сбыта (в отличие от предшественников, работавших в отдельные сезоны на ограниченных территориях), включают в сферу своего влияния не только горные районы Сардинии, но и “заморские” регионы – пересекают море, чтобы круглогодично присутствовать на важных ярмарках полуострова (в Вероне, Кремоне, Перудже и т.д.), тем самым решая вечную сардинскую дилемму: море или горы.

Оставаясь малыми фигурами большой коммерции, современные торговцы уже зарекомендовали себя в Сардинии и за ее пределами в качестве нового социального субъекта, знающего, как лавировать между локальным и глобальным и умело сочетающего традиционное и новое; присущие им черты – повышенная креативность, обостренная интуиция, отчаянность и готовность пойти на риск – проявляются ярче, чем у их предшественников, в том числе благодаря расширению бизнеса и рынка. В антропологическом плане фигура торговца в современной Сардинии служит делу преодоления консерватизма и замкнутости сельской, противостоящей изменениям социальной среды и одновременно дает новый стимул грамотному сохранению и поддержанию жизнеспособности традиции, востребованной на острове, и тем самым вносит вклад в укрепление сардинской идентичности (Contarini et al. 2013: 27).

### Примечания (Endnotes)

<sup>1</sup> В Сардинии, единственном, очевидно, из католических регионов мира, Пасха в эмическом видении населения обладает большей значимостью, нежели Рождество (возможно, такая традиция – наследие Византии, “из рук” которой остров принял крещение), в силу чего Рождество именуется Пасха (сард. *Pasca*), а собственно Пасха – Большая Пасха (сард. *Pasca magna*).

<sup>2</sup> Ботала, производимые исключительно в Тонаре, пользовались (и продолжают пользоваться) неизменным спросом из-за постоянного (вплоть до недавнего времени рекордного для Европы) пансардинского роста поголовья овец (*Idda* 1982: 43).

<sup>3</sup> Не исключено, что слово происходит от этнонима “арбреш”, поскольку население Сардинии считало, что язык медников имеет албанское происхождение.

<sup>4</sup> По одной версии, корень *rom* связывается сардинцами с гипотетическим цыганским происхождением медников, по другой – происходит от *rame* (с сард. “мед”).

<sup>5</sup> Нередко мелкие торговцы обладали и производственными навыками.

<sup>6</sup> Продавцы сит, и сегодня анонсирующие свое появление, как и прочие бродячие торговцы, своеобразным напевом, пользуются в Сардинии репутацией людей крайне странных, даже “сумасшедших” (сард. *taccu*), а их рекламная песня, по крайней мере в Барбадже, считается причиной потери рассудка детьми (ПМА 1).

<sup>7</sup> В сельском мире Сардинии, особенно в горах, где до сих пор практикуются скотокрадство и кровная месть и во многом живы нормы обычного права, даже сегодня в лесах скрываются от сил охраны правопорядка *ilbanniu* (с сард. “бандиты”), подобно кавказским абрагам пользующиеся уважением и поддержкой населения (ПМА 1).

<sup>8</sup> *Su prattu 'e case* появилось в обиходе богатых домов, по-видимому, в XVI в.

<sup>9</sup> Экзоэтноним *maurellos* в устах жителей других областей острова часто саркастически трансформировался в *meureddos* – от *meura* (“черный дрозд”). *Meura* в эмической трактовке населения Сардинии – символ легковерия; это простофиля, дурачок.

<sup>10</sup> Эти топонимы часто приживаются на новых землях и впоследствии принимаются местным населением.

### *Источники и материалы*

ПМА – Полевые материалы автора. Опросы в Сардинии. 2019–2023 гг.

### *Научная литература*

*Amat di San Filippo P.* Del commercio e della navigazione dell'isola di Sardegna nei secoli XIV e XV. Sala Bolognese: Forni, 1998.

*Angioni G.* Sa laurera. Il lavoro contadino in Sardegna. Sassari: Edes, 1976.

*Angioni G.* La cultura tradizionale // La Sardegna, Enciclopedia. Vol 2 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 5–39.

*Angioni G.* Il sapere della mano. Palermo: Sellerio, 1986.

*Ascoli G.I.* Studi critici. V.I. Milano: Editori del Politecnico, 1861.

*Balandier G.* Le società comunicanti. Introduzione all'antropologia dinamista. Roma: Laterza, 1973.

*Bloch M.* Lineamenti di una storia monetaria d'Europa. Torino: Einaudi, 1981.

*Brigaglia M.* La geografia della Sardegna: una chiave di lettura // La Sardegna. Enciclopedia. Vol. 1 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 1–4.

*Caltagirone B.* Animali perduti: abigeato e scambio sociale in Barbagia. Cagliari: CELT, 1989.

*Contarini S., Marras M., Pias G.* L'identità sarda del XXI secolo tra globale, locale e postcoloniale. Nuoro: Il Maestrale, 2013.

*Contu E.* I sardi sono diversi. Sassari: Carlo Delfino, 2014.

*De Martino E.* Il mondo magico. Torino: Boringhieri, 1973.

*Dettori A.* Il gergo di mestiere di Isili // Rivista italiana di dialettologia. Lingue dialetti società. 2014. Anno XXXVIII. P. 9–33.

*Eliade M.* Il sacro e il profano. Torino: Boringhieri, 1967.

*Febvre L.* La terre et l'évolution humaine: introduction géographique à l'histoire. Paris: A. Michel, 1970.

- Gallini C.* Dono e malocchio. Palermo: Flaccovio, 1973.
- Gallini C.* Il consumo del sacro. Feste lunghe di Sardegna. Nuoro: Illisso, 2003.
- Geremek B.* Gergo // Enciclopedia Einaudi. Vol. 6. Torino: Einaudi, 1979. P. 724–746.
- Idda L.* La pastorizia // La Sardegna. Enciclopedia. Vol 2 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 43–49.
- La Marmora A.* Itinerario dell'isola di Sardegna. Cagliari: Alagna, 1868.
- Lai F.* Il mutamento culturale. Strutture e pratiche sociali dell'antropologia contemporanea. Cagliari: CUEC, 1996.
- Le Goff J.* Tempo della chiesa e tempo del mercante. Torino: Einaudi, 1977.
- Mannia S.* In tràmuta. Antropologia del pastoralismo in Sardegna. Nuoro: Il Maestrale, 2014.
- Maxia A.* Dal villaggio alla selva. L'umanizzazione dello spazio in una comunità agro-silvo-pastorale della Barbagia. N. 1. Palermo: Tipolitografica Copygraphic, 2003.
- Paba G.* Guida di Aritzo e delle sue montagne. Cagliari: Alfa Editrice, 1997.
- Pira M.* Lingua e civiltà del popolo sardo // La Sardegna. Enciclopedia. Vol 2 / a cura di M. Brigaglia. Cagliari: Della Torre, 1982. P. 40–119.
- Puddu G.* Il commercio marittimo del regno di Sardegna nel Settecento. Cagliari: CUEC, 2011.
- Remotti F.* L'essenzialità dello straniero // Lo straniero / a cura di M. Bettini. Roma: Laterza, 1992. P. 19–38.
- Rudas A.* L'interazione arcana. All'origine della creatività dei sardi // L'ora dei sardi / a cura di S. Cubbeddu. Cagliari: Fondazione Sardinia, 1999. P. 255–292.
- Scarduelli P.* Centri rituali // Centri, ritualità, potere. Significati antropologici dello spazio / a cura di F. Remotti, P. Scarduelli, U. Fabietti. Bologna: Il Mulino, 1989. P. 45–105.
- Seche G.* Un mare di mercanti. Il mediterraneo tra Sardegna e Corona d'Aragona nel tardo medioevo. Roma: Viella, 2020.

## Research Article

**Maxia, A.** Trade as a Factor of Cultural Change: The Case of Sardinia [Torgovlia kak faktor kul'turnykh izmenenii: primer Sardinii]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2024, no. 3, pp. 53–70. <https://doi.org/10.31857/S0869541524030046> EDN: BRPAEG ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS]

**Armando Maxia** | <http://orcid.org/0000-0002-2920-6921> | [maxiaarmando@tiscali.it](mailto:maxiaarmando@tiscali.it) | Ethnographic Museum of Sardinian Mountain Culture (Parco Comunale Pastissu 08031 Aritzo, Nuoro, Italy)

### Keywords

Sardinia, mountainous areas, closeness, trade, mobility, traders, perception stereotypes

### Abstract

The article, based on field research materials, examines from the anthropological and historical standpoints the origins of trade in the inner mountainous regions of Sardinia, considering it as a factor in changing the worldview of the population of this closed pastoral area. I discuss the specifics of artisanal, domestic, and mainly small-scale commerce and its agents, as well as the range of goods, the attitudes of the locals towards the sellers, etc. I further analyze in comparative terms the aspects of the vision of space and movement in the eyes of the pastoral and peasant populations and the merchants. I argue



that the differences between the former and the latter in many ways influenced both the perception of commercial activities in the peasant milieu and the relationship between this milieu and the commercial strata. The research offers novel interpretations, since the issue of endogenous metamorphoses of traditional society, such as that of Sardinia in particular, has not been thoroughly studied up to date in the light of trade processes. Moreover, the research outcomes are relevant due to the fact that many aspects of commerce that had originated in ancient times can be still observed in the present-day trade relations of the region.

## References

- Amat di San Filippo, P. 1998. *Del commercio e della navigazione dell'isola di Sardegna nei secoli XIV e XV* [Of Trade and Navigation of the Island of Sardinia over the Centuries 14 and 15]. Sala Bolognese: Forni.
- Angioni, G. 1976. *Sa laurera. Il lavoro contadino in Sardegna* [Sa Laurera: The Peasant Work in Sardinia]. Sassari: Edes.
- Angioni, G. 1982. La cultura tradizionale [The Traditional Culture]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 2: 5–39. Cagliari: Della Torre.
- Angioni, G. 1986. *Il sapere della mano* [The Knowledge of the Hand]. Palermo: Sellerio.
- Ascoli, G.I. 1861. *Studi critici* [Critical Studies], I. Milano: Editori del Politecnico.
- Balandier, G. 1973. *Le società comunicanti. Introduzione all'antropologia dinamista* [The Communicating Companies: Introduction to Dynamic Anthropology]. Roma: Laterza.
- Bloch, M. 1981. *Lineamenti di una storia monetaria d'Europa* [Features of a Monetary History of Europe]. Torino: Einaudi.
- Brigaglia, M. 1982. La geografia della Sardegna: una chiave di lettura [The Geography of Sardinia: A Key to Reading]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 1: 1–4. Cagliari: Della Torre.
- Caltagirone, B. 1989. *Animali perduti: abigeato e scambio sociale in Barbagia* [Lost Animals: Abigeate and Social Exchange in Barbagia]. Cagliari: CELT.
- Contarini, S., M. Marras, and G. Pias. 2013. *L'identità sarda del XXI secolo tra globale, locale e postcoloniale* [The Sardinian Identity of the 19 Century among the Global, Local and Postcolonial]. Nuoro: Il Maestrale.
- Contu, E. 2014. *I sardi sono diversi* [Sardinians are Different]. Sassari: Carlo Delfino.
- De Martino, E. 1973. *Il mondo magico* [The Magic World]. Torino: Boringhieri.
- Dettori, A. 2014. Il gergo di mestiere di Isili [Isili's Trade Jargon]. *Rivista italiana di dialettologia. Lingue dialetti società* XXXVIII: 9–33.
- Eliade, M. 1967. *Il sacro e il profano* [The Sacred and the Profane]. Torino: Boringhieri.
- Febvre, L. 1970. *La terre et l'évolution humaine: introduction géographique à l'histoire* [The Earth and Human Evolution Geographical Introduction to History]. Paris: A. Michel.
- Gallini, C. 1973. *Dono e malocchio* [Gift and Evil Eye]. Palermo: Flaccovio.
- Gallini, C. 2003. *Il consumo del sacro. Feste lunghe di Sardegna* [The Consumption of the Sacred: Long Feasts of Sardinia]. Nuoro: Illisso.
- Geremek, B. 1979. Gergo [The Jargon]. In *Enciclopedia Einaudi* [Encyclopedia Einaudi], 6: 724–746. Torino: Einaudi.
- Idda, L. 1982. La pastorizia [Pastoralism]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 2: 43–49. Cagliari: Della Torre.
- La Marmora, A. 1868. *Itinerario dell'isola di Sardegna* [Itinerary of the Island of Sardinia]. Cagliari: Alagna.

- Lai, F. 1996. *Il mutamento culturale. Strutture e pratiche sociali dell'antropologia contemporanea* [Cultural Change: Social Structures and Practices of Contemporary Anthropology]. Cagliari: CUEC.
- Le Goff, J. 1977. *Tempo della chiesa e tempo del mercante* [Time of the Church and Time of the Merchant]. Torino: Einaudi.
- Mannia, S. 2014. *In tràmuta. Antropologia del pastoralismo in Sardegna* [In Tramuta: Anthropology of Pastoralism in Sardinia]. Nuoro: Il Maestrale.
- Maxia, A. 2003. *Dal villaggio alla selva. L'umanizzazione dello spazio in una comunità agro-silvo-pastorale della Barbagia* [From the Village to the Forest: The Humanization of Space in an Agro-Forest-Pastoral Community of Barbagia], 1. Palermo: Tipolitografica Copygraphic.
- Paba, G. 1997. *Guida di Aritzo e delle sue montagne* [Guide of Aritzo and Its Mountains]. Cagliari: Alfa Editrice.
- Pira, M. 1982. Lingua e civiltà del popolo sardo [Language and Civilization of the Sardinian People]. In *La Sardegna. Enciclopedia* [The Sardinia: Enciclopedia], edited by M. Brigaglia, 2: 40–119. Cagliari: Della Torre.
- Puddu, G. 2011. *Il commercio marittimo del regno di Sardegna nel Settecento* [The Maritime Trade of the Kingdom of Sardinia in the Eighteenth Century]. Cagliari: CUEC.
- Remotti, F. 1992. L'essenzialità dello straniero [The Essentiality of the Foreigner]. In *Lo straniero* [The Stranger], edited by M. Bettini, 19–38. Roma: Laterza.
- Rudas, A. 1999. L'interazione arcana. All'origine della creatività dei sardi [The Arcan Interaction: At the Origin of the Sardinian Creativity]. In *L'ora dei sardi* [The Sardinian Hour], edited by S. Cubbeddu, 255–292. Cagliari: Fondazione Sardinia.
- Scarduelli, P. 1989. Centri rituali [The Ritual Centers]. In *Centri, ritualità, potere. Significati antropologici dello spazio* [Centers, Rituals, Power: Anthropological Meanings of Space], edited by F. Remotti, P. Scarduelli, and U. Fabietti, 45–105. Bologna: Il Mulino.
- Seche, G. 2020. *Un mare di mercanti. Il mediterraneo tra Sardegna e Corona d'Aragona nel tardo medioevo* [A Sea of Merchants: The Mediterranean between Sardinia and Crown of Aragon in the Late Middle Ages]. Roma: Viella.