



Анна (СКОРЯК) КУДІНОВА

ЯРМАРКИ У НАУКОВИХ ВІЗІЯХ РАДЯНСЬКИХ ДОСЛІДНИКІВ

Автор робить спробу проаналізувати основні аспекти досліджень ярмаркової торгівлі в наукових працях радянських учених, виданих у провідних фахових журналах, а також в монографіях відомих учених, серед яких праці І. Гуржія, Є. Дружиніної, Т. Карської, К. Павлова, І. Шульги.

Ключові слова: ярмарок, торгівля, ярмаркова культура, радянські вчені, історіографія, марксистсько-ленінська ідеологія.

© А. (СКОРЯК) КУДІНОВА, 2015

Досить часто сучасні дослідники однобоко «аналізують» науковий доробок своїх попередників: або висвітлюють лише негативні аспекти їх праць, або звертають увагу виключно на позитивних моментах окремих напрацювань. Тому цей аспект і зумовив актуальність нашого дослідження, у якому ми ставимо за мету комплексно проаналізувати праці радянських дослідників, присвячені проблемі ярмаркової торгівлі.

Окремі згадки про ярмаркування побіжно подав у праці В. Борисенко [1]. Ярмарковій торгівлі на українських землях у різні історичні періоди були присвячені розробки таких дослідників, як: В. Жук [8], Ю. Злобіна [9], Г. Луніної [12], С. Свищевої [15], В. Юрченко [18; 19; 20] та ін.

В. Борисенко у монографії «Соціально-економічний розвиток Лівобережної України в другій половині XVII ст.» подав дуже стисло згадку про правила ярмаркової торгівлі; навів для прикладу назви деяких товарів, що продавалися на українських ярмарках, та зазначив найбільші у досліджуваний ним період торговельно-промислові центри [1].

У статті «Іллінський ярмарок» полтавський історик-краєзнавець В. Жук зазначила приклади товарів, якими торгували ярмаркувальники; деталізувала товарообіг цього торгу; висловила гіпотезу щодо причин та приблизної дати припинення його діяльності [8].

Інша полтавська авторка С. Свищева у статті «Сорочинський ярмарок: історія та відродження» та київський дослідник Ю. Злобін «Сорочинський ярмарок як явище української традиційної культури» у публікації визначили мету відродження Сорочинського ярмаркового торгу в селищі Великі Сорочинці Миргородського району на Полтавщині за радянської влади; ярмарок досліджували у контексті загальноукраїнської ярмаркової торгівлі як прояв традиційної культури українців [9; 15].

У праці іншої української дослідниці Г. Луніної «Ярмаркове дійство в творчості російських композиторів: Образність. Драматургія» проведено багаторакурсний науковий аналіз ярмаркової торгівлі, на прикладах окремих сцен із музичних творів та визначено особливості трактування кожним автором сутнісних особливостей ярмаркування [12].

Дослідниця В. Юрченко у статті «Народні звичаї на ярмарках України у другій половині XIX — на початку XX століття» проаналізувала українські народні ярмаркові звичаї, обряди, розваги XIX — початку XX століття [18].

У публікації «Традиції харчування на ярмарках України у другій половині ХІХ — на початку ХХ століття» авторка досліджувала специфіку продажу продуктів харчування, їх види, та виокремила народні ласощі, напої, які продавалися на українських ярмарках у означений історичний період [19].

Ярмарковій торгівлі присвячено дисертаційне дослідження «Ярмарок у системі традиційної культури українців (друга половина ХІХ — початок ХХ ст.)» вітчизняної дослідниці В. Юрченко [20].

У проаналізованих наукових розвідках проаналізовано лише окремих аспекти процесу зародження, становлення та розвитку української ярмаркової торгівлі, при цьому майже зовсім відсутнє наукове дослідження творчої спадщини радянських науковців, частково або повністю присвячених ярмаркам.

У нашій розвідці як головне завдання ми виокремимо і аналізуємо ключові ідеї студій радянських учених, зокрема в межах таких проблем, як: поява ярмарків, мережа ярмарків, їх спеціалізація, учасники ярмарку, ярмаркова культура, занепад ярмарків і їх трансформація.

Тривалий час ярмарки були одними із найпоширеніших видів міської торгівлі та одним із основних ринків збуту сільськогосподарської, мануфактурної і промислової продукції, що, у свою чергу, сприяло становленню національного внутрішнього ринку на українських землях, оскільки деякі іноземні купці не лише були етнічними українцями, але й проживали на українських землях.

Ярмарки досліджували як сучасні вітчизняні дослідники, так і радянські учені, серед яких ми виділили наукову спадщину І. Гуржія [2, 3, 4, 5, 6], Є. Дружиніної [7], В. Жук [8], Т. Карської [10], К. Павлова [14] та І. Шульги [16; 17].

Серед недоліків робіт цих дослідників варто виокремити упередженість авторів щодо явища ярмаркування у соціально-економічному та етнологічному вимірах, досить грубі неточності у вживанні географічних назв та історичних термінів і понять, підтасування, вписування матеріалів своїх досліджень у догми марксистсько-ленінської ідеології.

І. Гуржій акцентував увагу на активізації ярмарками розвитку внутрішнього і зовнішнього ринку на українських землях та у Російській імперії, до складу якої входили українські землі. Дослідник аргументує свою гіпотезу тим, що кожен вітчизняний то-

вар до того, як потрапити на експорт, перебував в обігу на внутрішньому, тобто національному ринку та продавався кількома колами посередників [6, с. 48]. Стаття відомого українського радянського історика І. Гуржія «Українські ярмарки та їх роль у внутрішній торгівлі Росії (60—90-ті роки ХІХ ст.)» на високому аналітичному рівні досліджує особливості української ярмаркової торгівлі, оперуючи багатим архівним та статистичним матеріалом, даними праць своїх попередників-істориків та економістів ХІХ століття. Автор робить об'єктивну оцінку ярмарків та вміло вписує у контекст дослідження елементи марксистської ідеології. Дослідник вживає термін «Росія» замість офіційного «Російська імперія», вочевидь, маючи на увазі позначення назви «Російська держава».

Радянська дослідниця Є. Дружиніна у праці «Южная Украина в 1800—1825 гг.» для наукового аналізу внутрішньої та зовнішньої торгівлі виокремила «Розділ 7». Досліджувані українські землі того часу у тексті книги вивчаються під збірною назвою «Новоросія» [7, с. 320]. Досить велика увага, поряд із ярмарковою торгівлею, надається у праці Є. Дружиніної проблемам зовнішньої і внутрішньої, а саме постійної торгівлі, аналізується асортимент товарів та нормативна база з питань регулювання зовнішньої, ярмаркової, постійної і чорноморської торгівлі. Дослідниця у тексті своєї праці посилається на архівні матеріали Центрального державного архіву древніх актів, Центрального державного історичного архіву СРСР, праці авторитетних дослідників торгівлі, серед яких роботи І. Гуржія, А. Скальковського, І. Слабеєва, А. Щекатова.

У праці українського радянського історика І. Шульги «Соціально-економічне становище Закарпаття в другій половині ХVІІІ ст.» проблемам ярмаркової торгівлі присвячено побіжно матеріали окремих розділів. Так, зокрема, у третьому підпункті третього розділу проаналізовано проблеми ярмаркової торгівлі [16]. Лівобережна Україна розглядається автором як «... складова і невід'ємна частина всеросійського ринку» [16, с. 158].

У праці «Соціально-економічні відносини і класова боротьба на Закарпатті в кінці ХVІІІ — першій половині ХІХ ст.» І. Шульги четвертий розділ присвячений соціально-економічному становищу міст, де побіжно проаналізовано ярмаркову торгівлю на за-

карпатських землях кінця XVIII — першої половини XIX ст. [17, с. 162]. Автор переважно аналізує архівні матеріали з Державного архіву Закарпатської області, що стосувалися забудови ярмаркових площ кам'яними та іншими будівлями у містах Закарпаття [17, с. 165]. Досить помітною неточністю автора з боку правильного оперування термінологічним апаратом є вживання І. Шульгою поняття «область» стосовно регіону «Закарпаття» [17]. Значну увагу сучасного дослідника привертає вжитий І. Шульгою термін «закарпатоукраїнський народ» з метою означення населення, що проживало на території Закарпаття, оскільки це поняття є не правомірним з історичної та етнологічної точок зору [16, с. 167].

Радянський економіст К. Павлов у своїй дисертаційній роботі «Роль ярмарок і торгово-промислових виставок в міжнародній торгівлі» проаналізував роль та визначив місце ярмарків і торгово-промислових виставок у міжнародній торгівлі [14].

Поява ярмарків завжди цікавила дослідників. У праці «Історія України-Руси» видатного ученого, засновника народницької школи істориків, репрезентанта української радянської науки М. Грушевського проаналізовані шляхи виникнення ярмарків на українських землях. Як головний шлях появи ярмарків автор виокремив надання королівських привілеїв містам на відкриття та діяльність ярмарків. На думку ученого, ярмаркові торги сприяли заселенню міст та містечок. Появу ярмаркових торгів на території Правобережної України, а саме Волині (у місті Луцьку), дослідник датує кінцем XV ст., у місті Києві — початком XVI ст., на території Східної України — другою половиною XVI століття. Головною причиною виникнення та функціонування ярмарків на цих територіях М. Грушевський вважав поширення магдебурзького права [21].

Історик І. Гуржій зазначив про численні клопотання щодо відкриття нових ярмарків у містах, містечках і селах, а збільшення їх кількості трактується необхідністю післяреформеного економічного життя Російської імперії та складових її територій. Учений вважає, що упродовж 1867—1885 рр. у Харківській губернії було відкрито 104 нові ярмаркові торги, а загальне число їх збільшилось на 16%. Дослідник як ініціаторів відкриття нових ярмарків називає селян та міщан з українських губерній Російської імперії. Автор аналізує мотиви, які вказу-

вали представники цих двох суспільних верств населення при поданні прохання про відкриття ярмарків. (Слід зауважити, що досить часто вимоги подавалися про відкриття кількадечних, коротких ярмаркових торгів. Так, наприклад, одноденних, дводенних, трьохденних та ін. — А. К.). Проте царська влада намагалася обмежити кількість відкриття нових ярмарків, які б зменшили гільдійський збір, та рекомендувала їх відкриття лише один раз на рік у найбільших селах [6, с. 50].

Серед шляхів появи українських ярмарків, у праці Є. Дружиніної ми знаходимо наступний. Прикладом є Луганський завод, гірничий начальник якого висловив прохання перед Департаментом гірничих і соляних справ Міністерства фінансів про відкриття на заводі двох ярмарків. Мотивацією для подання цього прохання було далеке розташування найближчих до заводу торгових центрів — міст Слов'яносербська за 32 версти і Таганрога за 160 верст. При обранні дати функціонування ярмарку враховувалися терміни проведення інших ярмаркових торгів з метою залучення купців, які брали в них участь у проміжний між'ярмарковий період [7, с. 324].

І. Шульга зауважує про стимулювання формування внутрішнього економічного ринку на українських землях у зв'язку із колоніальним статусом територій Західної та Правобережної України [16, с. 158]. Як одну із причин, що сприяли появі ярмарків, Шульга І. називає феодално-кріпосницьку систему, у межах якої були погано налагоджені шляхи сполучення і був натуральний характер господарства, а отже не було і особливої потреби в купівлі та продажі промислових товарах [16, с. 163]. Місцями відкриття ярмарків останньої чверті XVIII ст. на Закарпатті були поміщицькі володіння. З метою отримання більшого прибутку поміщики намагалися наблизити ринок до селянського господарства та отримати збут землеробської продукцію зі своїх маєтків [16, с. 163].

У працях радянських дослідників чільне місце займає мережа представлення ярмарків на українських землях. Аналізуючи статтю І. Гуржія «Українські ярмарки та їх роль у внутрішній торгівлі Росії (60—90-ті роки XIX ст.)», можна дійти висновку, що найбільше ярмарків Російської імперії проводилося на українських землях, а їх товарообіг та прибутки скла-

дали основну частину від загальноімперських ярмаркових торгів. За його підрахунками українські ярмарки склали 39,6% від кількості усіх ярмаркових торгів Російської імперії, які проводилися у середині XIX століття [6, с. 49]. Дослідник констатує, що їх найбільше проводилося на території Лівобережної України, і наводить цифру 1065. Учений у відсотках наводить кількісні дані про різні типи ярмарків (одноденні, тижневі) та виокремлює чотири найбільші за обсягом торгівлі ярмарки на Лівобережній Україні, серед яких «...4 ярмарки в Харкові (Хрещенський, Троїцький, Успенський, Покровський), Іллінський у Полтаві, Маслянський, Вознесенський і Михайлівський у Ромнах, Воздвиженський у Кролевіці...». Дослідник до ряду найбільших ярмаркових торгів відносить і Стрітенський (Контрактівий) у Києві, Петропавлівський у Катеринославі, Миколаївський і Покровський у Вознесенську, що проводилися на території Правобережжя [6, с. 51].

Як найбільший центр української ярмаркової торгівлі в Україні післяреформених часів І. Гуржій виділяє місто Харків. Дослідник серед товарів згадує про постачання та продаж у великих кількостях «... тканини з центру європейської частини Росії, а також Польщі, оброблені шкіри — з Москви, Петербурга, Болохова, Курська, Єльця, Липецька, Вільно, Риги і Варшави; залізо і залізні вироби — з Петербурзької, Московської, Тульської і Нижегородської губерній, з Польщі і Уралу» [6, с. 51].

Є. Дружиніна наголошує на тому, що у Катеринославській, частково у Таврійській і Херсонській губерніях «...по мере колонізації края росла и ярмарочная сеть» у кінці другого десятиліття XIX століття. Авторка наголошує на невеликій кількості давніх ярмарків, що виникли чи функціонували до моменту підписання Кючук-Кайнарджийського мирного договору 1774 р., які працювали у 1817 р. та були засновані після 1800 року. Станом на 1817 р. у Катеринославській губернії було зареєстровано 79 ярмаркових пунктів, 9 із яких — у містах і містечках, 44 — в казенних селах, 26 — в поміщицьких маєтках. Серед найстаріших ярмарків Катеринославської губернії дослідниця виокремлює ярмаркування у селах Мішурин Ріг (1727 р.) та Дніпрокам'єні (1754 р.) [7, с. 320].

На території Херсонської губернії Є. Дружиніна згадує про кількість торговельних пунктів, де

проводилися ярмарки і торги, згадуючи про 11 торговельних пунктів, де функціонували 34 ярмарки. Серед найстаріших ярмарків, що діяли на території Херсонської губернії, дослідниця виділила ярмаркові торги в Єлисаветграді та Кирилові, посаді Петриківці і зауважила про відсутність даних щодо термінів появи цих ярмарків [7, с. 325]. У центрі губернії — місті Херсоні відбувалося два міські ярмарки, які задовольняли потреби міщан, а саме місто центром ярмаркової торгівлі не стало в силу свого розташування на території окраїн Херсонської губернії та близьке місцезнаходження міста Одеси, де була значно розвинута магазинна та лавкова торгівля. У місті Єлисаветграді функціонували чотири ярмарки, а саме місто знаходилося на перетині старих і нових районів України. На території Таврійської губернії авторка вказує 11 торговельних пунктів на північ від Перекопа і 10 на землі Війська Чорноморського. Фігурують ярмарки в містах Оріхово та Альошки, а також семи казенних та двох поміщицьких селах [7, с. 325], весняні та осінні ярмарки в місті Каховці [7, с. 326].

Постійна торгівля на Кримському півострові була представлена базарами та носила середньовічний характер, а в місті Бахчисараї та інших населених пунктах проживали численні ремісники, які виробляли продукцію з метою збуту на ринку у своїх лавках на базарах [7, с. 326]. В Євпаторії діяли більше тисячі різного роду лавок, окрім бузнів і «...заведених по-європейськи трактирів». На початку XIX ст. Феодосія як торговельний центр зазнала занепаду, а місто Сімферополь активно розвивався в торгівлі, про що свідчить наявність 197 лавок, 13 ханів, 12 кафеїних домів, 9 бузнів, питейні дома і трактири [7, с. 327]. У Таврійській губернії ярмаркова торгівля була зосереджена на території материка, а не Кримського півострова. Очільник міста Таганрога просив про закриття деяких ярмарків з метою «стимулювання местной промышленности». Ярмаркова торгівля в містах Одесі, Буджаку розвинута не була [7, с. 328—329]. На торговельних оборотах ярмаркової і постійної торгівлі наявність Дністровської лінії впливала негативно, оскільки ярмарки не були великими і навіть не враховувались у статистичних описах 1820-х років [7, с. 331]. На думку Є. Дружиніної, місцями оптових закупок товарів були не ярмарки, а місця виробництва цих товарів.

Як провідні центри великої ярмаркової торгівлі Закарпаття І. Шульга визначає Ужгород, Мукачеве, Берегове [16, с. 159]. Дослідник наголошує на дуже низькому товарообороті закарпатських ярмарків. Він зауважує: «... Тут не було жодного ярмарку, який мав би загальноєвропейське значення. Мукачівські, Ужгородські ярмарки не можуть йти в ніяке зіставлення з такими як бродівські, бердичівські, роменські, ніжинські, харківські та інші, товарооборот яких в другій половині XVIII ст. досягав більше мільйона карбованців». Як стверджує учений, торгівля на території Закарпаття мала караванно-ярмарковий характер, суть якого полягала у закупці товарів купцями та перевезенні цих товарів з допомогою візників з одного ярмарку на другий [16, с. 162]. В іншій праці «Соціально-економічні відносини і класова боротьба на Закарпатті в кінці XVIII — першій половині XIX ст.» він стверджує про найбільший ріст караванно-ярмаркової торгівлі у першій половині XIX ст. на території Закарпаття та втратою ярмарками першочергової важливості перед постійною торгівлею [17, с. 174]. Місто Мукачеве було свого роду місцем скупчення товарів, звідки ці товари надходили вже у міста Берегове, Вишково, Хуст, Севлюш та ін. [16, с. 162]. І. Шульга зауважує про функціонування своєрідного торговельного ланцюга поширення товарів, що розпочинався на Слобідській Україні і проходив по території Лівобережної, Правобережної України, Галичини і закінчувався в Карпатах [16, с. 163]. Автор наголошує на наявності «деяких фактів», які сприяли значному посиленню економічних зв'язків між українськими землями в другій половині XVIII ст., але які конкретно саме були ці факти, він не вказує у аналізованій нами праці. Дослідник зауважує «появу тенденцій до утворення всеукраїнського національного ринку», але що це саме за тенденції, автор не вказує, і не аналізує кожен з них по чергово. Автор наголошує на неспроможності функціонуючих ярмарків у задоволенні потреб селянського господарства, що пояснюється довготривалішим періодом перерви між ярмарками і частішими зборами дрібних торгів, базарів [16, с. 163].

Аналізуючи ярмарки Київщини, зокрема Хрещенський, український радянський історик І. Гуржій коротко подає суть діяльності цього торгу, наголошуючи на здійсненні біржових операцій, здійснюваних землевласниками, промисловцями та іншими

особами щодо купівлі-продажу сільськогосподарських і промислових товарів, складанні контрактів, найм працівників [6, с. 54—55].

Вивчаючи роботу Троїцького ярмарку, І. Гуржій зазначає двоїсту господарсько-торгову спеціалізацію цього торгу, пояснюючи його спеціалізацію як щорічного кінного з 25 травня та красною і вовняною з 1 по 16 червня [6, с. 56]. Також учений виділяє з ряду спеціальних ярмарків спеціалізовані з продажу великої рогатої худоби [6, с. 57].

На прикладі Катеринославського ярмарку Є. Дружиніна доводить господарську спеціалізацію ярмарків, хоча відзначає і присутність промислових товарів на спеціалізованих ярмарках поза спеціалізованою продукцією. Найголовнішими товарами, на думку авторки, є хліб і худоба [7, с. 323]. Дослідниця виокремлює ще один ареал появи та розвитку ярмарків, характерний для південноукраїнських земель, появу ярмарків навколо молодих промислових підприємств [7, с. 325]. Авторка наголошує на вигідному географічному положенні окремих ярмарків Катеринославщини, що сприяло їхньому соціально-економічному та культурному розвитку, еволюції асортименту їхнього товару.

Господарська спеціалізація таврійських ярмарків визначалася віддаленістю Таврійської губернії від промислових центрів тогочасної Російської імперії. Так, в асортименті відсутні «красний товар» та залізни виробы. За даними губернаторів, серед найпопулярніших товарів згадуються хліб, мед, масло, шерсть, полотно, а серед найголовніших — рогата худоба, вівці, коні [7, с. 326]. Цитуючи першоджерело, авторка не називає його, а просто пише, що це першоджерело 1801 р., де містяться відомості про кримський базар, і лише у виносках подає вихідні дані цього матеріалу.

І. Шульга наголошує на наявності двох функціонуючих ярмарків в місті Ужгороді в 1776 р. та відкриття ще весняного та осіннього ярмаркових торгів у того року — внаслідок видання королівського привілею з дозволом відкриття цих ярмарків в Ужгороді і чотирьох у Великому Березному [16, с. 167]. Автор класифікує ярмарки за кількістю закуплених і проданих товарів та торговими оборотами на крупні, середні та дрібні [17, с. 174].

Серед ярмаркових субкультур і контркультур, які торгували на харківських ярмарках, відомий україн-

ський радянський дослідник І. Гуржій згадує купців, скупників, купців-скупників [6, с. 52].

Значення окремих ярмарків визначалося кількістю учасників того чи іншого ярмарку (покупців та продавців) та сумою прибутку за проданий товар. Є. Дружиніна стверджує, що в окремих випадках кількість ярмаркувальників перевищувала власне кількість жителів того населеного пункту, де проводився сам ярмарок. Дослідниця зауважує наступне з приводу активності участі у ярмарках: «...В городах стечение народа на ярмарки бывало менее значительным, чем в селах и местечках, а торговые операции все же совершались на большие суммы». Це авторка пояснює більшою розвиненістю лавкової торгівлі у багатолюдних населених пунктах та наявністю серед учасників товарообміну багатого, так званого «капіталістичного» купецтва [7, с. 321—322].

Основними представниками продавців та покупців на Закарпатських ярмарках були селяни, ремісники, шляхта, поміщики та купці [17, с. 174].

Значення ярмарку не вичерпувалося збутом чи придбанням товару. Він вносив деякі зміни в побут самого населення, сприяв, зокрема, поширенню та збагаченню усної народної творчості. З ярмарку на ярмарок ходили сліпці, кобзарі, цимбалісти тощо. Вони співали народні пісні, про гірку долю, поширювали різні оповідання з життя народу, чутки про виступи селян, розповідали про знущання поміщиків над кріпаками та ін. Все це глибоко западало в душу народну [17, с. 176].

Ярмарок в епоху феодалізму — це єдина можливість народу влаштувати своєрідну виставку, на якій можна було продемонструвати свій талант, свою майстерність. Різьб'яр-верховинець показував своє вміння у виготовленні дерев'яних виробів, гончар — у виготовленні череп'яного посуду та глиняних прикрас; шевці, ковалі, кравці, кушніри — демонстрували свої вироби. І хоч не всі могли придбати необхідний [17, с. 176.] товар, але дивитися нікому не заборонялося [17, с. 177].

Корчми згадуються І. Шульгою у контексті місць постійної торгівлі у містах [17, с. 180]. Максимальними прибутки корчмарів у містах були саме на ярмаркових торгах [17, с. 183].

Серед власників харчевень і шинків дослідник часто називає купців [17, с. 181]. Як зауважує дослідник, шинкування також належало до різновиду по-

стійної торгівлі [16, с. 164]. Харчевні ним згадуються як місця постійної торгівлі на території Закарпаття [17, с. 182], де велася торгівля горілкою, вином, пивом та різними харчовими продуктами.

Досить детально радянська дослідниця Т. Карська у праці «Французский ярмарочный театр» проаналізувала генезис та особливості поширення ярмаркових театрів Франції. Ярмаркові театри беруть початок від двох найстаріших економічно найрозвинутіших ринків у передмісті Парижа до революції 1789 р. — Сен-Жерменського і Сен-Лоранського. Як дату появи Сен-Жерменського ярмарку вона вказує XII ст., яким датується згадка про цей ярмарок. Ці два ярмарки приваблювання трупи бродячих комедіантів, жонглерів, еквілібристів, стрибунів, дресирувальників, канатних танцівників [10, с. 3]. Дослідниця Т. Карська вказує на відсутність жодних даних щодо змісту і характеру ярмаркових спектаклів аж до кінця XVII століття. Як підставу наукового аналізу ярмаркових бродячих вистав XVII ст. авторка вважає єдину, збережену до нашого часу п'єсу «Сили любові і чарів», виконаної на Сен-Жерменському ярмарку 1678 р. трупною братів Алар. На думку авторки, ярмаркові трупи акторів поступово втратили свій синкретичний характер, відійшли від роз'їзного, тобто бродячого, способу життя і стали своєрідними стаціонарними театрами з більш чи менш постійним складом акторів [10, с. 4]. Як причину занепаду бродячих ярмаркових театрів у Франції XVII ст. Т. Карська виділяє боротьбу із ними з боку заснованого у 1680 р. театру Французької Комедії та наділеного королівським указом монопольним правом ставити в місті Парижі драматичні твори. У 1707 р. ярмарковим театрам було заборонено користуватися діалогом. Це стало, в свою чергу, причиною винайдення акторами ярмаркових театрів п'єс-монологів, які передбачали безперервну послідовність одного монологу за іншим та вихід за куліси кожного актора після завершення його монологу [10, с. 6]. Також вони стали базисом для виникнення нових жанрів ярмаркового театру: «п'єси в надписах» [10, с. 6], приспівування тексту ролі [10, с. 8]. На думку Т. Карської, до початку XVIII ст. ярмаркові театри еволюціонували від переносних докових балаганів до спеціально побудованих і добре обладнаних для театральних вистав залів зі сценою, лоджіями партерами й приміщеннями для оркестру. Та-

кож сюди додаються рухомі завіси, освітлені люстри та обставлені декораціями, що змінювалися у ході дії п'єси, гарно прибрані зали, розподілений зал та відділений бар'єром партер [10, с. 14]. Дослідниця відзначає еволюцію пантомімно-циркового характеру ярмаркових вистав у двох напрямках — водевілі і мелодрами та комедійну оперу. У складі акторських труп ярмаркових театрів стали помітно виділятися не лише актори-акробати, але і співаки, співачки, танцівники і танцівниці, актори-коміки (актори-комедіанти), актори, що вирізнялися уже не своїми акробатичними, а драматичною, музичною і хореографічною майстерністю [10, с. 20]. (Можна припустити, на думку авторки, про поділ та подальший розвиток у цей час ярмаркових театрів у двох окремих напрямках — театральному та цирковому мистецтві. — А. К.).

Французький ярмарковий театр був своєрідним відбитком життя країни у XVIII ст., оскільки серед головних героїв ярмаркових п'єс були представники основних прошарків тогочасного французького суспільства, а саме — буржуа, селяни, ремісники, куртизанка, банкір, птиметр, відкупщик, аристократ, поет, актор [10, с. 33].

Авторка наголошує на довготривалій еволюції ярмаркового театру та її завершенні об'єднанням театру Комічної Опери з театром Італійської Комедії в 1762 р. [10, с. 57]. Однією із пріоритетних гіпотез Т. Карської є трансформація ярмаркових театрів у так звані бульварні, які зосереджувались у головних місцях дозвілля парижан — бульварах, і ведуть свій початок від 1791 р., з моменту опублікування декрету про свободу театрів [10, с. 65].

Однією з пріоритетних проблем є виявлення процесу занепаду й трансформації ярмарків. І. Гуржій виокремлює причини змін, трансформації та занепаду ярмаркової торгівлі в Україні, серед яких: зростання капіталістичної промисловості, розвиток капіталізму в сільському господарстві, будівництво залізниць, удосконалення водного транспорту, розширення мережі постійної крамничної торгівлі, діяльність товарних бірж. І. Гуржій у статті «Українські ярмарки та їх роль у внутрішній торгівлі Росії (60—90-ті роки XIX ст.)» висловлює та намагається довести гіпотезу про те, що ярмарки повністю не занепадають і не зникають, а занепадають чи зникають в одному, тому чи іншому місці, і виникають

в іншому селі, містечку чи місті. (Ми погоджуємося із цією думкою геніального українського ученого та для її підтримки можемо навести як приклад факт переведення Іллінського ярмарку з міста Ромни Полтавської губернії до губернського центру — міста Полтави. — А. К.). Дослідник, доводячи свою гіпотезу, акцентує увагу на зміні форм та методів обігу товарів, ширшому застосуванні оптової торгівлі на кшталт аукціонних торгів. Для підтвердження правильності доведення своїх думок учений наводить приклад з Київським контрактним ярмарком, де переважно проводилася економічна операція купівлі-продажу у формі контрактів, тобто спеціальних договорів, що укладалися тут на наступні види товарів — хліб, цукор, метал, вугілля та ін. на місцях виробництва [6, с. 48].

Серед інших причин обмеження ярмаркової торгівлі учений виділяє підвищення грошового збору. Як зауважує дослідник, відповідно до норм закону 1882 р., усі ярмарки тривалістю понад 7 днів обкладались особливим збором, який окремо встановлювався для оптового та окремо для дрібного торгу. Також І. Гуржій зазначає введення платних посвідчень для прикажчиків, які торгували на ярмарках. Загалом вчений наголошував на занепаді ярмаркової торгівлі у 60—90-х рр. XIX ст. та подальшому зосередженні на них великої кількості товарів, призначених на експорт [6, с. 57].

Перешкодою для розвитку ярмаркової торгівлі І. Шульга вважає: «...Митна політика, монопольне право поміщиків на продаж землеробської продукції, підвищення ярмаркових зборів». Як приклад, дослідник говорить про сплату купцями у XVIII ст. мита за проїзд по землях феодала чи за переїзд мостом на території Закарпаття. Також згадуються дослідником мита, що сплачувалося власниками з навантаженого чи ненавантаженого воза, з коня. Серед негативних чинників, що впливали на розвиток ярмаркової торгівлі, І. Шульга виокремлює ще й колоніальну політику Габсбурзької Австрії, зокрема закон Йосипа II від 1784 р. про заборону завезення в Угорщину іноземних промислових виробів та дозвіл торгувати в Австрійській імперії лише австрійським купцям. Автор акцентує увагу і на завищеному розмірі мита на експортні товари імперії [16, с. 166].

Окрім того, у наступній статті серед перешкод він додав заборону селянам та міщанам торгувати тими

чи іншими товарами з боку жупних чиновників і поміщиків, конфіскацію ремісничих виробів, підвищення цін на свої товари, володіючи монопольним правом. Прикладом автор вважає виключне право Мукачевської домінії на продаж заліза, вовни, бринзи, свічок та м'яса та заборону Березівської міської управи селянам на продаж ними їхнього власного вина [17, с. 178].

Як одну із причин занепаду ярмарків І. Шульга вважав зростання чисельності неземлеробського населення на закарпатських землях внаслідок поглиблення суспільного поділу праці і розвитку товарного господарства, що спричинило підвищений попит на продукти харчування та промислові товари, що могли задовольнятися лише в умовах постійної, а не ярмаркової торгівлі. Ще однією причиною занепаду ярмарків дослідник вважав скупчення в купців великої кількості землеробських і промислових товарів внаслідок участі у ярмаркових торгах, що зумовлювало появу постійної торгівлі [17, с. 179].

Велика увага приділяється істориком І. Гуржієм оптовим ярмаркам, значна частина одних, на його думку, в умовах активного будівництва залізничних шляхів змушена була зменшити обсяги товарообігу, а інша частина ярмаркових торгів, навпаки, стала великими торговими центрами регіонального та загальнонаціонального масштабу [6, с. 48]. Дослідник підтверджує своє припущення цитатою зі звіту харківського губернатора про будівництво Курсько-Харківсько-Азовської гілки залізниці, датоване 1870 роком. Учений, посилаючись на цей документ, акцентує увагу на тому, що завдяки будівництву та введенню в експлуатацію цієї залізниці збільшився товарообіг, зросли ціни на продукти харчування, на ярмарках Харківщини тимчасові склади були замінені постійними оптовими. Таким чином, ми бачимо, що історик І. Гуржій повністю спростовує хибну гіпотезу своїх колег-попередників XIX ст. щодо негативної ролі побудови залізничних шляхів у розвитку українських ярмаркових торгів (що призвело до їхнього занепаду) [6, с. 48]. Спростовуючи цю думку, учений аргументує правильність свого доведення тим, що науковці посилалися лише на дані про найбільші оптові ярмарки і при проведенні досліджень не брали до уваги матеріалів про українські ярмарки загалом. Тому що «...нові форми торгівлі, властиві промислового капіталізму, виникали в Росії не замість яр-

марків, а поряд з ними». Як приклад помилкової теорії І. Гуржій, посилаючись на працю В. Безобразова «Очерк Нижегородской ярмарки», вказує на те, що у радянській історіографії є твердження про втрату ярмарками свого значення у пореформений період XIX ст. [6, с. 49].

К. Павлов активно синтезував у тексті своєї роботи головні думки радянських лідерів, марксистсько-ленінських доктрин з економічними підходами та результатами своїх економічних досліджень і власне праць своїх попередників-економістів. Визначив не лише економічну вагу ярмарків та торгово-промислових виставок у міжнародній торгівлі, але і їх внесок у розвиток політичного, економічного, наукового та технічного життя Радянського Союзу. У тексті дисертаційного дослідження К. Павлова досить активними і частими є моменти окремого цитування ідей радянських політиків та окремих норм доктринальних ленінсько-марксистських поглядів [14, с. 4]. Також К. Павлов визначив як причину занепаду традиційних українських ярмарків розвиток виробництва, залізничного транспорту, пароплавства, що пояснюється дослідником шляхом втрати сенсу привезення великих партій товару у містя ярмаркового торгу. Власне самі ярмарки та торговельно-промислові виставки, що проходили в Радянському Союзі й інших країнах світу у XX ст., учений пояснює як трансформовані види традиційних ярмаркових торгів, що проходили у XIV—XIX століттях. Як причини появи промислових і торгово-промислових виставок К. Павлов вважає власне «Бурный рост капиталистической промышленности, особенно в Англии в конце XVIII века...». Автор зауважив історію виникнення виставок. Перша промислова виставка відбулася в Лондоні 1761 року. Згодом, на його думку, промислові виставки поширилися у Франції (1798 р.), в Бельгії (1818 р.), в Німеччині (1824 р.) та в Росії (1829 р.). Перша всесвітня виставка пройшла у Лондоні 1851 р. [14, с. 5]. Вчений згадує про появу ярмарків національного та міжнародного значення, де відбувається укладення угод за виставленими зразками товарів з наступним постачанням товарів цих зразків [14, с. 6]. Автор наголошує на широкому використанні міжнародних ярмарків у США, ФРН, Англії, Франції та Японії як форм міжнародної торгівлі. Економічне значення ярмарків і торгово-

промислових виставок визначається їхнім впливом на міжнародний товарообмін [14, с. 9—10].

Підсумовуючи, зазначимо, серед причин появи ярмарків на українських землях М. Грушевський називає поширення магдебурзького права з XIV ст. і зростання урбанізації. Досить часто, за спостереженнями І. Гуржія, ініціаторами відкриття нових ярмарків були селяни і міщани, проте царська влада це обмежувала, щоб отримувати вищий гільдійський збір. Крім того, на думку Є. Дружиніної, мотивацією для відкриття ярмарків було далеке розташування від торговельних центрів. І. Шульга пов'язував відкриття ярмарків із натуральним характером господарства.

Найбільшу кількість ярмарків І. Гуржій, на базі архівних матеріалів, нарахував на Лівобережній Україні, зокрема, у таких центрах як Харків, Полтава, Катеринослав. Ярмаркова мережа у південних губерніях: Катеринославській, Таврійській, Херсонській, на думку Є. Дружиніної, полягала у колонізації краю. Однак місцями оптових закупівель були не ярмарки, а місця їх виробництва. В закарпатському регіоні провідним ярмарковим центром було Мукачеве, звідки товари потрапляли на інші ярмарки. І. Шульга вказав на своєрідний торговельний ланцюг, який починався у Слобідській Україні і проходив через територію Лівобережжя, Правобережжя, Галичини аж до Карпат. Тобто він вказав на тенденцію до формування всеукраїнського національного ринку.

Щодо спеціалізації ярмаркових торгів, то учені виділяють «красні» і з продажу великої рогатої худоби. Найбільше було представлено товарів сільськогосподарського і ремісничого походження.

З-поміж учасників ярмарків учені зазначають купців, скупників.

Ярмарки не тільки були економічним, але й соціо-нормативним феноменом, місцем розваг. На це і звертала особливу увагу Т. Карська, яка, дотримуючись головних догм марксистсько-ленінської ідеології, охарактеризувала ярмарковий театр Франції, дійшовши висновку про процес синтезу бродячих театрів у ярмаркові, а згодом під впливом королівської влади у стаціонарні та бульварні театри.

Автори виділяють наступні причини, які призвели до занепаду ярмарків: розвиток капіталізму, розширення мережі залізниць, розвиток мережі постійної торгівлі, діяльність торгових бірж, митна політика Австро-Угорської та Російської імперій,

зростання кількості міського населення. Проте науковці мають концепти не про занепад, а про трансформацію соціального, економічного та культурного аспектів функціонування ярмарків. Так, І. Гуржій наголошував на позитивній ролі залізниць, які стимулювали розвиток оптової торгівлі Харківщини. Він дійшов наступного висновку: попри розвиток залізничного та водного транспорту, появу і активний розвиток постійної торгівлі, не всі ярмаркові торги занепали частково чи повністю, а лише трансформувалися у пункти постійної чи оптової торгівлі, звідки сільськогосподарська та промислова продукція надходила до інших губерній не лише Малоросії, але і всієї Російської імперії та на експорт до інших країн світу [11]. На думку К. Павлова, традиційні ярмаркові торги XIV—XIX ст. трансформувались у міжнародні виставки і ярмарки демонстрації товарів.

1. *Борисенко В.Й.* Соціально-економічний розвиток Лівобережної України в другій половині XVII ст. / В.Й. Борисенко. — Київ : Наукова думка, 1986. — С. 135.
2. *Гуржій І.О.* Місце України в зовнішній торгівлі Росії кінця XVIII — першої половини XIX ст. / І.О. Гуржій // Український історичний журнал. — Київ : Видавництво Академії наук Української РСР, 1960. — № 5 (вересень-жовтень) ; № 20. — С. 51—63.
3. *Гуржій І.О.* Розвиток товарного виробництва і торгівлі на Україні (З кінця XVIII ст. до 1861 р.) / І.О. Гуржій. — Київ : Видавництво Академії наук Української РСР, 1962. — 208 с.
4. *Гуржій І.О.* Соціально-економічні зміни та розвиток постійної торгівлі в містах України кінця XVIII — першої половини XIX ст. / І.О. Гуржій // Український історичний журнал. — Київ : Видавництво Академії наук Української РСР, 1959. — № 5 (вересень-жовтень) ; № 14. — С. 36—52.
5. *Гуржій І.О.* Україна в системі всеросійського ринку 60—90-х років XIX ст. / І.О. Гуржій. — Київ : Наукова думка, 1968. — С. 97—136.
6. *Гуржій І.О.* Українські ярмарки та їх роль у внутрішній торгівлі Росії (60—90-ті роки XIX ст.) / І.О. Гуржій // Український історичний журнал. — Київ : Наукова думка, 1963. — № 5 (вересень-жовтень) ; № 38. — С. 48—57.
7. *Дружинина Е.И.* Южная Украина в 1800—1825 гг. / Е.И. Дружинина. — М. : Наука, 1970. — С. 327.
8. *Жук В.Н.* Іллінський ярмарок / В.Н. Жук // Директорська пошта. — 2000. — № 1. — С. 7—8.
9. *Злобін Ю.В.* Сорочинський ярмарок як явище української традиційної культури : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. культурології: спец. 26.00.01 «Те-

- орія та історія культури» / Ю.В. Злобін. — Київ, 2011. — 17 с.
10. Карская Т.Я. Французский ярмарочный театр / Т.Я. Карская. — Ленинград ; Москва : Искусство, 1948. — 232 с.
 11. Кудінова (Скоряк) А.Г. Українська ярмаркова торгівля у студіях І. Гуржія: історіографічний аналіз / А.Г. (Скоряк) Кудінова // Історія торгівлі, податків та мита : Зб. наук. праць. — Дніпропетровськ, 2013. — № 2 (8). — С. 18—25.
 12. Луніна Г.Є. Ярмаркове дійство у творчості російських композиторів: Образність. Драматургія : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.03 «Музичне мистецтво» / Г.Є. Луніна. — Київ, 2009. — 20 с.
 13. Маркіна В.О. Розвиток товарного виробництва і торгівлі на Україні / В.О. Маркіна, О.І. Лугова, О.І. Гуржій // Український історичний журнал. — Київ : Видавництво Академії наук Української РСР, 1963. — № 2 (березень-квітень) ; № 35. — Київ : Вид-во АН УРСР, 1962. — С. 149—151.
 14. Павлов К.А. Роль ярмарок и торгово-промышленных выставок в международной торговле : автореф. дис. на соискание научной степени канд. экон. наук. / К.А. Павлов. — М., 1962. — 23 с.
 15. Свищева С. Сорочинський ярмарок: історія та відродження / С. Свищева // Зб. наук. праць Полтавського державного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Серія «Педагогічні науки». — Вип. 6 (53). — Полтава, 2006. — С. 167—171.
 16. Шульга І.Г. Соціально-економічне становище Закарпаття в другій половині XVIII ст. / І.Г. Шульга. — Ужгород : Ужгородський державний університет, 1962. — 182 с.
 17. Шульга І.Г. Соціально-економічні відносини і класова боротьба на Закарпатті в кінці XVIII — першій половині XIX ст. / І.Г. Шульга. — Львів : Видавництво Львівського університету, 1965. — 264 с.
 18. Юрченко В. Народні звичаї на ярмарках України у другій половині XIX — на початку XX століття / В. Юрченко // Етнічна історія народів Європи : Збірник наукових праць. — Вип. 24. — Київ : УНІ-СЕРВ, 2008. — С. 119—125.
 19. Юрченко В. Традиції харчування на ярмарках України у другій половині XIX — на початку XX століття / В. Юрченко // Українознавство. — Київ, 2009. — № 1. — С. 221—225.
 20. Юрченко В.О. Ярмарок в системі традиційної культури українців (друга половина XIX — початок XX ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук: спец. 07.00.05 «Етнологія» / В.О. Юрченко. — Київ, 2009. — 19 с.
 21. Грушевський М.С. Історія України-Руси / М.С. Грушевський. — Електронний ресурс. Режим доступу: <http://litopys.org.ua/hrushrus/iur60106/htm>.

Anna Kudinova (Skoriak)

ON MARKET-PLACES IN SOVIET RESEARCHERS' SCIENTIFIC VISIONS

The author has made an attempt to analyze some main aspects of market trade investigated in scientific papers of Soviet scholars whose findings had been published in leading professional journals; as well as in monographs by widely-known scholars among whom were I. Hurzhii, E. Druzhynyna, T. Karska, K. Pavlov, I. Shulha.

Keywords: fair, trade, fair culture, Soviet scientists, historiography, Marxists-Leninists ideology.

Анна (Скоряк) Кудінова

ЯРМАРКИ В НАУЧНЫХ ВИЗИЯХ СОВЕТСКИХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Автор статьи делает попытку проанализировать основные аспекты исследований ярмарочной торговли в научных трудах советских историков, изданных в ведущих профессиональных журналах, а также в монографиях известных ученых, к числу которых принадлежат И. Гуржий, Е. Дружинина, Т. Карская, К. Павлов, И. Шульга.

Ключевые слова: ярмарка, торговля, ярмарочная культура, советские ученые, историография, марксистско-ленинская идеология.