

СУЧАСНІ ВИЯВИ І ТРАНСФОРМАЦІЇ ТРАДИЦІЙНИХ ФОРМ ТОРГІВЛІ УКРАЇНЦІВ УПРОДОВЖ ХХ – НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ (на прикладі Слобожанщини)

Віталіна Юрченко

УДК 394.6(477.52/.62)“19/20”

У статті розглянуто сучасні вияви і трансформації традиційних форм торгівлі українців упродовж ХХ – на початку ХХІ ст. на Слобожанщині. Проаналізовано відмінності між ярмарками й базарами як традиційними видами періодичної торгівлі, а також розкрито їхню роль в економічному житті селянства радянського періоду.

Ключові слова: ярмарок, базар, колгоспний ринок, торгівля біля дороги, стихійний базар, Слобожанщина, продавець, покупець, товар.

Modern manifestations and transformations of traditional forms of Ukrainians trade in the XXth – early XXIst centuries in Slobozhanshchyna are considered in the article. The differences between fairs and markets as traditional types of recurrent trade are analyzed, and their significance in the economic life of the Soviet period peasantry is revealed.

Keywords: fair, market, collective farm market, trade at the road, spontaneous market, Slobozhanshchyna, seller, buyer, goods.

Яскравим прикладом збереження та популяризації матеріальних і духовних надбань українського народу є відродження традиції проведення ярмарків у регіонах. У нашому сьогоденні поширеною формою торгівлі товарами народного споживання є також базари. У внутрішній торгівлі ярмарки, базари (ринки), торги залишаються традиційними видами періодичного збуту продуктів харчування та інших товарів для задоволення матеріальних потреб населення. Крім того, осмислення традиційного ярмарку не тільки як суто економічного явища, а і як акумулюючого процесу звичаїв і традицій українського народу спонукає до подальшого вивчення розвитку та особливостей трансформації такого виду торгівлі у ХХ ст. й визначення сучасних виявів цього явища. У статті на основі експедиційних матеріалів, зібраних на території Слобідської України (головно в межах Харківської і Сумської обл.), окреслено географічні межі сучасних проявів традиційної торгівлі.

Дослідженню традиційних форм періодичної торгівлі (ярмаркової і базарної) на Слобожанщині, особливо їх трансформаційних змін у радянський період, які найвиразніше

простежувалися й вивчалися дослідниками у 20-х роках ХХ ст., присвячено низку праць статистичного й економічного спрямування. Вартий уваги статистичний огляд з коментарями («Торгова мережа Харківської губернії на початку 1924 року»), складений працівниками відділу економічної статистики Губстатбюро Д. Авах і І. Щербаковим під керівництвом завідувача відділу І. Мишкіс, яким вдалося надати повний аналіз структури й динаміки торгової мережі Харківщини в 1924 році. У праці висвітлено ступінь розподілу торгової мережі в Харківській губернії як за окремими територіями (у містах і селах), так і за типами торговельних організацій, серед яких — ярмаркова та базарна мережа, а також мережа постійної торгівлі [23].

Повне уявлення про історію радянських ярмарків, зокрема про відродження та динаміку розвитку у 20-х роках ХХ ст. всеукраїнського Хрещенського ярмарку в Харкові, дає офіційний довідник. Він містить Положення про цей ярмарок, у якому зазначаються контролюючі державні органи з організації його проведення, а саме: Народний комісаріат внутрішньої торгівлі УРСР, Харківський губернський від-

діл внутрішньої торгівлі, Ярмарковий комітет. У довіднику також наведено список членів ярмаркового товариства (на 25 січня 1925 року), перелік учасників та економічні підсумки ярмарку за 1923–1924 роки [6].

Ф. Матвієнко-Горнега, вивчаючи роль ярмарків у культурно-господарському житті українців у роки НЕПу, аналізує риси, які вирізняють ярмарок від інших видів торгів, показуючи відмінності між ярмарком і базаром. Дослідник також обґрунтовує потребу введення до організації ярмарків 20-х років ХХ ст. нових елементів, які передбачали залучення культурно-просвітницьких і навчально-ознайомчих заходів для населення, що суттєво збагатило традиційну ярмаркову діяльність [14].

Святкову атмосферу, що панувала на Хрещенському ярмарку в 1925 році, зумів передати В. Юрезанський. У його короткому нарисі йдеться про предмети ярмаркової торгівлі, пояснюється походження назви ярмарку — «красний», яка побутувала й на той момент [26].

До окремої групи праць узагальненого характеру про ярмарки в Україні можна віднести статистичне дослідження В. Сухомлина, котрий довів повноцінність функціонування ярмаркової торгівлі у 20–30-х роках ХХ ст. [22]. Досконалою із зазначеної проблематики є також праця Д. Солов'я, у якій простежується виникнення такого явища, як ярмарок, його роль та значення в економічному житті селянства [19].

Сучасні особливості проведення ярмарків на території Слобідської України розкриваються в студіях Н. Литвинчук. Вона звертає увагу на відродження ярмарків районного значення на Сумщині, убачаючи їхнім головним завданням сприяння економічному розвитку району, налагодження зв'язків з іншими областями та країнами зарубіжжя. Водночас, на її думку, щорічна організація різних торговельних виставок і ярмарків, зростання попиту на продукцію народних майстрів має й негативні наслідки. Це насамперед стосується виникнення тенденції

до втрати автентичності виробів та їх етностильової справжності [11].

Про нові традиції організації слобожанських ярмарків, зокрема про відродження у 2002 році Великого Слобожанського ярмарку, можна дізнатися з коротких кореспондентських оглядів проведення ярмарку в Харкові, розміщених на шпальтах газет «Слобожанський край», «Урядовий кур'єр», «Слобода», «Губернія» та ін. [12, с. 5; 16, с. 6; 4, с. 8; 15, с. 2, 6; 7; 10; 25, с. 8–13; 3, с. 5].

Термін «ярмарок», як вважають дослідники, походить від німецького слова *jahrmarkt*, що означає проведення торгівлі в певному місці у встановлені терміни (ярмарки функціонували кілька днів або кілька тижнів). Ярмарки проводяться щороку у визначений час (один-два рази на рік на релігійні свята). Періодичність проведення торгівлі є характерною ознакою ярмарку [19, с. 5; 18, с. 649; 8]. Науковці неодноразово висловлювалися щодо відмінностей між ярмарком і базаром. Скажімо, уже згаданий Ф. Матвієнко-Горнега, досліджуючи це питання, зауважив, що ярмарок відрізняється від базару тим, що на ньому торгували порівняно рідкісними товарами сезонного характеру. До тих пір, поки товар не мав широкого попиту чи використовувався у якийсь період часу, не виникало потреби для його продажу чи купівлі. Таким товаром, наприклад, була худоба, яку виставляли на продаж головню перед заготівлею зимових «стілових» кормів, та вози, сані, взуття, що їх селянство вважало за необхідне використовувати лише взимку. Слід зазначити, що такий товар, як шкіра, шерсть, щетина, мав попит та продавався лише у визначений час у незначній кількості в конкретних населених пунктах, де були майстри, для яких цей товар був сировиною. Відповідно скупнику не було потреби зосереджуватися в одному місці (в одному селі), і такі торги влаштовували періодично в багатьох місцях. Дослідник вважає, що селянство не надто спритне в питаннях торгівлі. Для того, щоб селяни хоча б зрідка торгували, необхідно влаштовувати ярмарки — торгові заходи, які характери-

зувалися не лише господарськими, а й психологічними рисами. На думку науковця, украї важливим є використання ярмарків як великих скопищ святково-налаштованого населення, адже вони мали багатий культурно-господарський потенціал для розвитку села [14, с. 58].

Традиційні українські ярмарки були важливими й необхідними для задоволення економічних потреб населення України. Власне ярмарок був місцем купівлі, продажу та обміну товару. У житті селянина він відіграв важливу роль, адже саме там збували призначені на продаж сільськогосподарські продукти та худобу. Ярмарки мали неабияке значення для розвитку населеного пункту. Міста, в яких проводилися ярмарки, розвивалися динамічніше з економічного, соціального та промислового поглядів. У кінці XVIII – на початку XX ст. ярмарок мав риси унікального соціокультурного явища традиційно-побутової культури, був місцем вияву звичаїв і традицій українського суспільства. У той період ярмаркові звичаї широко побутували серед народу. Сьогодні ярмаркова торгівля в Україні набуває нових рис і ознак, хоча роль ярмарків як важливих торговельних центрів зменшилася. Ярмарок почав втрачати більшість торговельних звичаїв і проявів обрядово-звичаєвої культури українців загалом. Сучасні слобідські ярмарки втратили народні звичаї купівлі-продажу худоби, ремісничих та інших товарів, які проявлялися на традиційному українському ярмарку. Утрачена також давня форма безгрошового обміну, що існувала на ярмарках Слобожанщини поряд з розрахунками грошима. Нині вже складно виявити пов'язані з ярмаркуванням народні прикмети, повір'я та вірування, які прогнозували успішну торгівлю та великий виторг. Умовно їх можна було поділити на групи відповідно до складників процесу ярмаркування: підготовка та виїзд на ярмарок; дорога до ярмарку; торгівля безпосередньо на ярмарку; повернення з купленим товаром додому. На всіх цих етапах простежувалася віра в магічність надприродних сил, яка й визначала поведінку ярмарчан під час ведення торговельної діяльності. Скажімо,

розповідали, що якщо зустрінеш по дорозі на базар людину, котра могла завадити успіху, і вона лише привітається, «то вертайся додому, бо удачі не буде. Така була людина. Просто поздоровалась» [2]. Важливо було першими вторгованими грошима («почин» називається) перехрестити товар, щоб іще продати [2]. Зникли також ярмаркові молодіжні звичаї та обряди, приурочені до певних календарних свят, а також звичаї соціально-побутового характеру (поповнення парубочих громад новобранцями, здійснення народних самосудів над злодіями, котрих ловили «на гарячому» безпосередньо на ярмарку тощо). Водночас зауважимо, що деякі ярмаркові традиції минулого все ж таки збережено, а вивчення історичних витоків цього явища дає змогу простежити зміни, трансформації та нововведення в ярмарковій культурі українців.

Торгову мережу в селах упродовж XX ст. можна поділити на три види: 1) постійна (стаціонарна) торгівля – у вигляді безперервно діючих торгових закладів; 2) напівпостійна – у вигляді періодичних базарів, які відбувалися час від часу; 3) ярмарки. Кожен із цих видів торгівлі відповідав визначеній стадії економічного розвитку села на шляху від натурального господарства до мінового. Найбільш раннім з них є ярмарок, який інколи відбувався в тому чи тому населеному пункті, до якого селяни пристосовували свої торгові угоди (реалізувати свій товар на вигідних їм умовах). Базар є перехідним етапом на шляху до постійно діючих торговельних закладів, який більше відповідає ринковим умовам. Названі вище види торгівлі відрізняються також за об'єктами своїх торгових операцій. Ярмарок, за всієї різноманітності товарообміну й різношерстості його учасників, здебільшого спеціалізується на якійсь одній чи кількох групах сільськогосподарських товарів відповідно до особливостей окремого ярмаркового пункту. На базарі селяни діють як продавець і покупець найрізноманітніших продуктів і товарів широкого вжитку. Магази́ни й лавки були здебільшого поставальниками міської продукції в село, лише по-

путно займаючись обміном чи скуповуванням сільськогосподарських продуктів (наприклад, можна було обміняти товар на яйця, мед, горіхи та ін.). Згідно з дослідженням, проведеним відділом економічної статистики Харківського губстатбюро торгової мережі Харківської губернії, на початку 1924 року найпоширенішою формою періодичної торгівлі на селі були базари, рідше — постійні торгові заклади, ще рідше (у великих пунктах) — ярмарки різного призначення [23, с. 1–2].

У 20–30-х роках ХХ ст. ярмаркова торгівля функціонувала повноцінно, що доведено в статистичному дослідженні ярмарків України В. Сухомлином [22]. Якщо раніше (у XVIII–XIX ст.) ярмарки приурочували до храмових свят, певним чином відволікаючи населення від святкових церковних служб, через що були неодноразові скарги з боку священників стосовно того, що український народ у дні богослужінь віддає перевагу ярмаркам, а не церкві, то у 20-х роках ХХ ст. необхідним було дати інший напрям цьому колись популярному дійству. Насамперед це стосувалося внесення до організації ярмарків таких нових елементів, як облаштування виставок, ознайомлення з новинками сільськогосподарської техніки, поширення культурно-господарської літератури, читання лекцій. Так само, як і колись, у XIX ст. важливим було вирішення організаційних питань, пов'язаних з підготовкою ярмаркової площі до торгівлі: дотримання санітарного стану, наявність водопою, облаштування дешевих переносних приміщень для торгівлі (з фанери чи брезенту). Як і раніше, органи влади регулювали відкриття ярмарків у селах, перенесення їх в інші місця та на інші терміни. клопотання подавали сільські та районні ради через окружні Економічні збори [14, с. 59–60].

Упродовж ХХ ст. в традиційній ярмарковій культурі відбулися помітні зміни. Лише у 20-х роках ХХ ст. весь економічний устрій життя селянства, який був порушений громадянською війною, почав відновлюватися з господарського боку. Широки споживчі й ви-

робничі маси селянства вже могли висловити своє ставлення до ярмарків як інституту, що найбільше відповідав живому товарообміну між містом і селом. Відповідно почався активний процес відновлення радянських ярмарків. У перший (найбільш ранній) період НЕПу відродження ярмарків починалося згори за ініціативою місцевих виконкомів, відділів комунального господарства і бірж. Цей період вирізнявся не лише відновленням попередніх ярмарків (таких, як Хрещенський), а й створенням нових. За 1922–1923 роки, за неповними даними, відкрилося загалом близько 600 радянських ярмарків. Ярмаркова торгівля повинна була пристосовуватися до особливостей товарного ринку Радянського Союзу. Висловлювалися сподівання, що вона поступово перетворюватиметься на торгові контракти з'їзди й так само, як і раніше, сприятиме нормальному розвитку торговельного обігу, а водночас і продуктивних сил Радянського Союзу. Крім того, основним завданням влади, яке мала вирішити ярмаркова торгівля, було налагодження тісного зв'язку між містом і селом та створення умов швидкого просування товару якнайближче до споживача [6, с. 5].

У 1922 році відбулося відродження всеукраїнського Хрещенського ярмарку в Харкові, який Радянська влада повернула для швидкого й усебічного розвитку товарообміну, що був основним стрижнем і головним показником росту народного господарства України й Радянського Союзу загалом. З розвитком селянського господарства до ярмарків починав зростати інтерес з боку сільського населення й низових торгових організацій в особі первинних кооперативів, які здебільшого замінили в селах колишнього приватного торговця. Найяскравіше така тенденція проявлялася на початку 1924 року. У вибудовуванні радянських ярмарків починають тісно переплітатися два напрями: один полягав у збереженні традиційного типу українського селянського (підсобного) господарства, яке своїм корінням глибоко пов'язане з побутовими навичками населення, а інший передбачав нові форми центра-

лізованого виробництва й торгівлі. Ярмарки 1923 року проходили ще під гаслом переміщення великого товарного масиву між великими організаціями. Натомість селянство, яке з'являлося на ярмарках, поки виявляло скромний інтерес до поповнення свого зношеного інвентарю та одягу; воно ще не володіло великими грошовими засобами і власними товарами. Уже в 1924 році ситуація різко змінилася — на ярмарках з'являються товари сільськогосподарського виробництва, значно збільшився пригін худоби, завдяки чому виникав великий попит на товари промислового виробництва. Прогрес цього руху був такий швидкий, що невдовзі помітили, що промислових товарів, зокрема мануфактури, уже не вистачало для задоволення назрілого попиту. Державні й кооперативні торгові заклади були не спроможні цілком обслуговувати ярмаркову торгівлю, і на «сцену» вийшов приватний роздрібний торговець, який посів перше місце з обслуговування ярмаркового торгу. Процес відновлення старих центрів торгівлі посилювався в багатьох місцях під тиском самого населення; селяни порушували питання щодо організації того чи того ярмарку. У 1920-х роках ярмарок залишався найпростішою формою торгового обігу, яку використовували для тісного зв'язку між містом і селом. Тому й перспективи подальшого розвитку ярмаркової торгівлі вимальовувались у формах зосередження інтересів сільського населення як у збуті товарів свого виробництва, так і привнесенні до сільськогосподарського вжитку товарів, виготовлених у місті. На радянському Хрещенському ярмарку і в покупках, і в продажу головну роль відігравали державні органи, натомість кооперативні організації були меншовартісними. Хрещенський ярмарок 1924 року мав елементи вже більш правильного товарного обігу. Промисловість і великі торговельні організації використовували ярмарок як шлях найкоротшого просування товарів до споживача через низовий торговий розподіл. До ярмарку залучалися низова кооперація, сільські товариства, які були головними покупцями товарів. У підготовці до прове-

дення Хрещенського ярмарку в 1924 році брав участь Ярмарковий комітет. Значну роботу виконували також сільськогосподарські товариства і «сільст» (сільський магазин, контора, сільське споживче товариство), їхня кількість досягала близько шестиста [6, с. 6–8].

У 1924 році в Харківській губернії загальна кількість ярмарків становила 209. Більшість з них проходила в Сумському й Харківському округах. Проведення майже всіх ярмарків збігалось із загальними чи місцевими святами. Предметами торгівлі на них були зерно та худоба — основні сільськогосподарські товари [23, с. 10].

Варто зауважити, що в повоєнний період потреби населення в господарчих товарах, продуктах часто задовольняли магазини та колгоспні ринки (або, як їх називало населення, «базари»). Роль ярмарків як важливих торговельних центрів применшувалася. Торгівля в селах перейшла до кооперації (від лат. — співробітничая) як форми добровільного об'єднання між собою фізичних і юридичних осіб для колективної виробничої, підприємницької, торговельної чи споживчої діяльності на засадах демократичного управління й поєднання особистих і громадських інтересів та під контроль держави [9]. На колгоспних ринках реалізовували сільськогосподарські продукти з колгоспів і з особистих підсобних господарств селян. Особливості колгоспної торгівлі в м. Кролевець (1958 р.) описані в етнографічному матеріалі за результатами експедиції до Кролевця і Сум. На ринку переважали продукти з передміських та навколишніх колгоспів району, розташованих за 20–25 км. Якщо порівняти з попередніми роками, ціни загалом зрівнялися із цінами на центральних ринках Сум і Києва, а продукти (яйця, масло, сало, ягоди, овочі, м'ясо) були майже наполовину дешевшими. Показово, що деякі промислові товари (проста дешева тканина, одяг) обмінювали на яйця. На такий вид торгівлі (обмін) впливало значне підвищення ціни на яйця. У неврожайні роки (через несприятливу погоду) часто підвищувалися ціни

на ягоди, городину. Наприклад, в 1950 році полуниця коштувала 3 крб. за кілограм, у 1958 році — від 8 до 12 крб., а таких овочів, як редиска, редька, огірки, салат, зелена цибуля або зовсім не було, або ж їх продавали в незначній кількості. Продукти з «набілу» (харчі, що виготовляються з молока) коштували дешево. Колгоспи на ринок привозили також корм для худоби, який збувався досить швидко. Це свідчило про поширену тенденцію тримати домашніх тварин не лише в селах, але й в індивідуальному господарстві міських і приміських мешканців. Недоліком міського ринку було те, що ринкова площа не мала чіткого поділу за категоріями товару. Державна торгівля готовими речами й мануфактурою розміщувалася в рядах з продажем молочних продуктів. Позитивним явищем у цьому торговельному пункті було те, що всі операції продажу проводилися на столах (на землі нічого не розкладали, що було звичним років 10—15 тому для дорадянської сільської торгівлі) [1]. Характерним явищем для сільських жителів радянської доби, як уже зазначалося, був збут сільськогосподарських продуктів на міських базарах (ринках). Вивозили на продаж все те, що було в надлишку в господарстві, здебільшого продукти харчування (городину, овочі, фрукти, ягоди, молоко, сметану, сир, яйця тощо). На зароблені кошти селяни купували промислові товари, мануфактуру та продуктивні вироби. На базарах селяни також могли купувати худобу. Так, за свідченнями жительки с. Кам'янка, купувати поросят їздили на базар в Ізюм. Добиралися пішки або їздили колгоспною машиною [ІМІ].

Базари збиралися раз на тиждень як у будні дні, так і у вихідні (і в суботу, і в неділю). На ніч продавці не залишалися, приїздили вранці і в той самий день розпродували свій товар. Виникнення базару в с. Велика Комишуваха, за свідченнями респондента, зумовлено відсутністю у селі «контори» (магазину). Сюди зносили на продаж різні товари. З Ізюма й ближніх сіл привозили молоко, сир, столярні вироби, стільчики тощо [ТМП].

А ось торговельний захід, організований «сільст» у с. Сенькове, більше нагадував традиційний ярмарок. Респонденти так і казали: «Поїду на ярмарок». Він проходив періодично, раз на рік, ранньою весною. Туди з'їжджалися люди з усієї округи. Торгували різними товарами та продуктами харчування. На такому ярмарку можна було купити дефіцитні товари. У Сенькове також їздили купувати діжки та інші дерев'яні товари, які звозили туди з різних сіл Харківщини (Кругляківка, Загризове, Богуславка, Ревуче, Вовче, Лозова, Колісниківка, Синиха, Біле). На ярмарковій площі в Сеньковому того дня влаштовували концерти [ЗНМ].

Масштабними заходами торгівлі в Українській РСР були регулярні оптові республіканські ярмарки, на яких торговельні підприємства закуповували у промислових підприємств товари за зразками. Як правило, їх проводили влітку, інколи — восени. У них брали участь заводи і фабрики, які пропонували торговельним організаціям вироби та товари. Під час них укладали угоди з промисловими підприємствами, складали перелік товарів, які мало одержати населення наступного року [13, с. 3]. На такий ярмарок представники торгівлі приходили, знаючи, які товари потрібні населенню певного району й області. Це давало їм змогу погодити з промисловими підприємствами асортимент виробів, моделі, фасони, терміни поставок. Фабрики й заводи обмінювалися досвідом, вивчали й запозичували найкращі зразки. Важливим було те, що під час ярмарку населення могло ознайомитися зі зразками товарів, висловити свою думку [5, с. 3]. Ярмарки були своєрідним майданчиком для зустрічі виробників, торговельних організацій — з одного боку, виробників і оцінювачів якості виробів — з другого. Так, у 1968 році на оптових ярмарках працювало п'ять галузевих комісій, які вносили пропозиції щодо зміни конструкцій виробів, які завод враховував, виробляючи їх. Також такі ярмарки фільтрували вироби за якістю, формою і зовнішнім виглядом. Якщо товар не відповідав вимогам і попиту, був не сучасним,

то його подальше виробництво відхиляли. Одним із основних завдань працівників торгівлі було те, щоб у продаж надходили доступні за ціною товари. На ярмарках підприємству часто пропонували переглянути ціну окремих виробів. Очевидно, що такого роду ярмарки мали суто економічне значення. Вони сприяли підвищенню якості товарів, давали можливість задовольняти потреби споживача й захищати інтереси покупця. Посередниками між виробниками товарів і покупцем у такому заході були працівники торгівлі.

У радянський період проведення ярмарків на великі свята було традицією і необхідністю. Популярними були масштабні загальноміські продуктові й промислові ярмарки, у яких брали участь колгоспи та радгоспи. Вони завжди були багатолюдними й веселими, з різноманітним продовольчим асортиментом. Ярмарки, як і раніше, мали культурне та господарське значення.

Часто такі торговельні заходи проходили у формі передсвяткових базарів і ярмарків, що характеризувало передсвяткову торгівлю в Україні й особливості радянської торгівлі загалом. Водночас вони мали негативні наслідки для колгоспних ринків. Маємо приклад проведення ярмарку в Балаклії в 1991 році. Напередодні події цілий тиждень, як зазначає житель с. Петрівське, «трудяться на ярмарок: заготовляють, везуть, несуть, печуть, смажать-шкварять, недосипають ночей, завантажують і — у місто». Утім, жителям с. Петрівське нічого не продають. Отже, сільські мешканці не мали жодної вигоди. Після того як стихав ярмарковий бум, полиці знову порожніли. Виник дефіцит, особливо на продукти харчування. У 1991 році, під час активної економічної перебудови, гостро стояло питання щодо організації не стихійних, а справжніх ринків [20, с. 2].

Зауважимо, що сьогодні ярмаркова торгівля в Україні набуває нових рис та ознак. Сучасні наукові дослідження показують, що на Слобожанщині, як і в Україні загалом, не організовують ярмарків, які тривали від двох тижнів до місяця. Нині відсутні великі опто-

ві ярмарки, а функціонують середні та малі. Великі ярмарки почали занепадати й зникати, коли в Україні з'явилася залізниця. Втрималися тільки малі ярмарки по селах [21, с. 79]. Така тенденція не є випадковою, адже проведення масштабного ярмарку в місті вимагає чималих ресурсних затрат, на відміну від малого ярмарку місцевого значення. У досліджуваному регіоні, за свідченнями респондентів, проходять малі ярмарки в Осколі, Куп'янську, Сеньковому, Петровську, Слов'янську, Горлівці. Їхня роль, здебільшого зводиться до задоволення матеріальних потреб населення, а традиційна форма вже втрачена.

Крім того, сучасний ярмарок є місцем популяризації культурних традицій українців. У теперішній практиці проведення ярмаркових заходів збережено ознаку періодичності: вони відбуваються у визначений час і у встановленому для цього місці. На Сумщині давно стали традиційними відроджені ярмарки районного значення: с. Миропілля Краснопільського району — Міжрегіональний Миропільський ярмарок (з серпня 2008 р.); с. Сад Сумського району — Обласна агропромислова виставка-ярмарок «Агро-Сумщина» (відновлена у вересні 2007 р.); м. Кролевець — Хрестовоздвиженський ярмарок (з вересня 1999 р.). Такі ярмарки мають на меті відновити звичаї та традиції краю. Утім, головним їхнім завданням є сприяння економічному розвитку району, зв'язкам з іншими областями та країнами зарубіжжя. На них охоче реалізують свою продукцію народні майстри Сумщини. Зауважимо, що в Сумській області щороку організовують різні торговельні виставки та ярмарки [11].

Видозмінених варіантів набула сьогочасна ярмаркова діяльність: точки торгівлі часто влаштовуються з нагоди якогось свята чи події в селі. Наприклад, ярмарок у с. Велика Комишуваха проходить, коли відзначають День села. Це є нова форма присвячення ярмарку. Натомість традиція організації ярмаркових торгів під час церковних і релігійних свят у селі фактично втрачена. Така доля спіткала звичай

проводити ярмарки в день, коли в селі Храмове свято (празник). Роль маленьких ярмарків для населеного пункту швидше доповнювальна, аніж головна. Вони вже не мають такого великого значення для розвитку населеного пункту, як це було раніше.

Історичні традиції Харкова, який був важливим торговельним центром, продовжуються завдяки проведенню Великого Слобожанського ярмарку. З вересня 2002 року такий ярмарок у Харкові проходить щорічно. Він є візитівкою регіону Слобожанщина, відомого своїми торговельними традиціями. Упродовж 2006–2012 років ярмарок проходив у різних районах Харківської області, а з 2012 року знову повернувся до міста Харкова [3, с. 5; 4, с. 8; 10; 15, с. 2, 6; 16, с. 6; 7; 25, с. 8–13]. Описуючи нинішню ярмаркову традицію, слід звернути увагу й на асортимент товарів, виставлених на продаж. Так, Великий Слобожанський ярмарок проводиться в традиційному стилі як осінній ярмарок врожаю і має швидше аграрний характер. Це справжнє свято врожаю, на якому виробники з Харківської області представляють продовольчу продукцію і товари народного вжитку. Також презентують свої досягнення сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, майстри народної творчості (гончарі, майстри з лозоплетіння, в'язання килимків («кругів») зі старих речей, майстри петриківського розпису тощо). Кожен район Харківщини традиційно готує свою художньо-декоративну експозицію (імпровізовану «хатину»), виконану з урахуванням традицій та історії району або міста, й музичні вітання біля неї. Ярмарчани зупиняються біля експозиції, танцюють і співають разом з артистами. Розповідають казки, місцеві легенди, розігруються сценки з народно-побутового життя українців. Біля кожної експозиції господарі з короваєм і сіллю гостинно вітають відвідувачів і пропонують широкий асортимент сільськогосподарської продукції. Так буденні відносини купівлі-продажу пере-

творюються на велике торговельне свято. Цей ярмарок є місцем продажу здебільшого сільськогосподарської продукції та різноманітних продуктів харчування (овочів, фруктів, баштанних культур, риби, птиці, м'ясних і молочних продуктів, борошна, олії, яєць) з різних районів. У продаж є також хлібобулочні та кондитерські вироби, крупи, цукор, мед (з липи, акації, соняшниковий, питний) та продукти бджільництва. Харківські пасічники завжди беруть участь у ярмарках, які проводять в місті й інших областях. На ярмарку можна не лише придбати продукцію з меду, а й дізнатися про корисні властивості різних його сортів. Отже, основним завданням цього заходу є представити продуктове багатство Харківщини. Кожне місто і кожен район області мають можливість показати свої досягнення. Нинішній Великий Слобожанський ярмарок — це своєрідний майданчик для змагання районів області. Для них на площі виділяють окреме місце для розташування експозиції, а традиційний поділ на ряди з різними товарами фактично відсутній. Збереглася традиція частування відвідувачів готовими для споживання гарячими стравами, такими як кулеш, вареники, млинці, шашлики, ковбаски, які готують одразу на ярмарковій площі [17].

Наслідуючи історичні традиції харківських ярмарків, коли продаж товарів супроводжувався виступами мандрівних артистів, народними гуляннями, піснями та забавами, сучасні ярмарки також містять розважальні елементи. На Великому Слобожанському ярмарку кожен район і кожне місто області біля своєї експозиції готують театралізовано-концертну програму. Крім того, на площі облаштовується сцена для виступів фольклорних колективів, вокалістів, хореографічних постановок тощо [17]. Звичайно ж, роль ярмарку у розвитку естетичного смаку українського народу й культури загалом уже не така велика, як була раніше. Такі розваги слугують швидше популяризації української пісні, відродженню елементів народного театру і відчуттів україн-

ського колориту всього ярмаркового дійства. Великий Слобожанський ярмарок популярний на Харківщині й донині; його святкова атмосфера приваблює відвідувачів. Цінністю такого масштабного торговельного дійства є насамперед можливість презентації надбань районів та міст області, їхнього колориту та культурного (духовного), продовольчого (матеріального) потенціалу.

Під час етнографічних спостережень сьогодні часто можна натрапити на нові види торгівлі — торгують просто на дорозі будь-яким товаром: від яблук до гончарних виробів (виносна торгівля). Зокрема, на трасі Ізюм — Слов'янськ торгують з машин гончарною продукцією. У Долині Слов'янського району майже біля кожної хати за ворота виставлено відра з яблуками: якщо хочеш щось придбати, до продавців потрібно стукати чи телефонувати. У сільській місцевості трапляються оголошення про те, що можна купити моркву чи птицю. Така форма торгівлі є певним пережитком.

Отже, традиційні форми періодичної торгівлі в Україні мають давнє походження. Ярмарки і базари тривалий час мали не лише вагоме торговельне значення, а й були необхідним складником життя сільського й міського населення. Саме традиційний український ярмарок мав риси унікального соціокультурного явища традиційно-побу-

тової культури, був місцем вияву звичаїв і традицій українського суспільства. Протягом ХХ ст. ярмарки і базари повноцінно функціонували, хоча втратили свій традиційний вигляд і зазнали значної трансформації. Насамперед загублено великий пласт обрядово-звичаєвої культури українців, яка проявлялася під час ярмаркової діяльності. Ярмарки перетворилися на оптово-промислові торговельні заходи (обласного, міжобласного, республіканського і міжреспубліканського значення), на яких радянські торговельні організації закуповували в радянських підприємств товари за зразками з подальшим підписуванням контрактів. Втратили характер колишніх ярмарків колгоспні ринки, де реалізовували сільськогосподарські продукти з колгоспів і продукти з підсобних господарств селян. Сьогодні ярмарки в Україні (зокрема й на Слобожанщині) потроху відроджуються. Вони, як і колись, вдало поєднують мистецько-розважальні заходи і торгівлю. Проте сучасні, «європеїзовані» (такі, що відповідають сучасним тенденціям) ярмарки могли б мати набагато більше значення. У цьому процесі важливою є роль держави щодо забезпечення відповідною нормативною базою, надання фінансової та організаційної підтримки й можливості укладання міжнародних договорів як обов'язкової ознаки великих ярмарків.

Список інформантів

ІМІ – Іллінська Марія Іванівна, 1941 р. н. Записала В. Юрченко 4 жовтня 2017 р. у с. Кам'янка Ізюмського р-ну Харківської обл.

ЗНМ – Заєць Ніна Миколаївна, 1940 р. н. Записала В. Юрченко 5 жовтня 2017 р. у с. Кам'янка Ізюмського р-ну Харківської обл.

ТМП – Трипольський Микола Павлович, 1935 р. н. Записала В. Юрченко 6 жовтня 2017 р. у с. Велика Комишуваха Барвінківського р-ну Харківської обл.

Джерела та література

1. Архівні наукові фонди рукописів та фонозаписів Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України (далі – АНФРФ ІМФЕ НАН України). – Ф. 14-5, од. зб. 197, арк. 28–30.
2. АНФРФ ІМФЕ НАН України, ф. 14, од. зб. 884, 85 арк.
3. *Авер'янова Л.* Ярмарок і марносластво [Про перенесення Слобожанського ярмарку в Чугуїв] // Урядовий кур'єр. – 2006. – 7 вересня. – С. 5.
4. *Атоян Ю.* Гуляй, ярмарка [Большая Слобожанская ярмарка открылась в Харькове, 2003 г.] // Событие. – 2003. – № 39. – С. 8.
5. *Байков Г.* Ярмарок // Радянська Україна. – 1963. – 23 листопада. – С. 3.
6. Всеукраинская (Крещенская) ярмарка. Деловой справочник. – Харьков : Изд. «Украинского экономиста» [б. г.] – 50 с.
7. *Гук Н.* Большая Слобожанская ярмарка // Рабочая газета. – 2005. – 23 сентября.
8. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. – Москва : Русский язык, 1999. – Т. 4 : (Р–Я). – Стлб. 1578.
9. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovo.org.ua/38/53402/380949.html>.
10. *Ключко А.* О празднике, поросятах и традиции [Большая Слобожанская ярмарка] // Слобода. – 2004. – 21 сентября.
11. *Литвинчук Н. В.* Традиційні промисли та ремесла Сумщини кінця ХІХ – початку ХХ століття : дис. на здобуття наукового ступеня канд. іст. наук : 07.00.05. – Київ, 2015. – 230 с.
12. *Логвиненко Л.* Слобожанський ярмарок. І на верблюдах добирались до Харкова // Слобожанський край. – 2002. – 7 грудня. – С. 5.
13. *Маликов С.* Від ярмарку до прилавку // Робітничая газета. – 1968. – 14 квітня. – С. 3.
14. *Матвеевко-Горнега Ф.* Значение ярмарок в культурно-хозяйственной жизни Полтавщины в годы [НЭПа] // Хозяйство Полтавщины. – 1923. – № 13. – С. 54–60.
15. *Павлій А.* Ярмарка в расцвете сил [В третий раз в Харькове проходит Большая Слобожанская ярмарка] // Событие. – 2004. – № 39. – С. 2,6.
16. *Руденко С.* Как это было, и что из этого может получиться [В Харькове впервые прошла Большая Слобожанская ярмарка] // Событие. – 2002. – № 43. – С. 6.
17. Слобожанський ярмарок 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=rQPhjMcek78>.
18. Словник української мови : в 11 т. – Київ : Наукова думка, 1970. – Т. 1. – С. 649.
19. *Соловей Д.* Краткий очерк ярмарок и ярмарочной торговли. – Полтава : Изд. Биржевого комитета Полтавской товарной биржи, 1925. – 26 с.
20. *Стальний В.* Плач Ярославни... на ринку м. Балаклія // Слобідський край. – 1991. – 30 січня. – С. 2.
21. *Сумцов М. Ф.* Слобожане. Историко-этнографічна розвідка / [під ред. Д. І. Багалія]. – Харків : Союз, 1918. – 144 с.
22. *Сухомлин В.* Сьогочасні та довоєнні ярмарки України: цифрова характеристика. – Харків : Урядова друкарня ім. т. Фрунзе, 1927. – 72 с.
23. Торговая сеть Харьковской губернии в начале 1924 года: материалы по статистике Харьковской губернии / Харьковское губернское статистическое бюро. – Харьков, 1925. – Вып. 8. – 55 с.
24. Фото «Слобожанський ярмарок 2016» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.google.com.ua/search?q=Слобожанський+ярмарок+2016+фото.
25. *Ходун Є.* Ярмарок: підприємництво і карнавал [тривав з 24 вересня по 2 жовтня 2005 р. у Харкові на площі Свободи] // Губернія. – 2005. – № 10. – С. 8–13.
26. *Юрезанский В.* Красная ярмарка // Пламя. – 1925. – № 2. – С. 4–6.

Summary

Geographical bounds of the manifestations of modern forms of trade and the revelation of the survivals of ancient forms of trade activities in Ukraine are described in the article on the basis of expeditionary materials collected on the territory of Slobidska Ukraine (mainly within the boundaries of Kharkiv and Sumy regions). In home trade the fairs, markets, public sales remain the traditional types of recurrent sales of food and other

goods to meet the material requirements of the population. Modern manifestations and transformations of traditional forms of Ukrainians trade in the XXth – early XXIst centuries in Slobozhanshchyna are considered in the article.

In the 1920s and 1930s fair trade functions in a full value. Earlier (in XVIII–XIX centuries) the fairs have been conducted to the temple feasts, distracting the population from the festive church divine services in a certain way. The priests have repeatedly complained that the Ukrainian people prefer fairs rather than the church on the day of worship. In the 1920s it has become necessary to give another direction to this once popular event. First of all, it concerns to the introduction of such new elements into the fairs organization, as exhibitions arranging, knowledge of the innovations of agricultural machinery, the dissemination of cultural and economic literature, lectures. In the Soviet period the fairs realization on large holidays has become a tradition and a necessity. Large-scale city food and industrial fairs, where collective and state farms have taken part, are popular events. These are always crowded and convivial holidays with diverse food assortment. The fairs have cultural and economic significance.

Nowadays the fair trade in Ukraine acquires new features. Prolonged fairs are not considered to be a typical phenomenon for Ukraine in general and for Slobozhanshchyna in particular. At present, there are no large wholesale fairs, but medium and small fairs are organized. Besides the modern fair is a place to popularize Ukrainians cultural traditions. Historical traditions of Kharkiv as an important trade center are continued owing to the Great Slobozhanshchyna Fair. An opportunity to present the acquirements of the districts and cities of the region, their colour and cultural (spiritual), food (material) potential is first of all considered to be the value of such a large-scale trade event.

Keywords: fair, market, collective farm market, trade at the road, spontaneous market, Slobozhanshchyna, seller, buyer, goods.