КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ЗЛОБІН Юрій В'ячеславович

УДК 394.2(477)

СОРОЧИНСЬКИЙ ЯРМАРОК ЯК ЯВИЩЕ УКРАЇНСЬКОЇ ТРАДИЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

26.00.01 – теорія й історія культури

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата культурології



Київ – 2011

Дисертацією є рукопис

Робота виконана на кафедрі культурології Київського національного університету культури і мистецтв.

Науковий керівник: кандидат педагогічних наук, професор **Бойко Людмила Павлівна,** Київський національний університет культури і мистецтв, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін.

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор **Гурбанська Антоніна Іванівна,** Київський національний університет культури і мистецтв, кафедра української мови і літератури;

кандидат історичних наук, доцент **Поріцька Ольга Анатоліївна,** Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М.Т. Рильського НАН України, старший науковий співробітник.

Захист відбудеться «9» грудня 2011 року об 12 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.807.02 у Київському національному університеті культури і мистецтв (01601, м. Київ, вул. Щорса, 36, ауд. 209).

З дисертацією можна ознайомитися в науковій бібліотеці Київського національного університету культури і мистецтв (01601, м. Київ, вул. Щорса, 36).

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. У сучасних умовах підвищується інтерес до вивчення особливостей регіональних культурних традицій, у яких відбився соціально-історичний досвід соціальних груп і національностей, які проживають на тій чи іншій території. Яскравим явищем української традиційної культури є ярмарки, що фіксують образи давньої та сучасної історії життєдіяльності регіону, країни в цілому. Їхнє виникнення та розвиток пов'язують із налагодженням торговельних шляхів, культурних зв'язків і взаємообміну. Ярмарки впливали на розвиток різних галузей народного господарства – землеробство, скотарство, ремісництво, а також сприяли збереженню та поширенню традиційної народної кухні. Аналіз етнографічних, історичних, культурологічних джерел свідчить, що ярмарки – це ще й місце спілкування, формування громадської думки, смаків, уподобань, своєрідної звичаєвості й лексики, пов'язаних із процесом торгівлі.

Попри багатство традицій української ярмаркової культури, ряд її аспектів, зокрема регіональні особливості, вивчені недостатньо. Донині залишається майже не дослідженим один із найбільших і найвідоміших в Україні Сорочинський ярмарок, що має статус міжнародного і загальнонаціонального. І це при тому, що Сорочинський ярмарок тісно пов'язаний із творчістю М. Гоголя, Г. Квітки-Основ'яненка, Т. Шевченка, О. Вишні, Ю. Яновського, О. Ільченка та ін.

Все це й зумовило вибір теми дисертаційного дослідження «Сорочинський ярмарок як явище української традиційної культури».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження здійснене за планами науково-дослідної роботи кафедри культурології і цільової комплексної програми наукових досліджень Київського національного університету культури і мистецтв «Трансформаційні процеси в культурі та мистецтвах України» (державний реєстраційний номер № 107U009539).

Об'єкт дослідження – український ярмарок у системі традиційної культури.

Предмет дослідження – Сорочинський ярмарок як явище традиційної української культури.

Мета дослідження – з'ясувати особливості становлення та розвитку Сорочинського ярмарку як унікального явища в системі української культури.

Мета зумовлює вирішення таких **завдань**:

– проаналізувати стан наукової розробки зазначеної проблеми;

– визначити методологічні засади дослідження та уточнити ключові поняття;

– з'ясувати роль і значення ярмарку в розвитку традиційної

культури;

– розкрити конкретно-історичні умови становлення та історичної еволюції Сорочинського ярмарку як унікального явища української соціальної культури;

– проаналізувати культурологічний аспект Сорочинського ярмарку в історії та сьогоденні;

– дослідити культуротворчу роль Сорочинського ярмарку щодо української художньої літератури;

– охарактеризувати анімаційний та мистецький аспекти сучасного Сорочинського ярмарку.

Джерельну базу дослідження становлять:
матеріали Державного історичного архіву України в м. Києві; матеріали «Архива Юго-Западной России, издаваемого Временной Комиссией для разборки древних актов»; свідчення іноземних мандрівників, які відвідували українські ярмарки у XVII–XIX ст.; літературні твори М. Гоголя, Г. Квітки-Основ'яненка, О. Ільченка, Т. Шевченка, О. Вишні, Ю. Яновського.

Теоретичні засади дисертаційної роботи становлять:
народознавчі дослідження М. Арандаренка, О. Афанасьєва-Чужбинського, В. Білого, В. Василенка, Г. Данилевського, В. Кафарського, О. Левицького, О. Нельги, А. Пономарьова, Я. Риженка, І. Рудченка, Б. Савчука; культурологічні, історичні дослідження Д. Антоновича, О. Гриценка, М. Грушевського, І. Крип'якевича, А. Макарова, А. Некрилової, М. Поповича, О. Різника, О. Сидоренка, Л. Томи, Н. Яковенко, соціологічні, статистичні, економічні дослідження І. Аксакова, А. Богдановича, М. Домонтовича, Я. Карнаї, А. Павловича, Л. Похилевича, М. Слабченка, А. Шафонського, А. Шмідта, В. Щербини, І. Фундуклея, Ю. Янсона; літературознавчі та мистецтвознавчі дослідження Ю. Барабаша, М. Бахтіна, А. Бєлого, В. Вересаєва, В. Горленка, І. Каманіна, В. Качкана, О. Оглобліна, О. Лазаревського, Ю. Липи, Л. Пляшко, О. Пошивайла, М. Храпченка, В. Чаговця та ін.

Методи дослідження. Відповідно до завдань у дисертаційному дослідженні застосовано: історико-хронологічний метод – з метою визначення становлення та еволюції ярмаркування в Україні; історико-порівняльний метод – для характеристики ярмаркових традицій з погляду їхнього розвитку як особливого типу регуляторних механізмів в українській культурі; метод аналізу і синтезу; метод узагальнення.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше:

– регіональна проблематика, присвячена розкриттю такого явища традиційної української культури як Сорочинський ярмарок, стала предметом комплексного наукового дослідження;

– розглянуто його історію в контексті розвитку українського ярмаркування;

– проаналізовано ярмарок як вияв святково-дозвіллєвої та сміхової культури;

– охарактеризовано значення Сорочинського ярмарку в контексті відродження українських народних традицій ярмаркування;

– досліджено культурну динаміку розвитку Сорочинського ярмарку;

– виявлено фольклорні й літературно-мистецькі джерела формування Сорочинського ярмарку.

Практичне значення дисертаційної роботи: матеріали та результати дисертаційного дослідження можуть використати культурологи, історики, народознавці в написанні монографій, підручників із теорії культури, курсів лекцій, спецкурсів «Історія української культури», «Історія дозвіллєвої культури», «Українська святково-розважальна культура» тощо. Фактографічна база, положення та висновки дослідження можуть бути використані при написанні краєзнавчих, туристичних видань, присвячених Сорочинському ярмарку.

Апробація результатів дослідження здійснена шляхом публікації матеріалів, основних положень і висновків дисертації в наукових фахових виданнях та виступах на науково-теоретичних конференціях: «Роль митця і традиційних інститутів мистецтва за умов всезростаючого впливу культурних індустрій» (23–24 грудня 2009 р.); «Динаміка культуротворчих процесів в Україні» (12 червня 2009 р.); «Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції» (22 грудня 2010 р.); «Дні науки КНУКіМ». Дисертація обговорена на кафедрі культурології Київського національного університету культури і мистецтв.

Публікації. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження відображені у 6 одноосібних публікаціях,із яких 4 – у фахових виданнях.

Структура дисертації обумовлена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 165 сторінок, з них 17 сторінок – список використаних джерел (204 найменування) та додатки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми, вказано на зв'язок із науковими програмами, планами, темами; обґрунтовано мету, завдання, предмет, об'єкт і методи дослідження; охарактеризовано джерельну базу; розкрито новизну та практичне значення результатів; наведено відомості про апробацію дослідження.

У **першому розділі – «Теоретико-методологічні засади дослідження»** – зроблено огляд джерел і наукової літератури, пов'язаної з проблематикою дисертаційної роботи, уточнено ключові терміни, визначено основні методологічні підходи.

Аналіз наукових праць і джерел дає можливість виокремити основні теоретичні підходи до розкриття ролі та місця ярмарку в традиційній культурі українців. Наукові дослідження, що висвітлюють традиції проведення ярмарків в Україні припадають на другу половину XIX століття, це зокрема «Записки о Полтавской губернии» М. Арандаренка, «Сборник сведений о Полтавской губернии» О. Богдановича, «Очерк народной жизни в Малороссии» О. Левицького та ін.

Окремі аспекти ярмаркового побуту висвітлювалися в працях, присвячених чумацтву, історія і побутова культура якого невіддільні від ярмарків – «К вопросу о чумачестве» В. Василенка, «Об украинских чумаках» Т. Падалиці, «Нравы и обычаи украинских чумаков»; Очерки четырех времен года: Из путевых заметок 1856 года» Г. Данилевського, «Артели в древней и нынешней России М. Калачова», «Чумаки на Нижегородской ярмарке» М. Овсянникова, «Чумачество и чумацкие песни» І. Рудченка.

І. Рудченко, прагнучи спростувати поширену в XIX столітті думку про те, що українці – «неторгова» нація, посилався на чумацтво як на купецьку верству населення, котра професійно займається зовнішньою торгівлею, успадкувавши традиції давньоруських купців – «гостей». Дослідник уважав чумаків винятково народними торговцями, закликав якомога глибше вивчати їхню діяльність, починаючи з детального історико-етнографічного опису.

Протилежної думки дотримувався І. Аксаков, який у праці «Исследование о торговле на украинских ярмарках» стверджував, що в довготривалій боротьбі «за віру» українці не мали часу на внутрішнє торговельно-економічне облаштування своєї країни, загалом вичерпали морально-духовні ресурси й розкололися на дві верстви – воїнів-козаків і хліборобів-селян. Відсутню в структурі «неторгової» нації ланку – купецтво – мали заповнити російські купці.

Просування російського торгового капіталу в Україну зумовило й потребу дослідження українських ярмарків, про що свідчить праця І. Аксакова, видана коштом «Санкт-Петербургского купечества», колективна монографія «Опыт исследования украинских крестьянских ярмарок: Описание Лубенской покровской ярмарки 1891 года» та ін. Ці дослідження, як і серія «Материалов для географии и статистики Российской империи», що зібрані офіцерами генерального штабу, містять важливі статистичні дані щодо українських ярмарків.

Важливою для дослідження є праця І. Аксакова «Украинские ярмарки», у якій зібрано та проаналізовано матеріал, що дає змогу скласти загальне уявлення про українське ярмаркове середовище та особливості ярмаркових пунктів різних міст України (Суми, Лубни, Полтава, Харків).

Як засвідчують архівні документи, серед регіонів України за

кількістю ярмарків та густотою мережі переважало Лівобережжя. Найбільше їх відбувалося в містах та селах Полтавської губернії. Зокрема фонд 1119. – Оп. 5. Спр 65 – Арк. 91 ЦДІАК містить відомості про Шишацький і Паньківський ярмарки Миргородського повіту Полтавської губернії, а також Лубенський 1874 року. В архівах знаходимо велику кількість прохань-дозволів на відкриття нових ярмарків, що свідчить про значну потребу в них і важливе значення для населення.

У розвідках А. Луначевського ярмарок розглядається не тільки як сфера купівлі-продажу, а і як місце розваг і відпочинку, де влаштовували різні видовища (балагани, ярмаркові каруселі тощо). Одним із перших, хто почав вивчати ярмаркові обряди і звичаї, був М. Сумцов, який підкреслював, що проведення ярмарків було приурочене до окремих календарних свят. Дослідник описав особливості свята Семена, що збігалося з проведенням ярмарку.

Окрім згаданих друкованих джерел, у дисертації використано матеріали «Архива Юго-Западной России, издаваемого Временной комиссией для разбірки древних актов», що містять чимало цінної інформації про традиційну звичаєвість українських ярмарків, перелік місцевих та імпортованих товарів, порядок організації ярмаркової торгівлі, інфраструктуру ярмарків у різних регіонах України, зокрема, на території Полтавщини. До дослідження залучено й матеріали Центрального державного історичного архіву України в м. Києві, зокрема, документи Генеральної канцелярії 1751 року, документи канцелярії Київського, Подільського й Волинського генерал-губернатора, в яких зафіксовано різні грані ярмаркового побуту київського Контрактового ярмарку, Полтавські Актові книги, що розкривають специфіку ярмаркування на Полтавщині.

Історичне коріння, особливості розвитку й характерні ознаки традиційного українського ярмарку аналізує М. Грушевський в «Історії України-Руси» (Т. 6) і Н. Яковенко в «Нарисі історії середньовічної та ранньомодерної України». Саме ці вчені посприяли аналізу становлення українського ярмарку.

Одну з перших у пострадянську добу спроб осмислити ярмаркування як традиційну культурну практику українців здійснив О. Гриценко в нарисі «Базар», який увійшов до колективної монографії «Нариси української популярної культури». Спираючись на положення і висновки М. Грушевського, сформульовані в шостому томі «Історії України-Руси», дослідник обґрунтував тему ярмаркування як об'єкт культурологічного дослідження. О. Сидоренко в нарисі «Торгівля», що вміщено в розділі «Культура народного господарства історії української культури: у п'яти томах» (Т. 3.), розглядаючи форми української торгівлі, інфраструктуру міських і сільських торгів, виявів дозвілєво-розважальної, святково-

обрядової, сміхової культури на ярмарках, дав загальну характеристику українського ярмаркування і ярмарку як феномену матеріальної та духовної культури. Окремі специфічні аспекти українського міського ярмарку на матеріалі київських Контрактів розкрив А. Макаров у праці «Малая энциклопедия киевской старины». Своєрідність ярмаркового середовища (святкового, урочистого, а водночас, до певної міри, сміхового), ярмаркового спілкування та елементи ярмаркової звичаєвості дослідив В. Климчук у праці «Ярмарок: інсценізовані розповіді про народні свята та обряди». В. Сироткін у «Святковому дозвіллі громади» проаналізував ярмарок як усталений, освячений віковими традиціями центр дозвіллєвої культури українців, наголошуючи на його важливому значенні в житті сільських громад. Ярмаркування як вияв творчого потенціалу народу (широкий асортимент виробів народних майстрів, колективні ярмаркові пісні, танці тощо) дослідив Л. Орел у праці «Ярмарок», відтворюючи неповторну святкову атмосферу українського ярмарку, його неповторний національний колорит. В. Юрченко в дисертаційній роботі «Ярмарок в системі традиційної культури українців (друга половина XIX – початок XX століття)» виявила пов'язані з ярмарком народні звичаї, повір'я, вірування й розглянула широкий спектр ярмаркових дозвіллєвих дійств, розваг, театральних вистав, ярмарковий репертуар кобзарів та лірників. Дослідниця цілісно проаналізувала феномен ярмарку, розкривши його вплив на розвиток різних галузей народного господарства та економічне становище населення та значення як мистецько-розважального комплексу.

Сорочинський ярмарок широко представлений у публіцистичних та довідкових матеріалах. Серед них особливу увагу привертає праця О. Муки «Ярмарок в Сорочинцях», яка є своєрідним літописом відродженого Сорочинського ярмарку з 1966 по 2006 роки. Впродовж цих сорока років О. Мука брав участь у підготовці та постановці ярмаркових видовищ, розробляючи їхні сценарії. Робота О. Муки містить багато конкретної інформації про Сорочинський ярмарок (обставини, у яких він проводився, склад учасників, провідні виконавці ярмаркових вистав, художнє оформлення тощо). Цінні спостереження про Сорочинський ярмарок зафіксовано в історичному нарисі Л. Томи «Великі Сорочинці». Етнографічним спостереженням присвячено статтю «Сорочинський ярмарок» В. Борисенка, В. Келембетова та О. Климка, які вказали на культурне та господарське значення Сорочинського ярмарку, його відродження в 30-х роках XX століття й функціонування в радянські часи. Значний за обсягом матеріал міститься на сайті ТОВ «Сорочинський ярмарок». Різні грані Сорочинського ярмарку окреслено в краєзнавчій літературі, зокрема, у праці В. Халимона «Полтавщина очима краєзнавця».

Для розкриття теми важливим є залучення та аналіз періодичних

видань місцевого та регіонального рівнів («Сільське життя», «Зоря Полтавщини», «Миргородські відомості», «Щоденник Сорочинського ярмарку», «Прапор перемоги», «Село полтавське: Полтавський вісник»). На сторінках періодичних видань у різні роки висвітлювались етнографічні аспекти Сорочинського ярмарку, друкувалися публікації народознавчого й культурно-мистецького спрямування, спогади учасників, старожилів, враження гостей, літературні та поетичні замальовки.

Живий зв'язок ярмарку у Великих Сорочинцях і повістю «Сорочинський ярмарок» М. Гоголя дають змогу виявити такі праці, як «Гоголь в жизни: Систематический свод и подлинные свидетельства современников» В. Вересаєва, «По следам Гоголя» І. Золотуського, «Николай Гоголь: Литературный путь; Величие писателя» М. Храпченка, роман-есе «Микола Гоголь» М. Поповича, який розкрив культурологічний аспект українських повістей письменника. Різнобічне висвітлення творчості і життєвого шляху М. Гоголя як знакової постаті української і російської культур здійснено у збірнику «Гоголь & Гоголь», виданому до 200-річчя письменника, куди ввійшли дослідження О. Лазаревського, О. Оглобліна, В. Чаговця, Д. Чижевського, І. Каманіна, В. Горленка, М. Грушевського, П. Филиповича, Є. Маланюка, С. Єфремова, Д. Донцова, Ю. Липи, Ю. Барбаша та ін. Попри величезний обсяг гоголезнавчої літератури, у ній відсутні спеціальні дослідження, присвячені темі українського ярмарку в рецепції письменника. Джерела, традиції, особливості мистецтва полтавських майстрів, давні і тісні зв'язки славнозвісних ремісничих майстерень Решетилівки, Опішні, Миргороду, Зінькова з Сорочинським ярмарком дають змогу виявити такі праці, як «Кустарные промыслы сельских сословий Полтавської губернии», «Очерки кустарной промышлености Полтавской губернии: Прядение и ткачество в Зеньковском и Миргородском уездах» та «Опошня» В. Василенка, «Гончарне кустарные учебные завидения: Отчет 1900–1901 гг.» А. Соколова, «Форми гончарних виробництв Полтавщини» Я. Риженка, «З досвіду роботи по підтримці й розвитку гончарства Опішні в другій половині XIX–XX століття» О. Пошивайла, матеріали колективного збірника «Проблеми та шляхи розвитку народного мистецтва Полтавщини».

Дисертантом зроблено ґрунтовний аналіз статистичних звітів репертуарних збірників мистецьких колективів, каталогів експонувань, сценаріїв театралізованих видовищ та концертних програм Сорочинського ярмарку, довідкових матеріалів про колективи та їхніх учасників з 1966 року по сьогодні, що зберігаються в архівах Миргородського та Великосорочинського будинків культури та музеях.

Наукове висвітлення поставлених проблем вимагає уточнення понятєво-категоріального апарату дослідження («ярмарок», «базар»,

«ринок»). «Ярмарок» (нім. jahr – рік, mark – торг) – буквально – річний торг, який регулярно, у певну пору року і в певному місці, влаштовується для продажу-купівлі товарів. Періодичність проведення торгівлі є характерною ознакою ярмарків. Ярмаркова форма торгівлі бере початок ще з часів переходу від натуральної до обміну та грошової форми розрахунків. Основна умова виникнення ярмарків – це забезпечення зручних торговельних шляхів між поселеннями. Ярмаркова площа спільно з церквою формували міський і сільський простір, а ярмаркові дні впорядковували ритм народного життя. Ярмарок формував ринкові відносини й ділову етику, господарсько-фінансовий словник української мови.

Поняття «ярмарок» глибоко вкорінене в українську мову, про що свідчить ряд похідних слів: «ярмарковище» – місце, де відбувається ярмарок, «ярмаркувати» – брати участь у ярмарку. Використовується в українській мові і прикметник «ярмарковий»: «ярмаркові дні», «ярмарковий люд», «ярмаркова площа», «ярмарковий гамір», «ярмаркова штовханина».

Поняття «ярмарок» і «базар» близькі, але не тотожні. Відмінність між ярмарком і базаром полягає насамперед у періодичності: ярмарки – річні, базари – щотижневі, а також у масштабах торгівлі, форматі учасників: на ярмарок з'їжджаються ярмаркувальники не лише місцеві жителі, а й мешканці з різних регіонів і країн. Певні особливості має і термін «ринок», який може вживатися у значенні «базар», однак має й інші значення: «ринок збуту» – місце, де продають що-небудь, «сфера товарного обміну»; «світовий ринок» – сукупність національних ринків країн, що пов'язані зовнішньою торгівлею; «чорний ринок» – місце нелегальної торгівлі тощо.

Отже, незважаючи на те, що поняття «ярмарок», «базар», «ринок» у побутовому мовленні можуть вживатися як синоніми, у їхніх значеннях є відмінності. Давня назва «ярмарку», «базару», «ринку» – «торг», «торговище».

Аналіз стану наукової розробки проблеми свідчить про те, що комплексні дослідження українського ярмарку як інтегрального явища матеріальної і духовної культури в українських дожовтневих і радянських наукових розвідках майже не проводились. Основними були економічні та статистичні аспекти, а культурологічним належна увага не приділялася.

У другому розділі – «Український ярмарок як соціокультурне явище» – викладаються результати аналізу становлення й розвитку українського ярмарку та ярмаркування як традиційної культурної практики в Україні. Ярмарок є невід'ємною і важливою складовою традиційного життєвого устрою українців, торговельно-економічні й культурно-духовні аспекти якого пов'язані між собою. Ярмарки

організовували й регулювали господарське життя в Україні, мобілізуючи різні галузі економіки регіонів. При цьому у великих містах вони виконували роль своєрідних накопичувальних фондів, звідки товари, закуплені партіями, розходилися по містах, містечках та селах. Ярмаркова мережа як система торговельного зв'язку функціонувала в Україні впродовж року, створюючи річний інтенсивний і безперервний торговельний цикл.

Заснування ярмарків здійснювалось у Литовсько-польську добу на юридичній підставі великокняжих та королівських привілеїв, згодом – під час входження східних українських земель до складу Російської імперії й усвідомлювалося сторонами (тими, хто давав право на ярмарок, мешканцями міст, містечок, сіл, де це право реалізовували) як захід для всебічного сприяння добробуту мешканців і держави. За доби Великого князівства Литовського довкола новозбудованих замків самочинно створювалися поселення, однак дозвіл «на торг» треба було просити у Великого князя. «Локаційний привілей» підносив статус поселень і перетворював їх на містечка. У привілеях обов'язково визначалися ярмаркові дні. Якщо проведення ярмарку з різних причин у визначений день було неможливе (стихійне лихо, пошесть, татарський напад), призначався інший, який санкціонувався новим привілеєм, що заздалегідь оприлюднювався на ярмарках і торгах. Як правило, українські ярмарки приурочували до православних релігійних свят, хоча на Правобережжі іноді – до православних і католицьких.

Система ярмаркової торгівлі відбувалася у формах, що відповідали умовам суспільного виробництва. Природному розвитку ярмаркового руху помітно перешкоджали наслідки національно-визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького, а саме – штучний поділ України на «польську» й «російську». Для українських купців значно ускладнився процес проходження митниць, сплати митних платежів. Почала змінюватися і традиційна топографія торгових шляхів, які пристосовували до розташування митниць (інші шляхи перекопували, завалювали лісом, перетинали «рогатками»). Це призвело до погіршення порубіжної торгівлі між Правобережжям і Лівобережжям, розділяючи Україну не лише в політичному, а й у торговельно-економічному розумінні. У процесі подальшого інтенсивного поглинання Гетьманщини Росією, що активізувався після поразки гетьмана Івана Мазепи, на ярмаркову торгівлю, як і на інші галузі українського життя, швидко поширилися централістські бюрократичні тенденції. Протекціоністська політика імперського уряду щодо товарів російського виробництва, російського торгового капіталу та купецтва вже наприкінці XVIII століття на території України спричинила послаблення зацікавленості місцевого населення торговельною діяльністю. І все ж ярмарковий рух в Україні розвивався.

Ярмарки на Полтавщині у XVIII столітті тривали від одного – трьох днів до двох тижнів. У 1817 році в Полтавській губернії налічувалося 332 ярмарки, що поділялися на великі міські, на яких здійснювали переважно оптові операції, та дрібні – міські, містечкові й сільські, де торгували вроздріб місцевими товарами. На полтавських ярмарках продавали місцеве збіжжя, кримську сіль, донську рибу, мануфактуру з Росії, «колоніальні» товари, вовну, сукно, посуд, папір, цукор, мед, віск; торгували кіньми та худобою. Як стверджує І. Гуржій, у 50-х роках XIX століття в Україні було проведено 1953 ярмарки, що становило 40% усіх ярмарків Російської імперії. Майже всі губернські та повітові міста організовували й проводили ярмарки. Найбільшими з них були Харківський – Хрещенський та Полтавський – Покровський.

Полтавські ярмарки славилися виробами ремісників, зокрема, опішнянським глиняним посудом, килимами, смушками, яких у середині XIX ст. обробляли на продаж до 264 тисяч одиниць продукції. Найбільшим на Полтавщині був Іллінський ярмарок, переведений 1852 року з Ромен у Полтаву. Наприкінці XIX століття в Полтавській губернії налічувалось 1185 ярмарків у 374 населених пунктах, які були тісно пов'язані з іншими, створюючи єдину ярмаркову мережу України.

На ярмарках України склалася своєрідна святково-розважальна культура. Так, спостерігається поширення видовищ і розваг, типових для європейських ринкових площ: виступали бродячі фокусники, акробати, дресирувальники, актори-аматори розігрували жанрові сценки. Початки ярмаркового театру на території України пов'язані з мистецтвом скоморохів, які, виступаючи під час свят й урочистостей на міських площах у селах, не оминали і ярмарків. Із другої половини XVIII ст. в Російській імперії популяризується така театралізована форма, як ярмарковий балаган, репертуар якого складався з інтермедій, оригінальних і перекладних п'єс, у яких висміювали багатіїв, крамарів, чиновників, панів, попів тощо. Проте балаган не став органічним явищем української культури. Порівняно слабка поширеність балагану на українських ярмарках, очевидно, пояснюється тим, що він був одним із напрямків імперської масової культури. Їй у різних формах ярмаркового дійства активно протистояла українська народна культура.

Ярмарок закарбувався в народній свідомості як надзвичайно яскраве свято. У культурологічному аспекті він характеризується насамперед специфікою святкової поведінки людей. Свято, яке створювалося в українських селах і містечках саме завдяки ярмаркам, не тільки регулювалося нормами традиційної звичаєвості, але й супроводжувалося заходами, метою яких було посилити святковість ярмарку. Ці заходи відзначалися в різних містах своєю специфікою, утім обов'язковими учасниками ярмаркового дійства були кобзарі, які виконували героїчні думи, історичні, ліричні, жартівливі пісні. Окрім кобзарів, на ярмарках

виступали троїсті музики, скрипалі, дударі та ін.

Ярмарковий рух був яскравим і своєрідним напрямком розвитку української традиційно-побутової культури, який збагатив народну звичаєвість, скарбницю національного фольклору.

Після реформи 1861 року ярмарковий рух в Україні значно пожвавився, особливо на Лівобережній Україні. У 1862 році на Полтавщині відбулося 526 ярмарків, з яких 72 – у містах, 454 – у повітах. Велика кількість ярмарків свідчила про те, що вони стали задовольняти потреби місцевого населення.

Наприкінці XIX ст. у Полтавській губернії нараховувалося 1 185 ярмарків у 374 населених пунктах, які були пов'язані з ярмарками Лівобережжя, дещо слабше – Правобережжя, утворюючи єдину ярмаркову мережу України.

Як і на території Російської імперії, ярмарки на Полтавщині втрачали своє значення у зв'язку з розвитком залізничного транспорту. Від 1900 року роздрібна торгівля здійснювалася через 7 859 магазинів, із яких – 811 функціонували в Полтаві, 818 – у Кременчуці. У 1912 році на Полтавщині було понад 9 тисяч торговельних закладів із річним обігом 107,8 млн руб.

Зруйнована в роки Першої світової війни, революції та громадянської війни мережа українських ярмарків стала швидко відновлюватися і розростатися в добу НЕПу. Так, у 1926 році в УРСР відбулося 115 тисяч ярмарків у 1500 населених пунктах. Два найбільших – Київський та Харківський – здобули статус республіканських. Щоправда, вони, як і вся ярмаркова мережа в радянській Україні, були ліквідовані наприкінці 20-х років. Ярмаркова торгівля у формах, детермінованих системою соціалістичної економіки, частково відроджувалася у 50–60-х роках XX ст. Своєрідним лідером цього процесу став відновлений Сорочинський ярмарок.

У **третьому розділі – «Сорочинський ярмарок в історії і сьогоденні: культурологічний аспект»** – проаналізовано вияви традиційної української культури в характерологічних рисах Сорочинського ярмарку, його культуротворчу функцію на матеріалі творчості українських письменників, починаючи з М. Гоголя, а також значення Сорочинського ярмарку в контексті відродження українських народних традицій ярмаркування, анімаційний та мистецький аспекти сучасного Сорочинського ярмарку.

Періодичні ярмарки у Великих Сорочинцях, що були місцем оптового і роздрібного продажу товарів, відомі ще з другої половини XVIII ст. Вони відбувалися щорічно останньої суботи й неділі серпня. У XIX – на початку XX ст. у селі щороку відбувалося 5 ярмарків, що тривали від 1 до 3 днів, охоплюючи всі пори року: Васильківський – на початку січня, Похвальний – у березні, Святодухівський – у травні,

Здвиженський – у вересні й Пилипівський – у другій половині листопада.

Занепалі в роки революції, громадянської війни, «воєнного комунізму», запровадженого радянською владою, ярмарки на Полтавщині активно відроджувалися за часів непу (нової економічної політики). Масова колективізація і репресії 30-х років зламали одвічний устрій селянського буття. Згідно з ленінським планом побудови комунізму в новому суспільстві не передбачалося ніяких ярмарків та базарів, хоча й допускався так званий організований ринок, що обслуговував товарообіг між державними підприємствами й населенням. Це означало, що вироблена продукція закуповується державними постачально-збутовими організаціями за фіксованими оптовими цінами й реалізується через державну торговельну мережу за так званими фіксованими цінами. Державні крамниці не задовольняли попит на найпотрібніші речі. Наявні в продажу часто були низькоякісні, а фіксованість цін постійно породжувало дефіцит. Аби пом'якшити проблему дефіциту, в СРСР, окрім «організованого» ринку, був дозволений і неорганізований – колгоспний, який відрізнявся від традиційних ярмарків і асортиментом товарів, і соціальним складом учасників торгу, і культурно-мистецькою компонентом як святково-дозвіллєві дійства.

З 1966 року Сорочинський ярмарок відроджує свою діяльність. На нього з'їжджалося багато представників різних організацій та підприємств не лише з Полтавщини, а й із багатьох інших областей України та з-за кордону. Його особливістю було те, що в проекті передбачалися не лише торги, а й культурно-мистецька складова, пов'язана передовсім з постаттю і творчістю М. Гоголя, зокрема його повістю «Сорочинський ярмарок».

Ніжин, яким його спостерігав молодий М. Гоголь, учень ліцею, славився своїми ярмарками, був одним із визнаних центрів торговельного життя України. Процвітав у той час ніжинський «Всеїдний ярмарок», а ніжинська торгівля розвивалася з широким розмахом: ярмарки тривали тижнями по кілька разів на рік, що накладало відбиток на образ міста: старі торговельні шляхи сформували напрямок вулиць, розміщення площ. Оскільки старий Ніжин був розташований на торговельному шляху з Москви до Києва, при в'їзді у міські ворота з кожного боку були ярмаркові, а в центрі – головна площа. За часів М. Гоголя-ліцеїста, Ніжин переживав торговельний бум, який охопив переважну більшість населення: місто було забудоване лавками, складами, підвалами.

М. Гоголь інтерпретував український ярмарок як специфічне традиційне середовище, у якому в процесі святкового спілкування розгортається й усталюється цілісна картина світу. Письменник утвердив

ідею впорядкованості, краси та доцільності самоорганізації народного буття. Таке народне свято, яке описане в «Сорочинському ярмарку», можливе лише за умови створення цілісної картини світу як системи уявлень, що формує національний світогляд, а в метафоричному вираженні постає як душа нації.

Завдяки повісті М. Гоголя Сорочинський ярмарок став збірним образом традиційних українських ярмарків усіх регіонів і водночас унікальним явищем української національної культури. Феномен українського ярмарку письменник художньо осмислив як святкове дійство, що традиційно організовує народне життя.

Історико-порівняльний аналіз дав змогу простежити еволюцію Сорочинського ярмарку, виявити його усталені та варіативні елементи. Аналізуючи архівні документи, періодику радянських часів, що зберігаються у фондах музеїв Миргорода, Полтави, Великих Сорочинців, дисертант зазначає, що за радянських часів відкриття відновленого Сорочинського ярмарку пов'язане з Днями культури народів СРСР в Італії та Канаді (Монреаль) 1965 року, де Україна представляла національну культуру, побут та звичаї. Формою їх демонстрації було обрано Сорочинський ярмарок, якого на той час уже не існувало. Це спонукало владні структури до його відновлення. Перший Сорочинський ярмарок було відкрито 27 листопада 1966 року і проведено в рамках Дня механізатора. У ньому брали участь колгоспи та радгоспи не тільки Полтавщини, а й інших областей України. Характерною особливістю відновленого ярмарку було й те, що в його проекті передбачалися не лише торги, а й культурно-мистецька програма, пов'язана передовсім з постаттю та творчістю М. Гоголя (при відкритті ярмарку гостей вітали професійні і самодіяльні артистів в образі письменника та персонажів його повістей). Цей ярмарок започаткував театралізацію за участю героїв гоголівських творів.

Ярмарок 1967 року був присвячений 50-річчю Жовтневої революції. Його дійство було офіціозне, утім із залученням самодіяльних артистів та художніх колективів.

Проведення Сорочинського ярмарку свідчить про стрімке зростання його популярності, перетворюючи його на народне свято відродження національних традицій ярмаркування. Як свідчать статистичні дані, на ярмарку у 1969 році відвідувачів було на 20 тисяч більше, ніж на попередніх.

Ярмарки 1972–1975 рр. відзначалися урізноманітненням асортиментів товарів, оформленням павільйонів, оновленням культурно-мистецьких програм (виступи кобзарів, троїстих музик, фольклорних ансамблів, аматорів з Росії та Білорусії).

Традиції Сорочинського ярмарку примножувалися з року в рік. Ярмарок у 1976 році перевершив за розмахом усі попередні: було

додатково встановлено 75 павільйонів для торгівлі промисловими та продовольчими товарами, близько 5 гектарів землі виділено під стоянки автотранспорту, функціонували 2 танцмайданчики, де виступали фольклорні колективи, грали 10 духових оркестрів, 13 троїстих музик, 8 кобзарів у встановленому «Шапіто» виступали циркові колективи. Загальна кількість відвідувачів становила близько чотирьох тисяч.

Стрімка динаміка розвитку Сорочинського ярмарку простежується у 80-х роках XX ст. У ярмаркових дійствах брали участь 320 самодіяльних колективів, зокрема 4 хорових, 40 музичних, 142 вокальних, 30 хореографічних, 10 бандуристів, 5 духових, 3 циркових, працювало 8 атракціонів. Сорочинське ярмаркове дійство транслювало українське телебачення через 4 стаціонарних відеоканали. На ярмарку цього періоду було широко представлено народні промисли: опішнянська кераміка, решетилівські вишивки, вироби бондарів з Великої Обухівки, Савинців та гончарів із Хомутця.

Ярмарок 1984 року прикметний святкуванням 175-ї річниці Гоголя, 1985 року – 220-річчям Івана Котляревського. Здійснено запис програми радянського телебачення «Сонячні кларнети». На ярмарках стали проводити свята українського гумору, що свідчить про відродження традицій української сміхової культури у специфічному ярмарковому середовищі.

Ярмарок 1992 року був присвячений річниці здобуття незалежності України. Упродовж двох ярмаркових днів у ньому взяли участь близько тисячі художніх колективів. Ярмарок перетворився на грандіозне видовище, театр під відкритим небом.

Аналізуючи Сорочинський ярмарок як явище української традиційної культури періоду незалежності, автор зазначив, що перед ним відкрилися нові перспективи.

Серед найважливіших віх пострадянської історії Сорочинського ярмарку дисертантом виокремлено такі: 1990 р. – на ярмарку було запроваджено оптову торгівлю. 1995 р. – ярмарок здобув статус Міжнародного, 1999 р. – Указом Президента України від 18 серпня № 1005/99 Сорочинському ярмарку надано статус Національного. Враховуючи значний досвід і традиції організації ярмаркової діяльності на Полтавщині та більш ніж 200-річну його історію, прийнято рішення щорічно проводити Сорочинський ярмарок як загальнонаціональний захід із широким залученням вітчизняних та іноземних учасників.

Із здобуттям Україною державної незалежності ярмарок став важливим осередком міжнародної оптово-роздрібної торгівлі, а водночас – визнаним національним центром відродження українських традицій ярмаркування як багатоаспектної культурної практики, що сприяє пробудженню історичної пам'яті, утвердженню національної ідентичності, актуалізує цінності українського видовищного мистецтва

у великих театралізованих дійствах, зокрема, за участю героїв гоголівських творів, а також популяризує цінності музичної культури, народної і сучасної пісні, проводить пісенні фестивалі за участю українських і зарубіжних виконавців на «Головній сцені» та в «Етнографічній садибі Хіврі», пробуджує інтерес до народних ремесел у секторі ярмарку «Містечко майстрів».

Сорочинський ярмарок динамічно розвивається, черпаючи джерела розвитку в традиціях і в сучасному житті. Ярмарок увійшов у третє тисячоліття як унікальне культурне явище, у якому гармонійно поєдналися характерні риси сьогоденного ринку і традиційна ярмаркова звичаєвість, створюючи картину феєричного українського народного свята. Учасники ярмарку пізнають не лише світ речей і бізнесових інтересів, а й світ української традиційно-побутової культури, народного мистецтва, духовності.

У **Висновках** сформульовано результати дисертаційного дослідження:

1. Аналіз стану наукової розробки проблеми дає підстави стверджувати, що системні дослідження ярмарку в українському дожовтневому й радянському народознавстві та культурології не проводилися. Перші дослідження ярмарку, було здійснено в пострадянській культурології, проте без виокремлення Сорочинського ярмарку як об'єкта спеціального дослідження. Нині наукові праці, присвячені Сорочинському ярмарку, обмежуються колом історико-публіцистичних і презентативно-інформативних видань туристично-путівникового характеру.

2. Історія становлення та розвитку ярмаркового руху в Україні свідчить, що ярмарки були споконвічною складовою традиційного життєвого устрою українців. Починаючи з кінця XIX ст., вони регулювали економічне життя України, мобілізували різні сфери господарства цілих регіонів; об'єднували різні українські землі єдиною ярмарковою мережею; виконували функцію накопичувальних фондів, з яких товари поширювалися до найвіддаленіших містечок і сіл. Водночас ярмарок був важливим чинником накопичення й передачі цінностей у соціальному, правовому, морально-етичному і духовному середовищі. Ярмарковий рух упродовж тривалого часу розгортався в обставинах бездержавного існування України. Проте і за несприятливих умов розірваності українських земель між кількома державами формувалася своєрідна модель національного ярмарку, що еволюціонувала на всіх рівнях.

3. Ярмарок, за призначенням пов'язаний із торговельною діяльністю, водночас був й осередком українського часо-простору, колоритним народним святом, у якому активізувалося видовищне мистецтво, дозвіллєво-розважальна, сміхова культура, виявлялася

святкова поведінка різних соціальних верств, здійснювалося святкове спілкування тощо. Впродовж століть ярмарок виконував функції не лише регулятора товарообігу, а й інструменту культурного обміну між різними регіонами України та з країнами зарубіжжя. Традиційний ярмарок – культуротворче середовище: завжди чітко визначені ярмаркові дні впорядковували ритм народного життя подібно до традиційних календарних свят; культурна практика ярмаркування формувала ринкові відносини, ділову етику, господарсько-фінансовий словник української мови, художні смаки та своєрідну звичаєвість.

4. Культура українських ярмарків має й регіональні особливості, місцевий колорит. Характерною рисою Сорочинського ярмарку є зв'язок із постаттю та творчістю М. Гоголя. Завдяки однойменній повісті письменника Сорочинський ярмарок як унікальний феномен української культури став збірним образом традиційних українських ярмарків. Феєричний, внутрішньо впорядкований, із розвиненою звичаєвістю, де широко розкривається багатство народної душі й предметний світ побутової культури. Отже, Сорочинський ярмарок є ущільненою моделлю українського світу. Щорічні ярмарки, які відбуваються у Великих Сорочинцях, стали календарним гоголівським святом.

5. Культурна стратегія розвитку Сорочинського ярмарку за радянської доби, відновленого 1966 року, загалом відповідала стратегії радянського культурного будівництва: відзначення у театралізованих дійствах пам'ятних дат «революційної» історії, пропаганди цінностей радянської культури та мистецтва тощо. Водночас ярмарок виконував важливу функцію збереження й популяризації різних видів українського народного мистецтва (гончарство, килимарство, різьбярство, художня вишивка), а також народно-пісенної творчості, хореографії. Сорочинський ярмарок упродовж двох останніх десятиліть радянського періоду неухильно розширював свій формат, ставши відомим далеко за межами СРСР осередком відродження традицій ярмаркування як культурної практики українського народу.

6. Зі здобуттям Україною державної незалежності Сорочинський ярмарок здобув статус міжнародного (1995), національного (1999) і вступив у якісно новий етап розвитку, ставши важливим центром міжнародної оптово-роздрібної торгівлі, визнаним національним центром відродження й утвердження українських народних традицій ярмаркування як багатоаспектної культурної практики, що сприяє пробудженню історичної пам'яті, утвердженню національної ідентичності, актуалізації цінності народних ремесел, видовищного мистецтва, святкового спілкування, дозвіллєво-розважальної і сміхової культури.

Особливістю сучасної анімації Сорочинського ярмарку є її професійна складова, що реалізується засобами драматургії та режисури

гоголівського твору. Колоритні персонажі повісті стали візитною карткою ярмарку. Щоразу оновлюючись, текстові запозичення із «Сорочинського ярмарку» М. Гоголя актуалізують у сучасному ярмарковому дійстві архетипи української національної культури. Сучасний Сорочинський ярмарок виконує не тільки функції традиційного ярмаркування. Він перетворився на фестиваль народних театрів міжнародного рівня.

Отже, національний Сорочинський ярмарок нині є унікальним культурним явищем, у якому гармонійно поєднуються характерні риси сучасного ринку і традиційна народна звичаєвість, що створює неповторну атмосферу українського народного, за колоритом – полтавського ярмаркового свята.

Основні положення дисертації висвітлено в публікаціях:

1. Злобін Ю. В. Український ярмарок і «Сорочинський ярмарок» М. Гоголя: культурологічний аспект / Ю. В. Злобін / Роль митця і традиційних інститутів мистецтва за умов всезростаючого впливу культурних індустрій: Мат. Всеукр. наук.-теорет. конф., Київ, 23–24 грудня 2009 р. – К. : Видавн. центр «КНУКіМ», 2009. – С. 68–72.

2. Злобін Ю. В. Національний Сорочинський ярмарок як вияв традиційної побутової культури / Ю. В. Злобін / Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції: Мат. Всеукр. наук.-теорет. конф., Київ, 22 грудня 2010 р. – К. : Видавн. центр «КНУКіМ», 2010. – С. 39–40.

3. Злобін Ю. В. Культурні стратегії розвитку Сорочинського ярмарку в радянську добу та в Незалежній Україні / Ю. В. Злобін // Питання культурології: зб. наук. праць. – Вип. 26. – К.: Видавн. центр «КНУКіМ», 2010. – С. 46–53.

4. Злобін Ю. В. Ярмаркування як традиційна культурна практика українців / Ю. В. Злобін // Питання культурології: зб. наук. праць. – Вип. 27. – К.: Видавн. центр «КНУКіМ», 2011. – С. 68–72.

5. Злобін Ю. В. Динаміка становлення та розвиток українського ярмарку як соціокультурного феномену (кінець XV–XX століття) / Злобін Ю. В. / Культура і мистецтво у сучасному світі: зб. наук. праць. – Вип. 12. – К.: Видавн. центр «КНУКіМ», 2011. – С. 83–90.

6. Злобін Ю. В. «Сорочинський ярмарок» М. Гоголя як художнє відображення універсальної моделі українського ярмарку / Ю. В. Злобін / Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. праць. – Вип. 36. – К. Міленіум, 2011. – С. 145–151.

АНОТАЦІЯ

Злобін Ю. В. Сорочинський ярмарок як явище української традиційної культури. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата культурології зі спеціальності 26.00.01 – теорія й історія культури. – Київський національний університет культури і мистецтв. – Київ, 2011.

Дослідження присвячено аналізу особливостей еволюції Сорочинського ярмарку як явища української традиційної культури. Українські ярмарки є важливим чинником формування, накопичення та передачі цінностей у соціальному, правовому, господарському, морально-етичному й духовному середовищі. Вони фіксують образи давньої та сучасної історії життєдіяльності країни, регіону. У дисертації здійснено спробу цілісного осмислення особливостей виникнення, становлення та розвитку Сорочинського ярмарку, його місця й значення у системі традиційної культури України.

Досліджено історію Сорочинського ярмарку в контексті розвитку українського ярмаркування, проаналізовано ярмарки як вияв святково-дозвіллєвої культури, розкрито фольклорні й літературно-мистецькі джерела формування образу Сорочинського ярмарку як знакового явища культури.

Ключові слова: ярмарок, Сорочинський ярмарок, ярмаркові традиції, торг, обмін, розваги, звичаї.

АННОТАЦИЯ

Злобин Ю. В. Сорочинская ярмарка как явление украинской традиционной культуры. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии по специальности 26.00.01 – теория и история культуры. – Киевский национальный университет культуры и искусств. – Киев, 2011.

Диссертация посвящена комплексному анализу особенностей возникновения, организации и эволюции Сорочинской ярмарки как явления традиционной культуры украинцев.

В диссертации была сделана попытка целостного осмысления особенностей возникновения, становления и развития Сорочинской ярмарки, ее места и значения в системе традиционной культуры Украины.

История становления ярмарочного движения в Украине свидетельствует о том, что ярмарки были важной составляющей традиционного жизненного уклада украинцев. С конца XIX ст. они регулировали экономическую жизнь Украины, объединяли украинские земли в единую ярмарочную сеть, выполняли функцию накопительных фондов, из которых товары распространяли по отдаленным поселениям.

Вместе с тем, ярмарка была важным фактором накопления и передачи ценностей в социальной, правовой, морально-этической и духовной среде. Ярмарочное движение на протяжении длительного периода развивалось в неблагоприятных условиях. Однако, невзирая на разобщенность украинских земель между иностранными государствами, национальная ярмарка сформировала своеобразную модель, которая эволюционировала на всех уровнях.

В диссертации акцентируется, что ярмарки, связанные с торговой деятельностью, одновременно были колоритным народным праздником, в котором активизировались театральное искусство, досугово-развлекательная и смеховая культура, раскрывалось праздничное поведение разных социальных слоев общества, осуществлялось праздничное общение.

Традиционная ярмарка – культуро-творческая среда: ярмарочная площадь совместно с церковью формировала городское и сельское пространство; четко определенные ярмарочные дни упорядочивали ритм народной жизни, как и традиционные календарные праздники; культурная практика проведения ярмарки формировала рыночные отношения, деловую этику, хозяйско-финансовый словарь украинского языка и художественные вкусы.

На протяжении многих веков ярмарки исполняли функцию регулятора товаро- и культурообмена как между регионами Украины, так и между Украиной и зарубежными странами.

Ключевые слова: ярмарка, Сорочинская ярмарка, ярмарочные традиции, торг, обмен, развлечения, обычаи.

SUMMARY

Zlobin Y.V. The Sorochyns'ka Fair as phenomenon of the Ukrainian traditional culture. – Manuscript.

Thesis for an acquisition of candidate's degree on culture, specialty 26.00.01 – theory and history of culture. – Kyiv national university of culture and arts, Kyiv, 2011.

The dissertation looks into the peculiarities of the Sorochyns'ka Fair original and development? Deals with its role in the traditional culture system of the Ukrainians. The candidate for the degree studies the Sorochyns'ky Fair as a artistic and entertainment complex as a means of holiday, leisure and laughableness culture, reveals the Sorochyns'ka Fair Soviet and post-Soviet period's dynamics. The work also researches folk and literary-artistic sources of the Sorochyns'ka Fair image formation as a momentous event in the Ukrainian traditional culture.

Key words: fair, Sorochyns'ka Fair, fair traditions, haggling, exchange, entertainment, customs.

Підписано до друку 07.11.2011. Формат 60x90/16. Папір офсетний.
Друк різографічний. Зам. № 216. Ум. друк. арк. 0,86.
Наклад 100 прим.

Видано друком ТОВ «Козарі»
м. Київ, вул. Раєвського, 23-А,
Тел. 284-89-25