

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
ФАКУЛЬТЕТ СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА
Кафедра режисури

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

ЯРМАРКОВИЙ РУХ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ, СУЧАСНА МИСТЕЦЬКА ПРАКТИКА

Виконав:

здобувач вищої освіти магістратури
галузь знань 02 «Культура і мистецтво»
спеціальність 026 «Сценічне мистецтво»
Олександр КНЯЗЬ

Науковий керівник:

Кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри режисури
Харківської державної академії культури
Світлана ШУМАКОВА

Наукові рецензенти:

- 1) доктор культурології, професор,
завідувач кафедри майстерності актора ХДАК
Антоніна КІКОТЬ;
- 2) кандидат мистецтвознавства,
старший викладач кафедри українознавства ХДАДМ
Наталя УСЕНКО

Допущено до захисту
Зав. кафедри _____ / Сергій ГОРДЄЄВ /
18 січня 2021 р.

Харків
2021

Харківська державна академія культури

Факультет сценічного мистецтва
Кафедра режисури
Ступінь «Магістр»
Галузь знань 02 Культура і мистецтво
Спеціальність 026 «Сценічне мистецтво»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри режисури

_____ / Сергій ГОРДЄЄВ /

25 вересня 2019 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи магістранта

Олександра КНЯЗЬ

1. Тема магістерської роботи: **«ЯРМАРКОВИЙ РУХ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ, СУЧАСНА МИСТЕЦЬКА ПРАКТИКА»**

науковий керівник — кандидат мистецтвознавства,

доцент кафедри режисури ХДАК

Світлана ШУМАКОВА

затверджені рішенням кафедри режисури від 25 вересня 2019 р.

2. Строк подання студентом роботи — 18 січня 2021 р.

3. Вихідні дані — в роботі досліджується ярмарковий рух в Україні в контексті історії розвитку, традицій та мистецької практики

4. Зміст магістерської роботи (питань, що потребують розробки)

ВСТУП

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ
ЯРМАРКОВОГО РУХУ В УКРАЇНІ

РОЗДІЛ ІІ. ЯРМАРКОВИЙ РУХ В УКРАЇНІ КІНЦЯ ХІХ — ПОЧАТКУ ХХІ
СТ.: ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ

РОЗДІЛ ІІІ. МИСТЕЦЬКА ПРАКТИКА СУЧАСНИХ ЯРМАРКОВИХ
ЗАХОДІВ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Консультанти розділів магістерської роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис і дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри режисури С. М. Шумакова		
Розділ 1	доктор культурології, професор, завідувач кафедри майстерності актора А. А. Кікоть		
Розділ 2	заслужений майстер народної творчості України, завідувача відділом народної творчості КЗ «Обласний центр народної творчості та культурно-освітньої роботи» Полтавської обласної ради, аспірантка ПНПУ ім. В. Г. Короленка Н. О. Свиридчук		
Розділ 3	кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри режисури Р. Г. Набоков		
Висновки	кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри режисури С. М. Шумакова		
Додатки	кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри режисури Р. Г. Набоков		
Список використаних джерел	доктор культурології, професор, завідувач кафедри майстерності актора А. А. Кікоть		

6. Дата видачі завдання — 25 вересня 2019 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання	Примітка
1.	Вступ	01.01.2020	
2.	Розділ 1	01.03.2020	
3.	Розділ 2	01.06.2020	
4.	Розділ 3	01.19.2020	
6.	Висновки	15.11.2020	
7.	Список використаних джерел	30.12.2020	
8.	Додатки	07.01.2021	
9.	Редагування тексту	10.01.2021	
10.	Збір рецензій	10.01.2021	

Магістр

(підпис)

Олександр КНЯЗЬ

**Керівник
наукової роботи**

(підпис)

Світлана ШУМАКОВА

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯРМАРКОВОГО РУХУ В УКРАЇНІ

- 1.1. Аналіз наукових джерел
- 1.2. Методи дослідження
- 1.3. Визначення понять «ярмарок» та «ярмарковий рух»

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ЯРМАРКОВИЙ РУХ В УКРАЇНІ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.: ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ

- 2.1. Історичні витоки та розвиток ярмаркового руху в Україні
- 2.2. Ярмаркова культура, традиції та субкультурні групи.
Класифікація ярмарків кінця ХІХ – початку ХХІ ст.
- 2.3. Ярмарковий рух в Україні як фактор розвитку театрального мистецтва у ХІХ ст.

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. МИСТЕЦЬКА ПРАКТИКА СУЧАСНИХ ЯРМАРКОВИХ ЗАХОДІВ

- 3.1. Ярмаркові розважально-ігрові програми
- 3.2. Фольклорні фестивалі на сучасних ярмаркових заходах
- 3.3. Особливості режисури театралізованих дійств на сучасних ярмаркових заходах

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

*«Що ж стосується народу українського,
то він ярмарки любив і любить усією душею...»
О. Назарчук*

Обґрунтування вибору теми дослідження. Українська культура надзвичайно колоритна і багатогранна. Неповторні традиції, обрядові дійства, народна художня творчість стали об'єктами дослідження багатьох українських і зарубіжних науковців, етнографів, культурологів. Не виключенням є і ярмаркові традиції, нажаль, – втрачений пласт української культури, адже ярмарковий рух в Україні був планово знищений в кінці 20-х рр. XX ст. більшовицькою владою, мотивуючи перехід економіки країни на планово-індустріальну модель. І лише в 60-х рр. ярмарки відновлюються але як «виставки досягнень народного господарства» без врахування традиційності і ярмаркової обрядовості. Однак, Сорочинський ярмарок, що на Полтавщині, який був відновлений у 1966 р. мав ознаки традиційного ярмаркування.

Нині ярмарковий рух в Україні регламентується Концепцією розвитку виставкової діяльності, затвердженою Кабінетом Міністрів України від 24.07.2013 р. Ця Концепція розглядає виставково-ярмаркову діяльність виключно як «невід'ємну складову частину розвитку ринкових процесів», і не враховує традиційно-обрядові та культурно-мистецькі складові розвитку ярмаркового руху в Україні.

Ярмарковий рух в Україні варто розглядати як елемент нематеріальної культурної спадщини українського народу у частині традицій і обрядовості, і це питання є вкрай актуальним у зв'язку з приєднанням України до Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини від 06.03.2008 р. та створенням Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України відповідно до вимог. Крім того, ярмарки варто розглянути як важливі комунікативні центри, адже вони є загальносуспільними заходами,

на яких в усі часи дізнавалися про останні новини суспільно-політичного життя, могли перейняти досвід та побачити нові промисли майстрів і т.п.

Попри суттєве культурно-мистецьке значення ярмаркового руху в Україні, він, на жаль, понині залишається недостатньо висвітленим в науковому дискурсі, зокрема в контексті трансформацій давніх українських ярмаркових традицій у сучасному соціокультурному просторі, поступу фестивального руху, який у своїй основі має ярмаркове походження. Потребує теоретичного обґрунтування й специфіка режисури фольклорних фестивалів та ярмаркових театралізованих дійств на сучасних фестивальних та ярмаркових заходів. Саме тому і обирається тема магістерської роботи: «Ярмарковий рух в Україні: історія, традиції, сучасна мистецька практика».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами. Магістерське дослідження виконано відповідно до плану наукових досліджень кафедри режисури та плану Харківської державної академії культури 2016–2020 рр., затвердженого на засіданні Вченої ради (протокол № 12 від 10 лютого 2016 р.), та є складовою теми «Актуальні науково-дослідні пошуки в контексті сценічного дискурсу».

Мета і завдання дослідження. *Мета* – визначити соціокультурне й мистецьке значення вітчизняного ярмаркового руху та ярмаркових традицій кінця XIX – початку XXI ст. в українському культурно-мистецькому, зокрема театральному просторі.

Реалізація поставленої мети зумовила вирішення таких *завдань*:

- визначити історичні витоки ярмаркового руху в Україні;
- окреслити ярмаркові традиції, субкультурні групи та класифікацію ярмарків кінця XIX – початку XXI ст.;
- дослідити вплив ярмаркового руху в Україні на розвиток театального мистецтва;
- проаналізувати сучасні ярмаркові розважально-ігрові програми;
- висвітлити сучасні фольклорні фестивалі на ярмаркових заходах в Україні;

- визначити особливості режисури ярмаркових театралізованих дійств фольклорних свят та фестивалів.

Об'єкт дослідження – ярмарковий рух в Україні.

Предмет дослідження – ярмаркові театралізовані дійства у вимірах історичного розвитку, традиційної сутності та мистецьких втілень.

Методи дослідження. Вибір методів магістерської роботи, що зумовлений міждисциплінарною спрямованістю її теми, об'єктом та предметом дослідження, ґрунтується на застосуванні комплексу наукових підходів і методів інтерпретації культурно-мистецького значення розвитку ярмаркового руху в Україні.

Міждисциплінарний підхід – уможливорює дослідження ярмаркового руху України на межі різних наукових дисциплін з точки зору об'єднувальних тенденцій пізнання.

Культурологічний підхід – дозволяє визначити характер культурно-історичного розвитку ярмаркового руху в Україні.

Мистецтвознавчий підхід – реалізує аналіз художніх особливостей ярмаркових обрядових і театралізованих дійств.

Загальнонауковий підхід – сприяє аналізам досліджуваного предмету, конкретно визначеним для розкриття його певних сторін чи властивостей.

У рамках культурологічного підходу задіяно:

- історико-генетичний метод, що уможливорює розуміння історії розвитку ярмаркового руху в Україні та виокремлення того, що важливо з точки зору його виникнення і поступу;
- ретроспективний метод, що дозволяє аналізувати попередні стани розвитку ярмаркового руху;
- метод конкретно-історичного аналізу – опису специфіки обраних фактів розвитку ярмаркового руху в Україні;
- аксіологічний метод (метод ціннісного аналізу), що дозволяє розглянути ярмарковий рух крізь призму твердження загально-людських цінностей, до досягнення яких прагне суспільство;

- структурно-функціональний метод, який дозволяє системно проаналізувати структуру ярмарків та їх культурно-мистецьку складову, зокрема ярмаркові театралізовані дійства;
- системний метод, що надає можливості цілісного аналізу ярмаркових традицій та їх трансформаційних змін у сучасному культурно-мистецькому просторі.

У рамках мистецтвознавчого підходу задіяно:

- методи дослідження творів, результатів творчої діяльності та методи вивчення актуального художнього досвіду майстра, що сприяють розкриттю художньо-образних складових ярмаркових обрядових і театралізованих дійств, виявлення їх стилістичних особливостей;

Серед загальнонаукових методів обрано:

- метод контент-аналізу, що реалізує відбиття об'єкту пізнання з притаманними йому складовими з метою детального розгляду;
- компаративний метод, що надає змоги провести порівняльний аналіз складових ярмаркового руху, дозволяючи виявити аспекти специфіки як співставлення періодів чи тенденцій для з'ясування питань про вплив факторів;
- метод систематизації, що реалізує дослідження об'єкта в цілому на основі знання згідно проаналізованих його компонентів (ознак, властивостей тощо) та зв'язків між ними;
- метод теоретичного узагальнення, що фіксує загальні ознаки й властивості та дозволяє зробити певні узагальнення, висновки.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в культурологічно-мистецтвознавчій інтерпретації впливу фестивального руху в Україні на розвиток театрального мистецтва та формування нових жанрів театралізованих видовищ як мистецьких складових ярмаркових торжищ.

Удосконалено:

- хронологічне висвітлення фактографії історичного поступу ярмаркового руху в Україні в розрізі політичного, економічного, соціального та культурного розвитку українського суспільства;
- теоретичне обґрунтування особливостей режисури фольклорних фестивалів та ярмаркових театралізованих дійств.

Набуло подальшого розвитку:

- осмислення змістових сенсів ярмаркових традицій в контексті ярмарково-фестивальних театралізованих дійств.

Практичне значення отриманих результатів. На основі наукової роботи розроблено Проєкт відродження Іллінського ярмарку у м. Полтава, який вбачається культурно-мистецьким заходом загальнонаціонального значення.

Матеріал дослідження може сприяти подальшим науково-дослідним розвідкам з даної проблематики. Крім того, може стати підґрунтям для внесення традиції вітчизняного ярмаркування до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України.

Апробація:

Участь у Полтавському туристичному форумі 14.08.2019 р. Організатор – Центр інформаційної підтримки бізнесу м. Дніпро при Дніпропетровській Торгово-промисловій Палаті, за підтримки ЄБРР. Дискусійна панель: Сесія та фасилітативний практикум «Синергія в туризмі», тема дискусії: «Практика реалізації масштабних ярмаркових та фестивальних проєктів. Розвиток локальних брендів. Бачення, проблеми та перспективи».

Участь у Міжнародній науковій конференції «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, ХДАК, 21–22 листопада 2019 р.).

Участь у I-му Міжнародного онлайн-етнофорумі 07.06.2020 р. Тема онлайн-доповіді: «Ярмарковий рух в Україні: історія, мистецька практика».

Публікації:

1. Князь О. Ярмарковий рух в Україні як фактор розвитку української культури // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку. Збірник наукових тез. – Харків. – 2019.

Структура роботи обумовлена її метою, задачами та логікою дослідження й складається із вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів висновків, списку використаних джерел (__найменувань) та __додатків. Обсяг тексту – __сторінок, загальний обсяг роботи – __сторінки.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯРМАРКОВОГО РУХУ В УКРАЇНІ

1.1. Аналіз наукових джерел

Дослідження ярмаркового руху в Україні та ярмаркових традицій в цілому відображене у наукових працях М. Грушевського, Д. Яворницького, В. Борисенка, Ф. Ніколайчука, І. Павловського, В. Юрченко, А. Скоряка та інших вчених.

Наукові джерела дослідження ярмаркового руху в Україні можна розділити на низку напрямків:

- історичний, який дозволяє проаналізувати історичні процеси в суспільстві, що впливали на розвиток ярмаркового руху в Україні;
- економічний, який розкриває сутність ярмарків в Україні як торговельно-промислових центрів);
- культурологічний, який ідентифікує українські ярмарки як соціокультурне явище, своєрідний феномен української культури, елемент нематеріальної культурної спадщини України;
- мистецтвознавчий, який дозволяє розкрити і проаналізувати мистецьку складову ярмаркового дійства – розважальні і театралізовані ярмаркові заходи.

«Історія України-Руси» М. Грушевського, «Нарис історії України» Д. Дорошенка, «Історія запорізьких козаків: у 3-х т.» Д. Яворницького, «Коротка історія Козаччини» В. Антоновича, «Українське козацтво: формування соціального стану. Друга половина XV – середина XVII ст.» В. Щербака, дають широке розуміння історичного минулого України, в умовах поневолення Батьківщини. Історики у своїх наукових працях яскраво виражають державницьке розуміння українського історичного процесу, що дозволяє проаналізувати суспільно-політичне і соціальне становище

українського народу в руслі історичного розвитку, зокрема й ярмарковий рух як невід'ємну частину економічного і соціокультурного життя українського суспільства. Як економічне і соціокультурне явище ярмарковий рух розвивався в процесі історичних подій, суворой історичної долі України.

У монографії «Соціально-економічний розвиток Лівобережної України XVII ст.» дослідника В. Борисенка описані найбільші тогочасні українські ярмарки, зроблений аналіз ярмаркової торгівлі.

Наукова стаття за авторством доктора економічних наук В. Жученка та кандидата економічних наук Л. Жученко «Питання економічної історії Полтавщини у працях І. Павловського» дає розуміння економічного становища Полтавської губернії з другої пол. XVIII ст. до поч. XX ст., зокрема, широко розкрита тема Іллінського ярмарку спочатку у м. Ромни, а згодом у м. Полтава.

А. Кудінова у науковому дослідженні «Українська ярмаркова торгівля у студіях І. Гуржія: історіографічний аналіз» подає досить важливий матеріал для дослідження економічної складової ярмаркового руху в Україні.

К. Черемський у своєму науковому виданні «Повернення традицій» досліджує історію нищення і спотворення характерного і невід'ємного складника традиційної української культури – кобзарства і бандурництва та перспективи відродження автентичного кобзарського виконавства, як особливої культурної складової ярмаркового руху в Україні. На основі фондових матеріалів державних архівів, музеїв, історико-літературних видань, періодики, результатів етнологічних експедицій, свідчень очевидців подається аналіз кобзарства і бандурництва, як окремого явища традиційної української культури, його еволюція і причини занепаду, наводяться статистичні відомості про народних співців і характерні репресивні заходи щодо них. У розділі «Кобзарська катедра» зібрано матеріали, присвячені концептуальним засадам автентичного виконавства та кобзарського інструментарію, практичні нотатки до початкових кобзарських студій, документи, спогади і поетичні твори про трагедію кобзарства.

Наукова стаття О. Демідко «Зародження та становлення театрального мистецтва в Маріуполі» широко розкриває генезу та проблематику театрального мистецтва під час ярмаркування у м. Маріуполь кінця XIX поч. XX ст.

Дослідниця О. Либо у своїх наукових працях детально аналізує розвиток театрального мистецтва у м. Харків, становлення професійного Харківського театру у 40 – 60 рр. XIX ст., та діяльність сподвижників театральної справи.

У працях М. Літвінової, М. Онацького, Д. Зубенка розглядається фестивальний рух, як соціокультурний феномен, та поліфункціональне мистецьке явище. Фестивальні заходи, зокрема фольклорні, є невід'ємною частиною сучасного ярмаркового заходу.

Дослідниця І. Сенюра у своїй науковій праці вивчає розвиток театрального мистецтва Правобережної України сер. XVIII – сер. XIX ст., описує гастрольну діяльність німецьких та польських професійних театральних труп, акцентує увагу на діяльності Львівської духовної семінарії у м. Перемишль, літературної групи «Руська трійця» та органу українського самоврядування – Головна Руська Рада у м. Львів, та визначає їх значення у подальшому розвитку театрального мистецтва на землях західної України.

1.2. Методи дослідження

Вибір методів магістерської роботи, що зумовлений міждисциплінарною спрямованістю її теми, об'єктом та предметом дослідження, ґрунтується на застосуванні комплексу наукових підходів і методів інтерпретації культурно-мистецьке значення розвитку ярмаркового руху в Україні.

Міждисциплінарний підхід – уможливорює дослідження ярмаркового руху України на межі різних наукових дисциплін з точки зору об'єднувальних тенденцій пізнання.

Культурологічний підхід – дозволяє визначити характер розвитку ярмаркового руху в Україні.

Мистецтвознавчий підхід – реалізує дослідження художніх особливостей ярмаркових обрядових і театралізованих дійств.

Загальнонауковий підхід – сприяє аналізу досліджуваного предмету, конкретно визначеним для розкриття його певних сторін чи властивостей.

У рамках культурологічного підходу задіяно:

- історико-генетичний метод, що уможливорює розуміння історії розвитку ярмаркового руху в Україні та виокремлення того, що важливо з точки зору його виникнення і поступу;
- ретроспективний метод, що дозволяє аналізувати попередні стани розвитку ярмаркового руху;
- метод конкретно-історичного аналізу – опису специфіки обраних фактів розвитку ярмаркового руху в Україні;
- аксіологічний метод (метод ціннісного аналізу), що дозволяє розглянути ярмарковий рух крізь призму твердження загально-людських цінностей, до досягнення яких прагне суспільство;
- системний метод, що надає можливості цілісного аналізу ярмаркового руху та його трансформаційних змін у сучасному культурно-мистецькому просторі;
- структурно-функціональний метод, який дозволяє проаналізувати структуру ярмарків з виокремленням культурно-мистецьких складових, зокрема ярмаркових театралізованих дійств.

У рамках мистецтвознавчого підходу задіяно:

- методи дослідження творів, результатів творчої діяльності та методи вивчення актуального художнього досвіду майстра, що сприяють розкриттю художньо-образних складових ярмаркових обрядових і театралізованих дійств, виявлення їх стилістичних особливостей.

Серед загальнонаукових методів обрано:

- метод контент-аналізу, що реалізує відбиття об'єкту пізнання з притаманними йому складовими з метою детального розгляду;
- компаративний метод, що надає змоги провести порівняльний аналіз складових ярмаркового руху, дозволяючи виявити аспекти специфіки як співставлення періодів чи тенденцій для з'ясування питань про вплив факторів;
- метод систематизації, що реалізує дослідження об'єкта в цілому на основі знання згідно проаналізованих його компонентів (ознак, властивостей тощо) та зв'язків між ними;
- метод теоретичного узагальнення, що фіксує загальні ознаки й властивості та дозволяє зробити певні узагальнення, висновки.

1.3. Визначення понять «ярмарок», «ярмарковий рух»

Вважається, що слово «ярмарок» має німецькі корені й походить від німецьких Jahr – рік, та Markt – ринок, що означає «Jahrmarkt» – «щорічний ринок». Присутність слова «ярмарок» у слов'янських мовах вказує на давній час виникнення цього явища. За тлумачним словником В. Даля, «ярмарок – великий торговий з'їзд і привіз товарів, річний торг, що триває тижнями».

Дослідник А. Скоряк у науковій праці «Функціонально-художня специфіка українського ярмаркового фольклору» [26; 27] визначає український ярмарок як економічне явище і соціокультурний феномен. Ярмарок – торг, який влаштовується регулярно, в певну пору року і в певному місці для продажу й купівлі товарів. Сама традиція ярмаркування налічує багато століть.

У стародавні часи ярмарок був багатолюдним, багатобарвним видовищем, не лише місцем купівлі-продажу, але й місцем всіляких розваг. Побувати на ярмарку означало «вийти на люди».

Ярмарки завжди були святом для торгового люду. Тут товар йшов партіями і напевно. Ярмарки стали місцем укладання різних торговельних угод, після чого сторони розпивали «могорич». Однак жодна сторона вже не могла відмовитись від досягнутої домовленості, інакше це призводило до моральної та матеріальної відповідальності. Ярмарки бували всюди, в містах і промислових селах, – з каруселями, райком, балаганами.

Зупинимось на існуючих в науковому обігу визначеннях терміна «ярмарок». А. Аллікс спробував сформулювати найбільш вичерпне, на його погляд, формулювання. Говорячи словами дослідника, ярмарок є певним тимчасовим або мандрівним містом, призначеним для торгових потреб []. Визначати ярмаркове торжище лише як зону, він наділяє ярмарок досить вузьким змістом.

Ярмарок – регулярне торговище, широкого значення, що періодично організовується в традиційно установленому місці; сезонний розпродаж товарів одного чи багатьох видів. Ярмарки – це масові акції з ціллю розпродажу товарів народного вжитку і вдосконалення організації вільного часу населення в вихідні і святкові дні. Ярмарки завжди розглядались не тільки як місце, де можна придбати необхідні товари, але й як привід для ігрищ, забав і веселощів. Каруселі, катання на санках, ляльковий театр, імпровізовані концерти, а також різного роду змагання на силу, спритність, витривалість, які дійшли до нашого часу – все це відгуки ярмарків, які відшуміли. В наш час ярмарки проводять як в традиційному стилі (весняний ярмарок, осінній ярмарок, передсвятковий ярмарок і т.п.).

Ярмарок – це і форма народного гуляння – з виставками розвагами, бродячим цирком і театром, піснями, іграми, змаганнями, веселим торгом, змовою. «Де двоє, там ринок, троє – базар, а семеро – ярмарок». Ця народна мудрість дійшла до нас з глибини століть.

Висновки до розділу 1

1. Головною перешкодою для детального аналізу ярмаркової культури є недостатній рівень наукового дослідження вказаної проблеми.

Вітчизняні етнографи, історики, краєзнавці, культурологи у своїх наукових дослідженнях зверталися до висвітлення означеної проблеми ярмарку, розглядаючи його із точки зору різних наукових концепцій.

Наукові джерела дослідження ярмаркового руху в Україні можна розділити на низку напрямків:

- історичний, який дозволяє проаналізувати історичні процеси в суспільстві, що впливали на розвиток ярмаркового руху в Україні;
- економічний, який розкриває сутність ярмарків в Україні як торговельно-промислових центрів);
- культурологічний, який ідентифікує українські ярмарки як соціокультурне явище, своєрідний феномен української культури, елемент нематеріальної культурної спадщини України;
- мистецтвознавчий, який дозволяє розкрити і проаналізувати мистецьку складову ярмаркового дійства – розважальні і театралізовані ярмаркові заходи.

2. Методологічним фокусом дослідження обрано синтез міждисциплінарного підходу з культурологічним та мистецтвознавчим, проте з пріоритетом мистецтвознавчого, з притаманними йому методами (методи дослідження творів, результатів творчої діяльності та методи вивчення актуального художнього досвіду майстра).

3. Слов'янське слово «ярмарок» походить від німецьких Jahr – рік, та Markt – ринок. Присутність слова «ярмарок» у слов'янських мовах вказує на давній час виникнення цього явища.

Ярмарок – торг, який влаштовується регулярно, в певну пору року і в певному місці для продажу й купівлі товарів.

РОЗДІЛ 2

ЯРМАРКОВИЙ РУХ В УКРАЇНІ

КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.: ІСТОРІЯ, ТРАДИЦІЇ

2.1. Історичні витоки та розвиток ярмаркового руху в Україні

Історія ярмаркового руху сягає давнини. Дослідники стверджують, що ярмарки були ще у догрошову епоху, за часів мінової торгівлі. З давніх часів і по сьогодні ярмарки є центрами суспільно-культурного життя українського народу. Ярмарок виконує економічну, культурну, розважальну, пізнавальну, комунікативну та інші функції суспільства. Якщо брати до уваги розвиток ярмаркового руху на території сучасної України, варто почати з ярмаркування за часів Київської Русі.

Аналіз розвитку ярмаркового руху як соціокультурного явища реалізуємо в розрізі, з одного боку, економічної складової, а з другого – культурної складової, спираючись на суспільно-політичне становище обраної до розгляду історичної доби.

Ярмарковий рух за часів Київської Русі кінця IX – початку XIII ст. мав свої особливості й спирався, насамперед, на торговельні основи.

Не вся територія Русі мала розвинене господарство, тому виникала потреба обміну продуктами і виробами. Такий обмін відбувався у містах на торжках (торжок, торжище – спеціально відведене, інколи облаштоване, місце для торгівлі). Найбільші торжища були у Києві на Подолі і у Новгороді перед княжим двором – Бабин торжок.

Вже на початку X ст. у Київській Русі почали формуватися об'єднання купців (гільдії). Найвідоміші купецькі об'єднання: «Залозник» – купецька гільдія, караван якої формувався поблизу озера Залозного (гирло річки Десна), її торговельний шлях пролягав суходолом з Києва до Тмутаракані («Залозник», «Залозний шлях»), і далі до Малої Азії; «Іванівське сто» у

Новгороді, торговельний шлях якої пролягав до країн Західної Європи; «Гречніки» у Києві – торгували з Візантією [25].

Торговельні шляхи до країн сходу пролягали по Волзі, а далі по Каспійському морю. Найвідоміший торговельний шлях «із варяг у греки» («Грецький шлях», «Варязькі шляхи») до Візантії і Греції – по Дніпру і далі по Чорному морю (Додаток А).

Мистецька складова будь-якого ярмарку у Київській Русі мала велике значення.

Слід згадати, що навіть ярмарки за часів дохристиянського періоду тяжіли до календарно-обрядових дійств видовищного характеру, які з приходом християнства асимілювалися в релігійно-обрядову культуру, зрештою дійшовши й до наших днів: різдвяно-новорічна обрядовість, обряди і традиції календарного циклу – веснянки, гаївки, зелені святки, купайло та ін. Найулюбленішим обрядовим ігрищем було «водіння кози». У наш час ця традиція асоціюється з різдвяно-новорічними святами, але в давні часи «коза» превалювала в численних обрядових дійствах [13, с. 30–34].

Для ярмаркових веселощів відводився окремий майдан – ігрище, зазвичай у центральній частині, щоб ярмаркувальникам було веселіше і купцям без нудьги торгувати. На ігрищах чоловіки мірялися силою у боротьбі, перетягуванні линви (канату), танцювали (водили пляски, плясання) обов'язково під музику. Музичні інструменти були різnorідні: бубни, труби, сопіль, пицаль, свиріль, гуслі. У ярмаркових забавах брали участь і професійні артисти – ігреці, які були популярні серед ярмаркового люду: гудець (співак і музикант), півець (співак), плясець (танцюрист); а також окремі музики-виконавці: сопільник, свирець (свирільник), трубник. З поширенням християнства духовенство критично ставилось до таких забавок і до народних артистів-ігреців, натомість, підтримуючи співців, що виконували пісні на біблійні теми.

Від часу хрещення Русі формувався княжий театр. Князі запозичували з Візантії скоморохів, а з германських земель шпільманів, які представляли на

знатну княжу й боярську публіку комедійні та сатиричні сцени, різні придворні веселощі. Скоморохи мали сценічне вбрання, до речі, вперше в історії української костюмології, часто переодягалися в звірів. І лише згодом, з дозволу князів, скоморохи вийшли на велику ярмаркову публіку. З часом ярмаркових артистів-ігреців також починають називати скоморохами, а вже з XII ст. формуються професійні мандрівні театри скоморох, складаються графіки виступів на ярмаркових дійствах. Останні згадки про скоморох зустрічаються у XVI ст.

Ще однією мистецькою складовою ярмаркових дійств за часів Київської Русі були дружинні, лицарські вистави. Репертуар дружинних вистав складався з величальних речитативних драматичних поем у супроводі музичних інструментів про оборону батьківщини, вірну службу князю, лицарську честь і княжу велич.

Після смерті Ярослава Мудрого у 1054 р. настає період роздробленості Київської Русі (добу роздробленості та ординської навали 1054 – 1321 рр.). З'їзд Руських князів у м. Любеч (Любецький з'їзд 1097 р.) остаточно розділив велику державу на окремі княжі землі, хоча Київ залишився політичним, духовним і культурним центром Київської Русі.

В середині окремих князівств формуються боярські вотчини на чолі з боярином – нащадками княжого роду, а також вихідці із княжої дружини. У цей період формується новий прошарок у суспільстві – поміщики (помістяни, служили), з числа збіднілих нащадків князів і бояр, які несли службу князю або боярину. На період несення служби «служили» наділялися земельними ділянками «помістями», з правами боярина щодо збору податку («корму») з селян-смердів. Із числа «служил» складався «двір» князів і бояр, в подальшому суспільно-історичному розвитку «дворяни».

У Центральній Азії в кінці XII ст. утворюється Монгольська держава, яку з 1206 р. очолює хан Чингізхан (Темучин). У 1242 р. хан Батий, онук Чингізхана, підкоривши руські землі, у пониззі Волги створив Золоту Орду. Князі та бояри, визнаючи владу хана, стали його намісниками та залишилися

при владі у колишньому статусі феодалів, зобов'язуючись сплачувати данину – «золотоординське іго».

З XI ст. зовнішня торгівля починає занепадати. Половецькі кочівники перекрили давні торговельні шляхи до Візантії і сходу. Купецькі каравани зазнавали постійних нападів під час яких товар грабували, а купців забирали в полон, гірше того – вбивали. Крім того, Венеція у 1082 р. отримала дозвіл від Візантії безмитної торгівлі і володіння портами, таким чином з'явився новий середземноморський торговельний шлях умовно прокладений хрестовими походами, який з'єднував Європу зі Сходом в обхід Києва.

Така міжнародна і внутрішня ситуація у торгівлі змусила вже відокремленні князівства орієнтуватися на внутрішній ринок.

Завоювання руських земель та руйнування міст монголо-татарською навалою, встановлення золотоординського іга доволі тяжко позначилися на розвиток ярмаркової справи (руху). З часом князі та бояри, як намісники Золотоординського хана, починають відбудовувати міста і поселення, налагоджуються нові торговельні шляхи зі сходом, таким чином – відроджуватися ярмаркова торгівля, яка мотивовано орієнтувалася на східні традиції.

Незважаючи на складність суспільно-політичного життя середньовічної Руської держави у період роздрібненості, постійні міжусобні війни, можна відзначити ряд позитивних моментів еволюційного розвитку культури і мистецтва народностей Київської Русі. Саме в цю добу формується мова, звичаєва і обрядова культура окремих етносів, їх пісенна і усна народна творчість, остаточно утверджується православ'я. Це стосується і ярмаркових традицій.

Маючи незалежність, кожне княже стольне місто влаштовує ярмарки. За княжим дозволом бояри мали право у своїх вотчинах влаштовувати ярмарки. Традиційно, у часи Руської держави, на ярмарках влаштовували богатирські змагання, ярмаркувальники мали змогу бачити комедійні вистави у виконанні мандрівних артистів-скоморох. Саме в цей період набуває

поняття «красні ярмарки» – які організовувались напередодні Великодня і Різдва.

Слід акцентувати увагу на розвитку ярмаркового руху у Галицько-Волинському князівстві, яке, після захоплення Києва ханом Батиєм у 1240 р., майже століття до 1349 р. стає останнім форт-постом Київської Русі, та протягом свого існування вело постійну боротьбу за власну незалежність проти татаро-монгольської навали та угорсько-польської агресії. [4]

За умов постійної внутрішньої міжусобної ворожнечі та зовнішньої агресії торгівля у Галицько-Волинському князівстві була мало розвинута. Східні сухопутні торгові шляхи прямували до Києва, Полоцького князівства та Золотої Орди, південні і західні – до Чехії, Польщі, Болгарії, Угорщини, Візантії та Священної Римської імперії, північні – до Литви.

Князі всіляко підтримували ярмаркову торгівлю, надавали дозвіл проводити ярмарки у містах по два і навіть по п'ять разів на рік та зменшували мита і податки з купців на торгових шляхах і міських площах.

Галицько-Волинське князівство успадкувало і продовжило ярмаркові традиції Київської русі, проте, перебуваючи на перехресті культур, в силу свого географічного положення, запозичує новації у сусідніх народів. Зокрема, що стосується ярмаркової торгівлі, за зразком європейських середньовічних міст облаштовуються торговельні місця, торговельні ряди, окремі торговельні приміщення тощо, а для ярмаркових розваг, як правило, у центральній частині ярмарку, будували «балаган» (сцену) для артистів. На ярмарках Галицько-Волинської держави католицька церква, пропагуючи свою віру, влаштовувала релігійні драми, найчастіше на Різдвяні та Великодні ярмарки. Також, під час ярмарків, у Галицько-Волинському князівстві, за європейською традицією, влаштовували лицарські бої («ігрища»).

Ярмарковий рух в Україні у період Великого князівства Литовського та Речі Посполитої (1362 – 1649 рр.) мав свої особливості. Суспільно-історичні

процеси, встановлення нових торговельних зв'язків, релігійна культура – це основні фактори впливу на його розвиток.

З 1320-х рр. Литовське князівство починає наступ на землі колишньої Київської Русі, які знаходились під протекторатом Золотої Орди.

У 1348 р. Польща захоплює Галицьке князівство, а в 1377 р. – частину Західної Волині. Литва завойовує Володимир, Луцьк, Кременець та інші міста Волині.

Київське князівство, а згодом Київське воєводство у Литовсько-Польську добу мало інший історичний розвиток. Спочатку Литовського панування Київ мав широку автономію, а українська шляхта – безмежні повноваження, але зрештою у 1471 р., у вирі історичних подій, великий князь Литовський і король Польський Казимір IV ліквідував Київське князівство, перетворивши його на воєводство, а за результатом Люблінської унії у 1569 р. Київське воєводство переходить під владу польської корони.

Галицько-Волинські землі у цей період стають важливим торгово-економічним регіоном Великого князівства Литовського, а після Люблінської унії у 1569 р. – Речі Посполитої. Містам Волинського воєводства надається право на проведення ярмарків. Розвиток цілісної ярмаркової системи у Галицько-Волинських землях припадає на початок XVI ст. [8]

За сприянням князя Костянтина Острозького у місті Острог проводилися чотири двотижневі ярмарки на рік. Але, зрештою, центром торговельно-ярмаркової системи на Галицько-Волинських землях стає місто Луцьк.

Ярмарки продовжували своє бурхливе життя, але якщо, ярмарковий рух на Західних українських землях асимілювався з Західно-Європейською середньовічною ярмарковою культурою (облаштування торгових рядів на центральній площі міста, розбудови ярмаркової інфраструктури тощо) то на Київських землях кардинально нічого не змінилося, ярмарки проходили у сталому вигляді – на ярмаркових майданах, де купці та інші торговці займалися облаштуванням свого торгового місця самостійно. У кращому

випадку торгіві ряди формувалися з возів, а в більшості просто на долівці у певному відведеному місці.

Ярмарки за доби Великого князівства Литовського та Речі Посполитої не втрачають своєї популярності, навпаки, стають організованими центрами економічного, суспільно-політичного та культурного життя усіх верств населення. Не втратили своєї актуальності і популярності різноманітні спортивні змагання, виступи дресированих звірів, пісні, танці веселощі. Проте, ярмаркові вистави популярних артистів-скоморох все частіше потрапляють під заборону, а самих виконавців затримують і засуджують (інколи навіть до страти) за неповагу та зневагу до королівської влади, місцевої шляхти, а що найстрашніше – до церкви, як католицької так і православної.

На зміну скомороших вистав ярмаркувальникам показували містерії – вистави на релігійну тематику. Домініканський орден у XIV – XVI був основним осередком створення містерій, а вже з другої половини XVI ст. містерію, як вид театрального мистецтва, використовував єзуїтський орден, який був сформований у Речі Посполитій з 1564 р. На українських ярмарках містерія не мала популярності, навіть зневажалася, через насильницьке насадження католицьких догм для православного люду. [19]

На українських ярмарках, саме в цей історичний період, запроваджується західноєвропейська практика публічних страт засуджених на смерть, які набули театралізованого характеру, хоча поодинокі випадки страт на ярмарках в Україні були і раніше. Але, якщо для європейців такі заходи були багатолюдними, то на українські ярмаркувальники намагалися всіляко оминати такі події.

На Галицько-Волинських землях, у першій пол. XVII ст., під час ярмаркових торжищ, з'являються перші зразки української побутової драми – інтермедії. Імпровізовані комедійні сценки, у виконанні учнів театру єзуїтів, розігравалися між діями містерій, з часом – між діями шкільної драми.

Варто акцентувати, що саме в цей історичний період зароджується вертеп – ляльковий народний театр, який має вагоме значення для розвитку українського театрального мистецтва. [32]

Також, у цей період, формується український шкільний театр та православна релігійна драма – народне містеріальне дійство, центром і осередком яких стала Острозька академія, заснована князем Острозьким у 1576 р., та Львівська братська школа, заснована у 1586 р.

Козацька доба (1649 – 1764 рр.) для розвитку ярмаркового руху в Україні, і для української ярмаркової культури має надважливе значення.

Першою згадкою про козаків варто вважати 1492 р., зокрема у листі кримського хана до Великого князя Литовського, щодо руського населення Великого князівства Литовського, а також у 1493 р. у листі кримський хан скаржився на козаків московському князеві. У листах українське воїнство хан називав тюркським словом «Qazaq» – «вільна людина», «бурлака», «авантюрист», «шукач пригод». Хоча історики стверджують, що формування козацтва почалося ще з XIII ст.

У 30-40-х рр. XVI ст. на острові Томаковка була організована Запорозька Січ – укріплений військовий табір, а у 1552-1557 рр. Дмитром Вишневецьким була заснована фортеця на острові Хортиця.

Козаки для простих селян стали уособленням мужніх хоробрих лицарів, які час від часу захищали покріпачених селян від гніту польської шляхти.

18 серпня 1649 р. за результатами Зборівського мирного договору Україна (Гетьманщина) отримала автономію у складі Речі Посполитої в межах Київського, Чернігівського та Брацлавського воєводств. Зборівська угода поклала початок формуванню української козацької держави.

З приходом до влади Катерини II було продовжено реформу централізації влади в Російській імперії розпочату Петром I. І вже за кілька років її правління 10-го листопада 1764 р. був виданий указ про ліквідацію гетьманства в Україні, а згодом 4-5 червня 1775 р. за таємним наказом

Катерини II російські війська під командуванням генерала Петра Текелі оточили і зруйнували Нову Січ.

Надскладні історичні події козацької доби: злети і падіння, часи руїни і просвітництва, військові успіхи і зради, та зрештою ліквідація Гетьманщини – на всі часи, не дивлячись навіть на драматичні події, залишиться яскравою сторінкою в історії України.

Варто акцентувати увагу на економічній складовій ярмаркування у козацьку добу.

Торгівля Польщі, Литви, Московії зі сходом у XVI-XVIII ст. велася за участю або посередництвом запорозьких козаків. Цьому сприяло їх вдале розташування на роздоріжжі: між Литвою, Польщею і Московією з одного боку, та Кримом і Туреччиною з іншого, а також наявність природних шляхів сполучення – частина водного торговельного шляху «з варяг у греки» по Дніпру до Чорного моря, а далі до Стамбула і на схід.

З кінця XV ст. козаки успішно займались рибальством та мисливством, продавали свіжу і солону рибу та хутра на ярмарках, зокрема і в Києві.

Пересувалися козаки по воді човнами, чайками або галерами, по шляхах слугували великі чумацькі вози «мажі», «паровиці» або «палубці» запряжені волами, по парі на кожен віз.

Місцями торгівлі запорожців з татарами були: Січ, Перекоп, Кафа, Козлів; товари з Запорожжя частково йшли Дніпром, але переважно суходолом по так званих «одвічних шляхах», Муравському та його гілках: Ізюмському і Кальміуському, тим же шляхом ішли товари з Криму в Запорожжя.

Польща для запорізьких козаків була стратегічним торговельним партнером. Головними містами польсько-запорозької торгівлі були Умань, Лисянка, Корсунь, Торговиця та ін.

Найчастіше козаки торгували у містах: Стародуб, Київ, Миргород, Хорол, Лубни, Ромни, Полтава, Гадяч, Опішня, та інші міста, куди вони з'їжджалися переважно на ярмарки у дні храмових свят.

В самій Січі була переважно дрібна торгівля, яка велася, як правило за межами фортеці на Гасан-базарі, Крамному базарі чи січовому форштадті, тобто передмісті, там же розташовувалися заїжджі двори, шинки, крамниці.

Відомо, що для сплаву Дніпром різних товарів у запорізьких козаків з 1656 р. існував особливий стан людей – лоцмани, які проводили купецькі судна через Дніпровські пороги. Лоцманами були найхоробріші козаки Кодацької паланки, що жили вище дніпровських порогів, і вони були вільними від усяких повинностей.

Варто акцентувати увагу на важливій складовій ярмаркового руху в Україні – чумацтві. Чумаки займалися товарно-візницьким промислом. В побуті Запорожжя, як і в побуті і в культурі всієї України, чумаки становили важливу верству людей. Дослідники стверджують, що чумацтво – це не професія, а спосіб життя. До цього часу дослідники ведуть активну дискусію щодо походження назви і самого явища чумацтва. Чумаком міг стати будь-який господар, який має воза, пару волів і достатньо вільного часу. Той, хто не мав волів і воза, але мав бажання зайнятися чумацьким промислом, наймалися до багатих чумаків у візники. Чумаки приєднувалися до валок – чумацьких караванів. Валка – професійне, торговельно-військове та демократично-громадське об'єднання, аналогів якому не має в Європі. Валки мали свого керівника – отамана, що відповідав за організацію, безпеку і життєдіяльність валки.

Чумацтво – це унікальна риса автентично-економічного життя України, це зародок національного українського купецтва, заснований на засадах суто товариської асоціації, аналогів якому не має у Європі. Чумацтво має глибокі корені і тривалі наслідки, від часів Київської Русі і до сучасності. Це своєрідний стиль життя, який сформував велику частину української культури.

Деякі дослідники стверджують, що «чумаки» і «козаки» є синонімами, адже чумаки, як і козаки мали неабияку загартованість, організованість і, що найголовніше, військовий досвід, адже чумакам не раз доводилось обороняти

свої обози від навали грабіжників, і бувало, що нападників було в двоє, а то і більше ніж самих чумаків, проте, кількість ворогів ніколи не бралися до уваги, так як завзятий гарт і чітка військова стратегія з легкістю допомагали чумакам отримати блискавичну перемогу.

Козаки стали невід'ємною частиною ярмаркового життя в Україні, вони були всенародними улюбленцями і об'єктами наслідування. До традиційних ярмаркових гулянь у козацьку добу додалися козацькі вертепи-гульбища, танці – «гопак», «яструб», «повзунець», та козацькі ігрища, інколи вкрай небезпечні для життя. Козацькі танці, зокрема гопак, в народі отримали велику популярність серед простого люду, в цей період формується народна танцювальна культура.

Гусярів і сурмачів замінили лірники, кобзарі, бандуристи. Кобзарство – унікальне явище козацької культури. Самі кобзарі, лірники і бандуристи були вихідцями з козацької общини, які виконували вкрай важливу соціокультурну функцію в Україні, окрім того, що вони розважали ярмарковий люд думами, поемами, переказами, кобзарі були літописцями, проповідниками, розносили вісті і послання, навіть були мировими суддями на ярмарках та ініціаторами селянських повстань проти польської шляхти.

З XVIII ст., у епоху українського бароко, на ярмарках козацька знать влаштовувала розваги у дусі загальноєвропейських аристократичних традицій. Танцювальних мелодій доби козацького бароко до нашого часу збереглося небагато. «Гуляння з музикою» на ярмарках – означало, що запрошували музик і танцювали, і особливість українських танців доби бароко полягала в тому, що поважні аристократи, як чоловік так і жінка, не обов'язково повинні були вміти танцювати, на відміну від аристократів Франції, Німеччини та сусідньої Польщі, козацька знать лише намагалася переінакшити західноєвропейську танцювальну культуру на свій манер.

Ярмарковий рух в Україні у складі Російської імперії набуває особливої суспільно-культурної ваги.

У 1764 р. гетьманат в Україні було ліквідовано, а управління Україною передавалося ІІ-й Малоросійській Колегії. Після ліквідації у 1783 р. полково-сотенного устрою, за Лівобережною Україною остаточно закріплено назву Малоросія. Після трьох поділів Речі Посполитої до складу Російської імперії увійшли землі Правобережної України, а внаслідок російсько-турецької війни – Південь України.

Земельна реформа у 1861 р. скасовували кріпосне право, а реформи у 1864 р. запроваджували земське (місцеве) самоврядування та нове судочинство. Ці зміни докорінно змінили життя простого люду, дали поштовх для суспільного та соціально-економічного розвитку, зокрема українських селян.

Формуються класові поняття: суспільство ділилося на дворянство, міщанство, селянство, до того ж у цей період формуються пролетаріат (робочий клас), буржуазія та інтелігенція.

Перша російська революція 9 січня 1906 р. у Петербурзі сподвижила українських селян на протести і повстання, восени 1905 року відбулося більше 200 робітничих та селянських повстань в Україні, які були жорстоко придушені, так, наприклад, у грудні у селі Великі Сорочинці відбулося одне з найбільших повстань, під час якого було вбито 63 чол.

Перша світова війна (1914–1918 рр.), революції у лютому та у жовтні 1917 у Петрограді сприяли подальшому українському державотворенню, створенню Української Народної Республіки, яка проіснувала вкрай недовго.

Ярмаркова торгівля в Україні у складі Російської імперії активно розвивалася. Формується ярмаркова індустрія – «ярмаркове коло», ярмарки мали річний цикл і переходили з одного міста до іншого. Організовується система міських і сільських ярмарків, створюються спеціалізовані та оптові (контрактові) ярмарки. Особливо ярмарки шанувалися на великі свята – Різдво і Великдень, так звані «красні ярмарки».

У середині ХІХ ст. існувало близько 12 тис. ярмарків. Найбільші ярмарки були: Контрактовий або Стрітенський у Києві; Хрещенський,

Троїцький, Успенський, Покровський у Харкові; Іллінський у Полтаві; Маслянський, Вознесенський і Михайлівський у Ромнах; Воздвиженський у Кролевці; Петропавлівський у Катеринославі; Миколаївський і Покровський у Вознесенську.

З розвитком промисловості, створенням мануфактур, фабрично-заводського виробництва, залізничного транспорту і пароплавства, у кінці XIX ст. зникає чумацький промисел. На зміну ярмаркової торгівлі з'являються стаціонарні багатoproфільні крамниці, магазини, шинки, склади. З'являються біржові торги в Одесі, Києві, Харкові, Миколаєві. Не дивлячись на технічний прогрес і появу постійно діючих торговельних рядів, ярмарки організовувалися традиційно, у звичному режимі, хоча вже не з таким широким розмахом.

Традиційно, ярмарки для українців були не просто місцем для збуту чи придбання товару, а своєрідним святом, до якого завчасно готувалися, на який їхали щоб «на людей подивитись і себе показати». Ще зранку, зайнявши і облаштувавши свої торговельні місця, ярмарковий люд залюбки після торгів влаштовував гуляння. Молодь гуртувалася окремо, грали в ігри та забавки, співали, танцювали, влаштовували гойдалки. Старше покоління розважалося окремо, не обходилося і без танців з піснями, і виставляння могорича – за вдалу покупку або продаж. Шинок був місцем особливих розваг і відпочинку. На кожному ярмарку були кобзарі, бандуристи та лірники зі своїми думами, казками та оповідями. Козацька культура трансформувалася в загально-національну, колись суто козацькі пісні і танці стали загальнонародною творчістю, гопак танцювали всі, від малечі до людей поважного віку. Ярмарки перетворювалися у свято народного мистецтва.

З активним розвитком промисловості та залізничного транспорту у кінці XIX ст., українська народна культура втратила унікальний, вагомий пласт – чумацьку культуру. Чумаки – колись, як основа ярмарково-транспортної системи, окрема надважлива верства українського суспільства, у часи технічно-транспортного прогресу поступово зникають з ярмаркової

системи в Україні, залишаючи після себе незліченні скарби народної чумацької творчості, мудрості та життєвого досвіду. Чумацька культура стала невід'ємною частиною української національної культурної спадщини, народних та ярмаркових традицій.

Більш вагомої популярності на українських ярмарках серед ярмаркового люду набирає театральне мистецтво.

З виникненням шкільного та кріпосного театру дедалі частіше у виконанні учасників цих творчих колективів для ярмаркового люду влаштовувалися вистави – «малоросійські комедії», які попередньо проходили цензуру. Існували пересувні акторські трупи, які на ярмарках показували лялькові вистави. На різдвяних «красних» ярмарках традиційно показували вертепи. Професійні акторські трупи давали свої вистави на великих ярмарках, в першу чергу для дворян, знаті, купців і міщан, а також для всіх, хто міг заплати, адже вистави за участю професійних акторів вартували значних коштів.

Обрядові традиції календарного циклу на українських ярмарках у цей період набувають особливої пошани серед усього українського населення. Особливої урочистості і народної обрядово-театральності під час ярмаркування набувають свята Івана-Купала, зелені святки, петрівка, обряди колядування і щедрування.

Після лютневої революції у Петрограді 4 березня 1917 р. в Україні створюється Українська Центральна Рада, яка 10 червня 1917 р. прийняла I Універсал про автономію України в складі Росії. І вже 9 січня 1918 р. Української Центральною Радою приймається доленосний IV Універсал про незалежність Української Народної Республіки. У квітні 1918 р. Павло Скоропадський захоплює владу, встановлює гетьманат і проголошує Українську Державу. У грудні 1918 р. внаслідок чергової революції відбулося повалення гетьманату і відновлення Української Народної Республіки (Директорія – Уряд УНР на чолі з В. Винниченком). 22 січня 1919 підписано Акт Злуки УНР та ЗУНР.

У листопаді 1920 російськими більшовицькими військами відбувається остаточне захоплення території УНР. Вночі 21 листопада 1920 з України до Польщі тікає близько 12 тисяч вояків, військове та політичне керівництво УНР. Українська Народна Республіка фактично перестала існувати.

Політичні та військові процеси у цей період займали першорядне місце, економічні питання відійшли на другий план. Це вкрай негативно позначилось на життя українців. Селянство у цей період ділилося на три прошарки: бідноту, середняків і заможників. Крім того, обробляти землю та вирощувати урожай доводилося жінкам, так як через воєнні дії на всіх фронтах, чоловіки були змушені, в більшості примусово, залишити свої господарства. Крім того, поглибився процес урбанізації, – люди тікали із сіл у міста, шукаючи роботу на заводах-фабриках. В таких умовах сільське господарство в Україні занепало.

Ярмаркове життя продовжувалось по інерції, ярмарки організовувалися у вже звичний і сталий час, але військові та політичні процеси наклали свій відбиток, особливо на дрібні сільські ярмарки, які в результаті були схожі на невеличкі сільськогосподарські базари на яких поновилась система «міньби» – товар за товар.

Ярмарок – по суті своїй є соціально-економічним і культурним центром у суспільстві, тому говорити про культурну складову ярмаркового життя у період війни, революцій, занепаду і загальнонародної депресії вкрай складно. Ярмарковим розвагам і діям не знаходилося місця серед відчаю. Майже єдиною культурною складовою невеликих сільських ярмарків залишалися кобзарі і бандуристи. Кость Черемський стверджував, що саме в цей період традиційне кобзарство відроджувалось: «Протягом перших пореволюційних місяців створюються чи не найсприятливіші (принаймні за попередні 100 років) умови для самоствердження і вільного розвитку традиційного співоцтва» []. Василь Ємець цей період називає «кобзарським ренесансом»: «З приходом революції становище кобзарів різко змінилося в кращий бік. Нарід, що прокинувся від вікової політичної та національної

неволі, жадібно ловив кожне слово, що говорило про його минулість, а тим більше впивався словами думи та пісні, які співали йому кобзарі. Хто з нас не бачив у перші часи революції по станціях, ярмарках та базарах великі натовпи людей, які, затаївши духа, з глибоким зворушенням, а то й слізьми на очах, слухали спів кобзаря або й лірника» [].

На міських ярмарках влаштовувалися звичні ігри для молоді, каруселі, виступали шкільні театри та окремі артисти з ляльковими виставами. Кобзарі на міських ярмарках мали не меншу популярність: «Ото як почнуть співати, а діти, мужики та баби як обступлять старців – не протовпнутися» – зі спогадів харків'янина А. Ляценка []. Відомі імені особливо шанованих кобзарів на Слобожанщині: Петро Древиченко, Іван Кучугура-Кучеренко, Григорій Байдило (Байда), Павло Гащенко, Степан Пасюга, Іван Казан, Микола Нетеса [].

Ярмарки у цей період стають центрами обговорювання суспільно-політичного життя, тут люди отримують вісті з фронтів, чутки про реформи та інші вкрай важливі новини.

Перша світова війна, революції, громадянська війна, постійна зміна влади, проголошення незалежності, інтервенція України Росією і Антантою, поділ України сусідніми державами зруйнували засади соціально-економічного розвитку на всій території сучасної України. З остаточним утвердженням радянсько-більшовицької влади гостро постає питання про відновлення економіки нової країни. Політика «воєнного комунізму» ще більше поглибила соціально-економічну кризу. До вищезазначених проблем додався голод 1921–1923 рр., який забрав життя майже 4 млн. українців. [17]

3 квітня 1922 р. за рішенням Пленуму ЦК РКП(б) було обрано Першого Генерального секретаря ЦК РКП(б) Йосипа Віссаріоновича Сталіна.

Розпочинається політика «русифікації» і згортання «українізації». За наказом Сталіна «місцевий націоналізм» визнавався антидержавним, а всі хто протидівав русифікації, або чинив найменший спротив – «ворогами радянського народу». Почалися утиски української культури, освіти, літератури, з бібліотек вилучалися книги українських літераторів, історичні і

наукові твори, заборонені сотні українських п'єс і закриті сотні українських театрів. Історія козаччини була заборонена, знищувалися будь-які твори та видання в яких згадувалася або виражалася самобутність українського народу. Натомість звеличувався інтернаціоналізм, велич і могутність російської мови та культури, зрештою проголошувалась провідна роль Росії та Москви у СРСР.

Х з'їзд Російської комуністичної партії (більшовиків) у березні 1921 р. затвердив програму нової економічної політики (НЕП). Основна ідея НЕПу полягала в заміні продовольчої розкладки продовольчим податком. Це дало поштовх для швидкого відновлення перш за все сільського господарства. Відродилась кооперація, і найголовніше – традиційний ярмарковий рух в Україні. З 1921-го р. радянська влада почала роботу по систематизації ярмарків, класифікувавши їх на всесоюзні, республіканські, обласні та ярмарки місцевого значення. У 1927 в УСРР діяло 15 тис. ярмарків в 1500 населених пунктах. Найбільші ярмарки у Києві та Харкові отримали статус республіканських.

Грошова реформа, яка відбулася у жовтні 1922 р. стабілізувала грошово-банківську систему, промисловість починає відбудову завдяки повернення приватної власності, будуються нові фабрики, заводи, скасовувалася зрівнялівка в оплаті праці. Створювалися трести, синдикати, відбувається електрифікація країни.

Та з приходом до влади Сталіна ситуація різко змінюється. Настає найстрашніша сторінка в історії України – доба колективізації та індустріалізації. У грудні 1925 XIV з'їзд ВКП(б) у Москві затвердив відхід від НЕПу та взято курс на активну перебудову економіки СРСР – «прискорене соціалістичне будівництво».

Акцентувати увагу на культурній складовій ярмаркового руху в Україні у період російсько-радянської окупації 20-30 рр. XX ст. варто саме на кобзарському мистецтві, адже саме «сліпці – будителі національного духу» були в цей вкрай важкий період історії України, історії української культури

та історії ярмаркового руху в Україні основними носіями і продовжувачами традиційної народної культури і мистецтва, подихом волелюбного українського народу, останнім форпостом козаччини і чумацтва.

З прийняттям програми «українізації» та «коренізації» у період НЕПу відбувся «ренесанс» кобзарського мистецтва. Кобзарі, бандуристи і лірники були бажаними гостями на будь-якому ярмарку. Кобзарські балади, пісні, думи, легенди, казки, оповіді збирали великі натовпи ярмаркового люду.

Але з приходом до влади Сталіна, починається активний наступ на народних співців, починається посилений міліцейський «надзор», і зрештою повна заборона і ліквідація кобзарського мистецтва. Так, Климент Квітка у 1924 р. зазначив: «Кобзарі і лірники через несприятливі умови, часто доживають свій вік дома, покинувши свою мандрівну професію» []. Сліпців-кобзарів влада переслідувала під приводом «боротьби з жебрацтвом», про що свідчить Г. Хоткевич: «Були й наступники урядників – міліціонери, що гнали кобзарів під тим приводом, що яко би «совєтская власть не знаєт ніщенства». Все це було і все це переживається...» []. Підпадали і під підозру ярмаркувальники, які слухали кобзарські пісні, допомагали їм, харчували і давали тимчасовий прихисток. Є свідчення-каяття колишнього співробітника міліції І. Битюніна: «Таких жебраків, що грали на лірах, бандурах чи гармошках ми в той час брали «пачками» і направляли у «спецраспределітелі». Що з ними там робили – до кінця не знаю... Моя ж робота була проста – що кажуть, те й виконуй... Хоча, чесно кажучи, мені трохи шкода було сліпих калік... А що ще мені було робити, зеленому, що в голодний час хотів їсти, хотів вижити... Бо підеш з органів – помреш з голоду із «вовчим білетом», або й свої «шльопнуть...» [].

З рештою, радянська влада вдалася до «революційних перетворень» кобзарського традиційного мистецтва на «концертний тип»: «З вулиці та базару – в концертну залю!», «З рук жебрака – на послуги радянській культурі!» []. Кобзарі були змушені виступати по заводах, університетах, клубах тощо, прославляючи владу рад. «Старий кобзар забуває німічного

Лазаря, хторує пришествіє, Архистратига Михаїла, Олексія Поповича, «що по тричі на день святе письмо читає» і т. п. Тепер і він перестроївся на героїчний лад, чого вимагає від нього соціально замовлення колгоспного селянства. Та і його власна свідомість тепер зовсім інша. В його творах звучать «сміливі первенці», «партійні поводири», «комсомолец», «колектив», «трактор», «соціалізм», цілий «Радянський Союз» – писав відомий етнограф В. Харків [1].

«...більшовики нищили і забороняли тримати в хаті такі інструменти, як ліра і кобза. Коли їх десь знаходили, то власника обвинувачували в націоналізмі та оголошували ворогом пролетаріату» – Софія Овчинник [2].

У активному процесі «колективізації» та «індустріалізації» ярмарки сприймалися комуністичною ідеологією пережитком минулого. У плановій економіці соціалістичної системи не має і не може бути місця для вільного ринку, у тоталітарній системі не може громадянське суспільство мати можливість на вільне неконтрольоване спілкування і висловлювання, до чого власне і спонукає ярмаркове зібрання. Виходячи з цього у грудні 1927 р. XV з'їзд ВКП(б) затвердив директиви по складанню першого п'ятирічного плану розвитку народного господарства СРСР, у квітні 1929 р. XVI конференція розглянула і схвалила план п'ятирічки, а у травні 1929 р. V Всесоюзний з'їзд Рад оголосив його державним законом, який, по суті, припиняв ярмарковий рух.

Так і була поставлена крапка в історії багатовікового ярмаркового руху на території України.

Але дух ярмаркування важко було знищити, як і економіка так і народна культура відчували велику втрату в наслідок повної заборони ярмаркового руху. Радянська влада розуміючи невдоволені настрої населення, організовує так звані «виставки народного господарства», які стали прототипом ярмаркового руху, хоча в повній мірі такі виставки не змогли замінити корінні ярмаркові традиції.

Початковим етапом відновлення ярмаркового руху в Україні варто вважати 1966 р., коли було організовано (відновлено) Сорочинський ярмарок, що на відміну від інших виставок досягнень народного господарства включав культурно-мистецьку складову, яка була чи не найголовнішою принадою для гостей і учасників ярмарку – подихом давньої української ярмаркової культури.

Сорочинський ярмарок у радянські часи став всенародним ярмарковим дійством, на який з'їжджався люд з усіх куточків України і світу, щоб відчувати дух української ярмаркової культури, згадати прадавні ярмаркові традиції.

З часу Незалежності України ярмарковий рух поступово відновлюється. Крім Сорочинського ярмарку, який з 1999 р. набув статусу Національного, у містах, найчастіше в обласних центрах, відновилися «красні» (великодні та різдвяні) ярмарки, на яких проводяться фестивалі, театралізовані, концерти та ігрові програми.

Постають із забуття великі традиційні ярмарки, зокрема: Контрактовий у місті Києві, Великий Слобожанський у Харкові (Харківській області), Воздвиженський у м. Прилуки, Петрівський у м. Чернівці, Переяславський у м. Переяслав-Хмельницький та багато ін. Жоден з цих ярмарків не обходиться без українських пісень, танців, народних розваг і гулянь. Майже на всіх сучасних ярмаркових заходах в Україні проводяться мистецькі фестивалі, театралізовані дійства, що свідчить про поступове відродження саме традиційної культурно-мистецької складової давніх українських ярмарків.

Відродження і примноження українських ярмаркових традицій у сучасному житті України і є шлях до відродження народної свідомості, національної ідентичності і самобутності українського народу, утвердження національного духу через традиційну культуру, невід'ємною складовою якої є ярмарковий рух.

2.2. Ярмаркова культура, традиції та субкультурні групи.

Класифікація ярмарків кінця XIX – початку XXI ст.

Ярмарок як соціокультурне явище є центром української народної культури – народної звичаєвої, усної, пісенної, танцювальної, побутової, релігійної, культури харчування тощо. На українських ярмарках воєдино сплітаються культури українців, росіян, білорусів, євреїв, німців, поляків, греків, циган та інших народів і народностей, а також соціальних верств: селян, містян, шляхти, дворянства; а також окремі групи українського соціуму – козаків, чумаків, кобзарів, бандуристів, лірників тощо.

Усна народна творчість є провідною культурною складовою ярмаркування. У процесі торговельних відносин ярмаркувальники використовували народні приказки, побажання, присяги-примовки, які доповнювали процес купівлі-продажу. Основними носіями усної народної творчості на ярмарках у певні періоди були козаки, чумаки, кобзарі, бандуристи та лірники. Селяни, у час відпочинку від ярмаркових справ, любили розповідати свої казки або містичні історії, які чули від інших людей, або часто придумували самі. У між ярмарковий період селяни готували не лише товар для продажу, а й думали, якою небилицею дивувати своїх кумів та знайомих – тимчасових ярмаркових односельців, які вечорами збиралися за вечерею після ярмаркових клопотів розповідати страшні історії до «мокрих штанів». Це традиційна ярмаркова розвага людей середнього та поважного віку, в якій програвав той, хто за столом «не втерпить», «намочить штани», і не так від історії, а від кількості випитого традиційно виставленого могоричу – пива, наливки, медовухи, горілки, за вдалу покупку або продаж. Ніхто не хотів «стати на посміх» у наступні ярмаркові дні, тому робили все можливе, щоб налякати або розсмішити своїх «собесідників», використовуючи будь які можливі підручні засоби, наприклад зарані підготовлені пляшки на мотузці для гуркотіння або підмовляли парубків за певну винагороду у певний час і на ключові слова у розповіді вчинити

бешкет. Така ярмаркова традиція якнайкраще описана у повісті Миколи Гоголя «Сорочинський ярмарок», зокрема у епізоді про червону свитку у хаті Черевика.

Що стосується чумаків, як носіїв усної народної творчості, то на ярмарках вони збирали великий натовп людей, розповідаючи про далекі заморські країни, новини про військові походи, про дикувинки, які самі бачили або чули від когось. Так народжувались легенди, перекази, казки, небилиці, які український народ дуже любляв. Це стосується і козаків, які не поступалися чумакам у розповідях про заморські чудасії, відважні битви та героїчні перемоги.

Але з особливим шануванням ярмаркувальники ставилися до кобзарів, лірників, бандуристів, вони були уособленням життєвої мудрості, знали відповідь на будь яке питання, могли заспокоїти, заворожити натовп журливою думою, або звеселити ярмаркувальників співанкою, розказати дітлахам повчальну казку, молоді – легенду, дорослим – бабайку. І здавалося, що старі сліпці бачили краще за зрячих.

Пісенна народна творчість, як складова української культури, має особливе значення в житті українців, тому присутня у всіх проявах ярмаркового буття: прибуття на ярмарок, облаштування місця, під час купівлі-продажу, і особливо у часи відпочинку. Співали всі – від малого до великого, від багатого до бідного. Велике значення мають календарно-обрядові пісні, так як ярмарки проводилися на великі релігійні свята, які асимілювалися з давніми дохристиянськими традиціями. Наприклад, якщо ярмарок проходив на Петра і Павла (на Петрівку), то звісно домінуючим були «петрівські» пісні, які перегукувалися з купальськими: «Ой мала нічка-петрівочка», «А на Петра вода тепла» і т. д. Жартівливі пісні створювали загальну піднесену святкову атмосферу на будь якому ярмарку. Український фольклор дуже багатий на жартівливі пісні, і про ярмарок зокрема: «Ой, на горі ярмарок», «Їдемо на ярмарок», «Ой піду я на ярмарок», «Ярмарок»,

«Буде ярмарок», «А дід бабі сані», «Ой, поїхав мій миленький на ярмарок до Гірні», «Куди їдеш, Романочку, Романочку?», «Як пішов молод» та ін.

Ярмаркові вечори були роздоллям для молоді. Після ярмаркових справ парубки та дівчата гуртувалися на галявинах біля річки або ставка на ярмаркові вечорниці, які тривали, як правило, найпізніше до опівночі, бо з першими півнями потрібно було прокидатися і готуватися до ярмарку. Традиційні пісні, танці, ігри, залицання, ряжені, вогнище – найбажаніші вечірні ярмаркові розваги для молоді, і найперше – в пошані була святкова обрядовість: троїцькі ярмарки не обходились без обряду «водіння тополі», петрівські (на святих Петра і Павла) ярмарки продовжували обрядовість Івана-Купала, семенівські (на святого Семена) ярмарки не обходились без обряду «Одруження свічки» [29] і т.п.

Ярмаркові традиції можна умовно поділити на загальні (традиції характерні на більшості ярмарках) та місцеві.

До загальних ярмаркових традицій можна віднести «неписані» правила організації ярмаркової торгівлі. Місце розташування ярмаркової торгівлі в народі називали «товчок» або «точок». Напередодні основної ярмаркової торгівлі, як правило після обіду або ввечері до першої зірки, відбувалися «підторжжя» або «підторги». Частину від перших зароблених грошей ярмаркові торговці віддавали на церкву. Основна ярмаркова торгівля починалася після церковної служби. Часто священники благословляли ярмаркувальників на вдалу торгівлю, освячували ярмарковий майдан і товар, найчастіше це відбувалося на Правобережній Україні – Галичині, Вольні, Поділлі та в Карпатському регіоні. На Західній Україні ярмаркову торгівлю називали «гляданкою». Після ярмаркова торгівля називалася «розторжжям».

До загальних ярмаркових традицій також можна віднести ті, які безпосередньо стосуються купівлі-продажу, зокрема найпоширенішою – виставляння могорича за вдалу покупку відразу або вже після ярмаркування, це свідчення того, що угода відбулася і оскарженню не підлягає. До речі, фінансову сторону угоди тримали в таємниці, і якщо навіть питали за скільки

купив або продав відповідь була одна – «за всі гроші». У випадку шахрайства, коли ярмаркувальники ловили злодія «на гарячому» традиційно вчиняли самосуд, прив'язували крадія до стовпа, або дерева разом з поцупленим товаром, і кожен ярмаркуючий мав право шпурнути у злодюгу камінням. З кінця XVIII ст. такі самосуди були офіційно заборонені, проте владні органи свідомо закривали на це очі, крім випадків, коли на ярмарок приїздили знатні дворяни. Торговцю, якого викрили в обмані або шахрайстві, знімали шапку і кидали у натовп – цю шапку, наче м'яч, викидали за межі ярмарку – за шапкою, разом зі своїм товаром, «обманщик» був змушений покинути ярмарковий майдан.

На кожному ярмарку були свої особливі традиції, які можна віднести до місцевих. Наприклад, Дмитрівській ярмарок у Прилуках місцеві часто ще називали Сватівський, адже саме на цьому ярмарку парубки засилали старостів до майбутніх наречених, батьки домовлялися про одруження своїх дітей, інколи навіть без їх згоди, тому на Дмитрівському ярмарку, дівки на виданні не відходили від батьків, щоб без їх відома не посватали за якогось нелюба, а якщо таке і траплялося, дівки голосили (плакали) на весь ярмарок, бажаючи батьків відступитися від прийнятого рішення, і ярмаркувальники, зважаючи на дівочі ридання, також просили батьків змилитись над дівочою долею. [40]

На вересневих ярмарках на Київщині, ввечері першого ярмаркового дня, на майдані відбувався обряд «Весілля свічки» – урочисто, з піснями і танцями спалювали прикрашену ялинку або вишню. Це пов'язано з історією за часів Великого князівства Литовського, коли в Києві воєвода забороняв у вечірній і нічний час запалювати в оселях будь-який вогонь, виключно з протипожежної безпеки. Ця заборона була скасована польським королем Сигізмундом I, і на честь такої події кияни влаштовували свято. Ця традиція шанувалася аж до заборони ярмарків в Україні в кінці 20 рр. XX ст. [32].

На Лубенському ярмарку молодь у вечірній після ярмаркового часу, влаштовували переспіви. Односельці (дівчата і хлопці) гуртувалися окремо і

намагалися переспівати інші гурти. Інколи хлопці гуртувалися окремо, а дівчата окремо. В процесі співу-гри створювалася надзвичайна поліфонія, панувала неповторна піднесена атмосфера. Варто додати те, що молодь завчасно готувалася до переспівів на ярмаркових вечорницях і традиційних вуличних колодках. Таке народне ярмаркове ігрище знайшло своє продовження у сучасному арт-проекті «Битва хорів». [40]

Варто розглянути надважливу комунікативну функцію українського ярмарку, адже саме ярмарок якнайкраще органічно поєднує всі верстви суспільства в одну єдину громаду, яка існує у своєрідному темпо-ритмі та сповнена єдиною метою. Ярмарковий люд жваво обговорює всі суспільно-політичні новини, дізнається про життя країни і зарубіжжя, отримує нові знання і практику у сільськогосподарській, промисловій та в інших сферах виробничої діяльності, пізнає традиційні та освоює новітні технології у сфері народних промислів, вивчає нові пісні, освоює незнайомі танці, вслухається у ліричні поеми, дізнається про історію Батьківщини слухаючи журливі думи сліпців-кобзарів та лірників... і це ще не повний перелік того, що може отримати будь який ярмаркувальник. І найголовніше – це спілкування з рідними, близькими, друзями, а також нові знайомства, нові стосунки, нові домовленості, нові справи, обновки та нові враження, які, після ярмарку, ще довго будуть обговорюватися вдома всією родиною за вечерею або під час дозвілля та у вільний від роботи час.

Дослідник А. Скоряк вважає, що «... український ярмарок... при всьому його потужному культурному підґрунті, має ознаки субкультури. Субкультура як соціальне явище характеризується наявністю певного угруповання людей, об'єднаного тим, що кожен із його представників себе до нього зараховує (ідентифікує). Члени такої групи формують середовище безпосереднього спілкування. У цих групах були свої оригінальні звичаї, кожен носій такої групи приймав норми, цінності, картину світу, стиль життя тощо за рахунок свого існування». [30]. Очевидно, у таких субкультурних групах діє своя особлива форма спілкування і комунікація, як в середині

окремої субкультурної групи так і міжгрупова комунікативна взаємодія, мета якої, найперше – взаєморозуміння і повага, і, особливо – невтручання у внутрішню життєдіяльність іншого субкультурного середовища. Відомі ярмаркові сварки, прокльони, намовляння, інколи бійки є якраз причинними наслідками порушення міжгрупової комунікації субкультурних ярмаркових груп.

До субкультурних ярмаркових груп можна віднести: скупщиків (гуртівників) – торговців оптового краму; перекупнів (перепродах, перекупок, щетинників) – дрібних крамарів, жінок-крамарів; бубленників (бубленниць) – жінок-торговок бубликами та іншими смаколиками; баб «сидух»; їзових – найчастіше місцевих парубків, які забезпечували худобу водою; фурщиків – тогочасних перевізників усякого товару і краму, які могли, за дорученням власника, бути і продавцями; прасолів (ходебщиків, хожайників – мандрівних прасолів) – найчастіше торговців солоною рибою і м'яса, які також були оптовими скупниками пуху, пір'я, кінського волосся, воску, насіння; чумаків; козаків; місцевих купців; іноземних купців; баришників – торговців кіньми; менджунів – обмінників коней. Баришниками і менджунами на ярмарках найчастіше були цигани

Ярмарки в Україні у XIX – XX ст. поділялися на: малі (сільські); великі (повітові, губернські); контрактові (оптові) ярмарки; «красні» ярмарки. У серед. XIX ст. в Україні існували 1953 ярмарки [38], серед них був і нині широко відомий Сорочинський ярмарок.

Варто зупинитися на аналізі історії поступу Сорочинського ярмарку – сучасного флагмана ярмаркового руху в Україні, який у давні часи був пересічним малим сільським ярмарком.

У Великих Сорочинцях у XIX – на поч. XX ст. проводилось 5 ярмарків на рік, які тривали 2 – 3 дні: Василівський (на свято святого Василя – 1 січня) – 2 – 3 січня; Похвальний (на свято Похвали Пресвятої Богородиці) – п'ятниця, субота, неділя 5-го тижня Великого посту, до того ж торги у суботу і неділю проводилися після служби у церкві, ближче до обіду;

Святодухівський (на свято Святого Духа – п'ятдесят перший день після Великодня) – понеділок (після служби у церкві), вівторок, середа; Здвиженський (на Воздвиження Хреста Господнього) – 14 (після служби у церкві) – 15, інколи і 16-го вересня; Пилипівський (Святого Апостола Пилипа) – 14 (після служби у церкві) – 15 листопада [2].

Всесвітню славу Великим Сорочинцям і ярмарковим традиціям в цілому приніс земляк, майстер пера Микола Васильович Гоголь, написавши у 1829 р. повість «Сорочинський ярмарок», яка вперше вийшла у світ (була надрукована) у 1832 р. у збірці повістей «Вечори на хуторі біля Диканьки».

Серед великих повітових ярмарків варто згадати Прилуцькі ярмарки. Ярмарок у м. Прилуки вперше згадується у 1654 р., який відбувався на свято Іоанна Хрестителя – Іванівський (22 – 26 червня). У 1708 р. за сприяння Прилуцького полковника Дмитра Горленка було засновано Дмитрівський (на святого Димитрія – 24 – 28 жовтня), а вже у другій половині XIX ст. у Прилуках було 5 ярмарків на рік, які проіснували аж до повної заборони ярмаркової діяльності у 1928 р. Прилуцькі ярмарки мали спеціально облаштовані торговельні ряди і вирізнялися з поміж інших яскравою народною обрядовістю, зокрема на свято Івана-Купала і на Вербну неділю.

Серед великих повітових (міських) ярмарків варто відзначити Ніжинські. Ярмарки у м. Ніжин з середини XVII ст. проводилися тричі на рік: на Покрову (Покровський ярмарок), на Масницю (Всеїдний ярмарок) і на Трійцю (Троїцький ярмарок). Ніжинські ярмарки були переповнені цінними товарами з Туреччини, Московії, Німеччини, найбільше славилися місцеві горілчані настойки та лікери, ніжинський тютюн та огірки. Але, найголовніше є те, що саме Ніжинські ярмарки стали джерелом натхнення для Миколи Гоголя у написанні повісті «Сорочинський ярмарок», адже у період навчання у Ніжинській гімназії вищих наук князя Безбородька, Миколу Гоголя вражали колоритні Ніжинські ярмарки, повні життя і невичерпні у пошуках народних літературних сюжетів та образів. І якщо Сорочинський ярмарок започаткував відродження ярмаркового руху в

Україні у 1966 р. саме завдяки безсмертній повісті Миколи Гоголя, то Ніжинські ярмарки варто вважати джерельною основою для створення самої повісті.

Говорячи про великі губернські (міські) ярмарки, варто згадати про Іллінський ярмарок, який вирізняється серед інших ярмарків в Україні своєю історією. Починаючи з кінця XVII ст. Іллінський ярмарок проводився у місті Ромни, з 20 по 27 липня, на честь святого Іллі. Це був один з найбільших і найпопулярніших ярмарків у Російській імперії.

У 1802 р. Ромни відвідує новопризначений Полтавський генерал-губернатор Олексій Куракін. Саме тоді вперше постало питання про перенесення ярмарку в інше місце. Ініціативу переведення Іллінського ярмарку з Ромен до Полтави підтримав наступний Полтавський генерал-губернатор Аверкієв, який у 1841 р. відкрито виніс це питання на обговорення купецтву і дворянству.

Зрештою, 22 липня 1852 р. Іллінський ярмарок був переведений до Полтави за генерал-губернатора С. Кокошкіна. З цього часу Іллінський ярмарок набуває нової історії свого розвитку та розквіту, і стає одним із провідних торговельних та культурних центрів не тільки на території України, а й в Російській імперії.

Однак місто Ромни залишився впливовим торговельним центром України, адже окрім Іллінського, там проводилися великі Маслянський, Вознесенський і Михайлівський ярмарки [6].

М. Харків був центром гуртової (контрактової) торгівлі в Україні. Серед великих контрактних ярмарків у Харкові був Хрещенський ярмарок (з 6 по 26 січня), який розпочинався кінним торгом під циганські пісні, танці, гадання, примовляння і заговори, адже баришниками (продавцями коней) і менджунами (обмінниками коней) найчастіше були цигани. На цьому ярмарку можна було придбати найкращі породи домашньої худоби – корів, овець, баранів, кіз, волів та іншої живності. Троїцький ярмарок, який тривав 15 днів, на якому найбільше продавали шерсть та вовну, Успенський ярмарок

– починався 15 серпня і тривав 20 днів та Покровський, який починався 1 жовтня і тривав 17 днів.

Варто акцентувати увагу на контрактів ярмарки у Києві, а саме Хрещенський та Стрітенський, одні з найбільших і найпотужніших ярмарків в Україні.

Ярмарків в Україні у 20-29 рр. XX ст. (період НЕПу) в УРСР було 115 тис. у більш ніж 1500 населених пунктах (період НЕПу) поділялися на: місцеві (місцевого значення), обласні, республіканські, всесоюзні.

З часу введення у 20-х рр. планової економіки потреба в ярмарках на території Радянського Союзу зникає. Натомість створюються виставки досягнень народного господарства, своєрідні «радянські» прототипи ярмарків, які не мали нічого спільного з традиційним ярмаркуванням.

Ярмарковий рух в Україні розпочав своє відродження у Радянський період з часу відновлення Сорочинського ярмарку у 1966 р., який на сьогодні є найбільшим і найвідомішим ярмарковим заходом в Україні і світі, історичною пам'яткою традиційного ярмаркування в Україні, елементом нематеріальної культурної спадщини українського народу.

Ярмарки в Україні з часу Незалежності поділяються на: регіональні, міжрегіональні, загальнонаціональні, міжнародні.

Ярмарковий рух в Україні поступово починає відроджуватися, завдяки тому, що з'являється інтерес сучасного суспільства до історії та традиційної культури. Почав активно розвиватися внутрішній (фестивальний) подієвий туризм, який спонукає до розвитку інфраструктури та надання якісних послуг. Саме традиційні ярмаркові заходи в комплексі якнайкраще розкривають красу і багатство традиційної культури, пісенної, інструментальної, танцювальної, усної і т.д. На ярмарках можна посмакувати кулінарними смаколиками зі скарбниці української традиційної кухні. Виходячи з цього, саме ярмаркові заходи, можуть в собі концентрувати виставкову, фестивальну, дозвіллеву, пізнавальну та інші діяльності, та стати

осередком, платформою і основою для відродження, становлення і розвитку народної традиційної культури і мистецтва.

2.3. Ярмарковий рух в Україні як фактор розвитку театрального мистецтва у XIX ст.

Ярмарки в Україні і світі завжди мали подвійну функцію, і найголовніше – мистецьку. Святкова ярмаркова атмосфера створювалась завдяки виступам різножанрових артистів: «... Ярмарок шумів безліччю голосів. На високому помості жонглер хвацько підкидував у повітря пляшки. Його замінив мім з трагічною маскою на обличчі. Граючи роль продавця повітряних кульок, він дарував декому невидимі, але, без сумніву, справжні в його ціпких пальцях кульки. Вслід за ним вискочили два блазня у яскравих костюмах, з дрібним стуком впали кинуті ними гральні кубики. І ось вже товстий блазень бив іншого, що програв великим мішком, видаючи при ударах великий гуркіт. У натовпі посміхались. По сусідству грала шарманка. Лунали пронизливі вигуки «гадалок», які простягали мішечки з білетиками...» [32]. Так, відомий радянський театральний критик, публіцист Марк Любомудров описав театралізовану ярмаркову дію під час антракту вистави «Віндзорські жартівниці» за однойменною п'єсою Вільяма Шекспіра у Театрі імені Моссовета у 1957 р. Така театралізація створювала справжню атмосферу ярмаркового дійства, детально відтворювала повсякденне буденно-святкове життя і працю ярмаркових артистів, поневолі занурюючи глядачів – відвідувачів театру у вир ярмаркових подій.

І дійсно, традиційні ярмарки рясніли розмаїттям розваг і забав.

Ярмарки в Україні завжди мали подвійну сутність: перша – торговельна, друга – розважальна.

У XIX – на поч. XX ст. український ярмарок пропонував для своїх відвідувачів багате мистецьке розмаїття: казки для дітей, легенди та героїчні балади, думи, бабайки і пісні у виконанні чумаків, старих козаків, медярів,

сліпців-кобзарів, бандуристів, лірників; троїсті музики, співці і музиканти; артисти-акробати, артисти-силачі, жонглери та інші артисти оригінального (циркового) жанру; цілісні циркові програми у цирках-стовпчиках; лялькові театри-балагани.

Найбільшими театральними розвагами на ярмарках у губернських, інколи і у повітових містах були балагани – тимчасові будівлі для показу театральних, циркових або лялькових вистав та інших видовищ.

Театральне мистецтво зайняло визначну нішу у розвитку ярмаркового руху в Україні, і навпаки, ярмарки стали рушійною силою для становлення театральної справи. Театральні вистави у великих містах під час ярмарків, а також ярмаркові балагани були невід’ємною частиною ярмаркового торжища, які пропонували ярмаркувальникам театралізовані розваги на будь-який смак. Лялькові вистави мали найбільшу популярність, і не тільки серед малечі, дорослі з захопленням і подивом спостерігали як «нежива» лялька відтворювала справжні людські почуття. Циркове мистецтво, представлене на ярмарковому майдані, найбільше дивувало надлюдськими можливостями. Акробатичні, силові та інші циркові номери ще довго тримали в захваті глядацьку аудиторію від побаченого. Не менш популярними були комічні вистави і народні сцени, у виконанні, найчастіше учасників шкільного театру, та різних театральних труп. На малих (сільських, або поміщицьких) ярмарках поміщики давали вистави свого кріпосного театру. Ярмаркові розваги майоріли яскравими вивісками із манливими назвами та ілюстраціями окремих сцен: «Ляльковий театр», «Механічний театр – фантоші», «механічний театр – метаморфоз», «Чарівний театр», «Диво-театр фантазії», «Акробатичний, гімнастичний, пантомімний, маріонетковий і комічний театр», «Гумористичні пантоміми», «Історична пантоміма: знищення шайки бандитів відомого отамана розбійників Ринальдо Ринальдїні», «Пантеон рідкісних видовищ», «Магічно-спіритичний театр», «Царство таємниць спіритизму в зачарованому світі дива або наука людського генія», «Фокуси з салонної магії, починаючи зі східного питання і

до іспанської інквізиції» та ін.» [40]. Назви таких видовищ дійсно викликали бажання вдовольнити свою уяву, та отримати враження і естетичне задоволення.

Дослідниця В. Юрченко, у своїй науковій праці про ярмаркову культуру, описує звичайну трупу народних акторів «Постійними працівниками були клоун, гімназист, тимчасово запрошений гімназист, тимчасово граюча швачка, учень та учениця, які мали вчитися до 6 років. Прислуги працювали три людини – чоботар, швець та сторож. У трупі були також навчений кінь та собака. Протягом року трупа відвідувала 12 – 15 ярмарків, зупиняючись у кожному місці на тиждень. На рік виходило 80- 100 робочих днів, на день вони давали від 6 до 12 вистав. Увесь репертуар трупи складався з однієї народної сцени та однієї пантоміми, у тому числі включаючи гімнастичні вправи» [40]. Таких народних театрів в Україні, на поч. ХІХ ст. налічувалось до 30-ти, а вже з 40 рр. ХІХ ст., їх кількість значно зростає. Приблизно більше ста народних театральних мандрівних труп, існувало в Україні у 80-х рр. ХІХ ст. Їх у «професійному» театральному середовищі з середини ХІХ ст. називали «дикими театрами». Ця назва й на сьогодні зустрічається у відношенні до приватних театрів антрепризи, особливо лялькових вистав. Такі народні театри мали свою аудиторію, здебільшого міське і сільське населення. Але до таких «диких театрів» була прикута увага власників та керівників професійних театральних труп, які «полювали» на виконавців, запрошували талановитих «народних» (артистів з народу) артистів до служіння у своїх театрах.

Народні сцени, в своїй основі відображали конфлікти соціального характеру та суспільної нерівності. Найчастіше героями таких народних сцен були: найманий працівник і господар, селянин і поміщик, кріпак і пан, кріпак і міщанка, мирянин і духовник. Постановок на політичну тематику, які б мали за мету «осквернити імператорське самодержавство» не зустрічається. В цьому питанні варто зупинитися на цензурній діяльності в Україні, адже будь-який літературний і сценічний матеріал проходив цензурні дозвільні

процедури, це стосувалось навіть репертуару народних театрів. Авторами п'єс для народних театрів були, як правило, самі організатори або власники таких пересувних театрів.

З 1828 р. на території України, що входила до складу Російської імперії, були створені місцеві цензурні комітети, при губернських земських управах, які підпорядковувалися Головному Управлінню Цензури в Петербурзі. З 1863 р. набувають більш жорсткіші цензурні правила, адже, відповідно до циркуляра міністра внутрішніх справ П. Валуєва, були заборонені до видання книги українською мовою духовного змісту, шкільні підручники та твори народного вжитку. Ярмаркові балагани потрапляють під особливий нагляд поліції. З часом, у 1875 р. створюється спеціальна Комісія на чолі з міністром внутрішніх справ, з метою віднаходження засобів боротьби з українофобською діяльністю, результатом якої став Емський указ, виданий 8 травня 1876 р., який мав катастрофічні наслідки для розвитку українського театального мистецтва і всієї української культури в цілому. По суті Емський указ пригальмував процеси становлення української театальної справи і мистецтва на десятки років, навіть більше, змусив опуститися на рівень примітивності, малодосвідченості, формалізму та мистецького непотрібу. Дійшло до абсурду навіть заборона співати народні пісні на ярмаркових видовищах, вимагалось їх виконання виключно у перекладі на російську. І завдяки клопотанню українського композитора М. Лисенка, за підтримки Київського і Харківського генерал-губернаторів, у 1881 р. вдалося частково зняти заборону, зокрема: дозволявся друк нот і тексту під ними українською мовою, а також друк українських сценічних вистав. Це часткове зняття заборон, було як свіже повітря для народних театрів, основою для яких була саме українська мова. Але, нажаль, їх якість і мистецька цінність бажали знати кращого. Ці п'єси, а також акторська майстерність виконавців народних театрів, для розвитку українського театального мистецтва не є чимось знаковим, окрім того, що саме такі театри є важливим елементом розвитку саме театальної справи – організаційної, і що найважливіше

гастрольної діяльності, а також мали важливу функцію для розвитку дозвілєвої діяльності та фестивального руху. Адже участь декількох театральних труп народних театрів, існуючих на той час професійних театральних труп, лялькових театрів, видовищно-циркових колективів, створювали на ярмарках справжнє мистецьке свято.

У 60-х рр. XIX ст. майже на всіх великих ярмарках в Україні виступали театральні трупи. Український театр активно розвивається у цей період, хоча рівень виконавської майстерності і художня цінність драматургічного матеріалу не були досконалыми. Ярмарковий рух сприяв розвитку професійного театального мистецтва у великих містах та окремих регіонів України, зокрема Слобожанщини, Наддніпрянщини, Приазов'я, Причорномор'я та Західної України.

Якщо брати до ваги Наддніпрянщину (центральну Україну) то варто зупинитися на великих торгівельних центрах, якими були Ромни, Полтава, Катеринослав (сучасне м. Дніпро) та Єлисаветград (Сучасне м. Кропивницький).

На Іллінському ярмарку в Ромнах, а потім після перенесення ярмарку до Полтави, для дворянства і панства давалися вистави у виконанні заїжджих акторів, у тому числі і трупи Харківського вільного театру, згодом театральної трупи І. Штейна та Петровського

Трупа Полтавського вільного театру (1808 – 1812 рр.) під керівництвом Й. Калиновського постійно займалася гастрольною діяльністю саме під час великих ярмарків у місті Кременчук, у Ромнах, Харкові, Катеринославі, Чернігові. Генерал-губернатор, князь Микола Григорович Рєпнін у 1818 р. запрошує до Полтави частину Харківської трупи Івана Федоровича Штейна, таким чином з 1818 по 1821 р. відновлює свою роботу Полтавський вільний театр, директорами якого стають – Іван Котляревський та Олексій Імберг, режисером – Петро Барсов, помічником режисера і актором – Михайло Щепкін. 22 липня 1819 р. на сцені Полтавського вільного театру сталася історична подія – вперше на світ вийшла опера «Наталка Полтавка» Івана

Котляревського. Було створено перший драматичний твір нової української літератури, за висловом Івана Карпенка-Карого «Наталка Полтавка» стала праматір'ю українського народного театру».

Трупа Полтавського вільного театру активно гастролювала по великих повітових і губернських містах саме під час ярмаркових дійств. Крім того, актори отримували додаткові кошти «казенні подорожні для роз'їздів по ярмарках» у межах Полтавської губернії. Полтавський вільний театр проіснував до 1821 р., у результаті скрутного фінансового становища був закритий.

22 липня 1852 р. за ініціативи генерал-губернатора Сергія Олександровича Кокошкіна, у зв'язку з перенесенням Іллінського ярмарку з Ромнів до Полтави, інженер-підполковником, директором Харківської театральної трупи Петровським у Полтаві було споруджено великий дерев'яний театр у міському саду на Інститутській вулиці. Театральна трупа Петровського відкривала цей театр виставами: «Купець Іголкін, або російська людина добро пам'ятає», «Російська бояриня», «Дочка другого полку». Ця будівля проіснувала до 1882-го р., і була знесена по причині аварійності.

У 20 – 40 рр. XIX ст. формуються театральні трупи І. Дрейга, Л. Мютковського, І. Штейна, В. Виноградова, в репертуарі яких були п'єси Д. Дмитренка, Г. Квітки-Основ'яненка, І. Котляревського, і які активно займались гастрольною діяльністю, і що найголовніше, вибудовували свою гастрольну діяльність, спираючись на проведення великих ярмарків. Тож, ярмарковий рух, був фактором формування гастрольної діяльності на теренах України, адже ярмарки завжди збирали велику кількість люду всіх верств населення, які крім торгівельної діяльності, воліли отримати і емоційно-естетичні враження, які міг задовольнити театр. На вистави до театру в ярмаркові дні потрапити було не просто, так як вхідні квитки завчасно були заброньовані, найперше для дворянської знаті та купецьких гільдій. Для простих містян, а тим паче селянського населення в глядацькій залі театру

були відведені окремі місця. Варто наголосити, що для селянської знаті, яка могла заплатити не малі кошти за перегляд тої чи іншої вистави, похід до театру було справжнім святом, визначною подією в житті. Таких людей, серед сільського населення особливо шанували, бо не кожний міг побачити «таке диво». Іван Котляревський в опері «Наталка Полтавка» влучно описав актуальне на початок XIX ст. відношення до театру, де Петро на запитання Виборного розповідає, що таке театр:

«В ы б о р н ы й. А що се таке театр, город чи містечко?

П е т р о. Ні, се не город і не містечко, а в городі вистроєний великий будинок. Туда ввечері з'їжджаються пани і сходяться всякі люди, хто заплатити може, і дивляться на комедію.

В ы б о р н ы й. На комедію (знак удивлення.) Ти ж бачив, пане брате, сю комедію, яка вона?

П е т р о. І не раз бачив. Се таке диво — як побачиш раз, то і вдруге схочеться...» (І. Котляревський «Наталка Полтавка»).

У місті Катеринослав на Петропавлівському ярмарку працювала театральна трупа Жураховського, одна з найкращих видовищна розвага для ярмаркового люду.

У Приазов'ї, зокрема у місті Маріуполь, починаючи з 40-х рр. XIX ст., на Успенський ярмарок приїздили мандрівні театральні трупи, серед яких трупа В. Виноградова, який з часом став актором Олександрінського театру у Петербурзі. Першим театральним приміщенням у місті стала кам'яна комора купця М. Логофетова. У Маріуполі, для ярмаркового люду ставили твори М. Гоголя, І. Шиллера, О. Грибоєдова, В. Шекспіра. З часом, маріупольський купець Н. Попов створив «Храм музи Мельпомени», перебудувавши власну дерев'яну комору на театральне приміщення, ці сценою та оркестровою ложою, але ця зала могла вмістити лише до 40 глядачів.

У 1868 р. у Маріуполі одночасно працюють дві театральні трупи – Міодушевського та Пілоні. Для показу театральних вистав трупи Міодушевського, місцевий купець В. Айналов, надав власну торговельну

комору, заздалегідь переобладнану під театральну залу. Нажаль, по від'їзду трупи Міодушевського, В. Айналов на місці вже переобладнаного театру повернувся до своїх купецьких справ, побудувавши на цьому ж місці нові торговельні ряди. А вже у 1877 у Маріуполі було побудовано нове театральне приміщення, в якому діяла вже професійна театральна трупа під творчим керівництвом місцевого купця В. Шаповалова, який, після 10 років творчої театральної діяльності назавжди залишив свої торговельні справи, побудувавши у 1887 р. «Концертну залу» на 800 місць, і в повній мірі віддався театральному мистецтву. У 1884 р. маріупольський громадський діяч Е. Батієвський створює у місті «Маріупольське драматично-музичне товариство», яке відіграло значну роль у розвитку театального мистецтва як в Приазов'ї так і в Україні в цілому.

Одним з найбільших центрів ярмаркової торгівлі в Україні і в Російській імперії було місто Харків. Звична річ, що економічний розвиток давав поштовх розвитку і театральному мистецтву. Харківський вільний театр у період свого існування з 1789 по 1796 рр. давав вистави для купців і дворян під час ярмаркування у Харкові, які завчасно готували для ярмаркового люду. Репертуар театру складався з комічних опер, а також російської класицистичної драми. Постійної театральної трупи у Харкові не було до 1834 р. До цього часу у Харкові виступали різні гастрольні театри. На Миколаївській площі був побудований тимчасовий балаган, в якому показували вистави лише під час ярмаркової торгівлі. З часом на цьому ж місці був побудований стаціонарний «театр Шредера». Свою «народну» назву театр отримав від прізвища посадовця, який у місті відповідав за театральну справу. З 1813 р. у Харкові активно діяла трупа І. Калиновського. У 1916 р. І. Штейн разом з І. Калиновським будують нове театральне приміщення, в народі його називали «дров'яний», так як біля цього приміщення знаходилось місце продажу дров. Але не дивлячись на наявність стаціонарного приміщення обидві трупи активно гастролують, дають свої

вистави в інших містах, саме в період проведення великих ярмарків, таким чином отримують збори для забезпечення діяльності своїх театрів.

Належної шани за створення Харківського професійного театру заслуговує Л. Млотковський, який, власне, з 1834 по 1843 рр. був його організатором і творчим керівником. Саме завдяки клопотанню Л. Млотковського у Харкові у 1841 р. було побудовано спеціальне театральне приміщення на 1020 місць, і саме він очолював його творчу діяльність, хоча формально директором Харківського театру було призначено графа О. Генрдікова. Нажаль, творча діяльність Л. Млотковського у новому театрі була недовгою, через певні труднощі і розбіжності з губернською і міською владою, він продовжив свою театральну справу у місті Орел.

З часом Харків стає торговельним і промисловим центром, це належним чином позначилось і на розвиток театального мистецтва, яке зосередилось і місті. Сюди приїздили найкращі театральні трупи України і Російської імперії, тут виступали найкращі актори і оперні солісти.

Захоплення театральним мистецтвом серед прогресивного купецького середовища, які були безпосередніми організаторами або учасниками ярмаркових торжищ, спонукало до розвитку меценатства. Значні кошти виділялися на організацію театальної справи, придбання необхідних матеріалів для постановочного процесу, побудову (перебудову) своїх власних приміщень під глядацьку залу тощо. Зокрема, у 1890 р. Харківська купецька громада передає своє приміщення для оперного театру, крім того виділили кошти на прибудову сценічної частина та облаштування глядацької зали у стилі французького ренесансу, нині це будівля сучасної Харківської обласної філармонії. Тому, очевидно, що ярмарковий рух є важливим фактором розвитку театального мистецтва в Україні.

Театральне мистецтво на Західній Україні має інший шлях розвитку. Значний вплив мали театральні практики польських та німецьких театральних труп, які постійно гастролювали на Галицьких землях, виступаючи, відповідно, на німецькій і польській мовах під час проведення

великих ярмаркових торжищ. Центрами ярмаркової торгівлі були: м. Станислав (суч. Івано-Франківськ) – «шерстяна столиця», тут гуцули продавали овечу шерсть, найчастіше вірменам; м. Стрий – солеварний центр; Львівський контрактний ярмарок у м. Львів, хоча на початку XIX ст. цей ярмарок почав занепадати, а згодом взагалі перестав існувати; м. Броди – осередок торгівлі між Австрією і Росією та інші міста.

Ярмаркова культура Галичини набуває європейського забарвлення. З 1772 р, коли Галичина стала частиною Австрійської імперії, а згодом і Буковина у 1775 р., ярмаркові видовища під час торжища розміщувались у центральній частині міста, найчастіше біля міської ратуші, на відміну від Лівобережної України, де ярмаркова торгівля зазвичай виносилась за межі населеного пункту.

Ще однією відмінністю західноукраїнських земель від Лівобережжя полягало в релігійному питанні, адже за історичних обставин Київська митрополія Константинопольської православної церкви з 1686 р. перейшла під «опіку» Московського патріархату, тому панівною релігією на українських землях у складі Російської імперії було православ'я (Московський патріархат). На Правобережжі була зовсім інша ситуація, існувало відразу три основних релігійних громад: католицька – яка була поширена з часу приєднання до Речі Посполитої; уніатська (греко-католицька) – створена у 1596 р. згідно Берестейської унії; православна – віряни православної церкви Московського патріархату. Крім того, існували великі вірменська та іудейська релігійні громади. Кожна релігійна громада мала свої шкільні (церковні) театри, в яких створювали релігійну драму, через яку поширювали і популяризували відповідно свої догми і релігійні вчення. І що найголовніше, всі ці релігійні об'єднання в одному регіоні мали, більш-менш, конструктивний діалог між собою, не дивлячись на панівне становище католицизму, а з часом і греко-католицького віросповідання.

Шкільна драма мала велику популярність серед ярмаркового люду, зокрема: «Весілля на Русі» («Руськоє весіле») Й. Лозинського – сценічне

етнографічне дійство відтворення весільних традицій, інтермедії М. Довгалевського – «Ярмарок», «Коміческоє дійствіє на Рождество Христове», «Вибір рабина», «Жид з русином» та ін.

Велику роль у становленні і розвитку театрального мистецтва Галичини відіграли Львівська духовна семінарія, Духовна семінарія у Перемишлі, літературна група «Руська трійця». Створюється репертуарна база, та адаптується (переписується) вже існуюча драматургія, наприклад оперу І. Котляревського «Наталка Полтавка» І. Озаркевич підлаштував під життя, культуру і мову Покутського регіону, давши нову назву «Дівка на виданню, або На милованне нема силування». І. Франко висловив своє враження, щодо перероблених творів: «І. Озаркевичеві хотілося подати Котляревського галичанам не в оригіналі, а в підгірськیم киптарі». Унаслідок цього «Дівка на виданню, або На милованне нема силування» не могла вважатися твором І. Котляревського, а мала свого автора – Івана Озаркевича (за І. Котляревським). Таке ж можна сказати й про «Жовніра-чарівника». П'єса «Дівка на виданню, або На милованне нема силування», й на сьогодні ще й досі є популярною, та є в репертуарах професійних театрів Західної України.

Висновки до розділу 2

1. Ярмарок є суспільно-культурним явищем, тому детально досліджено історичний процес розвитку ярмаркового руху в Україні в розрізі суспільно-політичних процесів, економічного та культурного розвитку відповідних історичних епох. Увага найперше акцентувалась на культурно-мистецькій складовій ярмаркових торжищ. Визначено, що у часи середньовічної княжої держави Київська Русь основою ярмаркових видовищ були артисти-ігреці: гудець, півець, плясець, сопільник, свирець (свирільник), трубник. З часом, у період роздробленості Русі, на перший план ярмаркового балагану виходять професійні артисти – скоморохи та шпільмани вийшли за межі княжого театру, і стають найбажанішими гостями на будь-якому ярмарковому торжищі. Їх артистична професійність визначається постійною зайнятістю над удосконаленням виконавської майстерності і створенням сценічних видовищ. З розвитком суспільно-історичних процесів змінюється і мистецька складова ярмаркових дійств, наприклад, за часів входження українських земель до складу Речі Посполитої на перший план масової культури виходять містерії, згодом на теренах України з'являються вертепи, які особливо шанувалися на «красних» (великодніх та різдвяних).

2. Досліджено участь козаків у ярмарковій торгівлі, а також їх значення у розвитку культурно-мистецької спадщини, як в ярмарковому русі так і для національної культури в цілому. Нажаль, більшість історичних джерел про козацьку добу, життя і побут козаків, а найголовніше – їх культуру, були знищені за доби входження українських земель до складу Російської імперії, та радянських часів. Особливо мало відомостей про козацьку барокову (старшинську) культуру, яка, за свідченнями різних історичних джерел, особливо вирізнялась своєю самобутністю і оригінальністю. Особливо це стосується старшинських балів, весільної обрядовості, музичної і танцювальної культури, яка безпосередньо мала відношення до ярмаркової культури.

3. Акцентована чумацька культура та кобзарське мистецтво, які були основою мистецької складової ярмаркового руху з XVII – до середини XIX ст. З розвитком українського соціокультурного середовища, саме на ярмаркових торжищах, для всіх суспільних станів, набирає популярності театральне мистецтво. Йдуть пошуки напрямків сценічної виразності, це виявляється у репертуарних пропозиціях на великих ярмарках від різних гастрольних театральних труп, але особливої популярності з середини XIX ст. набуває народна драма.

4. Буремні революційні часи 17 – 21 рр. XX ст. повертають цікавість та особливу увагу і шану ярмаркового люду до сліпців-кобзарів та лірників – «будителів національного духу», які зрештою стали ворогами радянської влади. В кінці 20-х рр. кобзарі та лірники, які лишилися живими, після неодноразової зачистки «класових ворогів», були змушені переформатувати своє мистецтво під вимоги комуністичної партійної ідеології.

5. Визначено первинний етап відродження ярмаркового руху в Україні, який починається з відродження Сорочинського ярмарку у 1966 р., який, від звичної виставки досягнень народного господарства мав насичену мистецьку складову, яка мала в своїй основі українське традиційне мистецтво.

6. Сучасний етап відродження ярмаркового руху в Україні спричинений відновленням її Незалежності. Йде активне дослідження минувшини українського народу, де ярмарковий рух займав особливе місце. Поступово починається відродження історичних ярмарків, які існували в Україні до кінця 30-х рр. XX ст. Разом з ярмарковими торжищами активно розвивається фестивальний рух, який є невід'ємною частиною будь-якого сучасного ярмаркового заходу.

РОЗДІЛ 3

МИСТЕЦЬКА ПРАКТИКА СУЧАСНИХ ЯРМАРКОВИХ ЗАХОДІВ

3.1. Ярмаркові розважально-ігрові програми

Розглядаючи ярмарок як народне свято, не можна оминати індустрію розваг, зокрема ярмаркові розважально-ігрові програми. Як правило, на традиційних ярмарках в Україні розважально-ігрові програми мають народно-обрядове спрямування, мета яких створити атмосферу народного свята.

Традиційні українські народні ігри мають прадавню історію, і пов'язані з дохристиянською обрядовістю, які з часом не втратили своєї актуальності, навпаки, і до нині є популярними. До таких ігор можна віднести: хороводи, довга лоза, перепілка (веснянки, гаївки, купайло та ін.); кусання калити (Андріївські вечорниці); перетягування линви, швайка, тісна баба, скраклі, хрещик, журавель, дзвін (молодіжні гуляння, вечорниці, колодка) та багато інших.

З глибокої давнини і до цього часу традиційними ярмарковими розвагами для парубків є ігри спортивного спрямування: дістатися до вершини стовпа, стріляння з луку, перетягування линви, стіна, кінь; для дівчат: струмок, журавель, ціп, скрутка, крім того дівчата традиційно плели вінки, прикрашаючи їх стрічками та іншим оздобленням, прикрашали мариноньку (гілля вишні, сосни, ялини) і не тільки на купайла, а й на інші свята і великі вечорниці, зокрема і ярмаркові.

Розважально-ігрові програми на ярмаркових торжищах можна умовно розділити на декілька категорій: ігрові програми спортивного спрямування («Козацькі розваги» мають у своїй основі естафетне спрямування, наприклад: дві команди наповнюють відрами діжку з водою, або повинні втриматись на «коні» (дерев'яній колоді), зваливши свого суперника і т. д.); пізнавальні

ігрові програми («Котилася торба з великого горба», яка розкриває історію традиційної української торби, процес її виготовлення, час і місце її використання та іншу цікаву інформацію); ігрові програми для дітей («Казковий світ» – за мотивами українських народних казок, програма передбачає масові музичні ігри, рухливі ігри, ігри з реквізитом, вікторини тощо); тематичні розважально-ігрові програми («Свято сала», «Свято меду», «Свято гарбуза», «Свято галушки», «Одруження вареника з галушкою»); вікторини.

Найперше, під час організації та формування ярмаркової розважальної програми, організаторам необхідно визначитись з ідейним спрямуванням майбутнього заходу. Ярмаркові торжища мають свою історичну спадщину, яка спирається на традиційну народну культуру і мистецтво, тож, спираючись на це, організатор має поставити на меті, або акцентувати увагу на відродженні певної народної обрядовості, наприклад весільної, це найбільш доречніше під час проведення осінніх ярмарків, вертепного мистецтва – під час різдвяних та великодніх ярмарків, весняної обрядовості, купальської обрядовості на літніх ярмарках, або зробити майбутній ярмарок святом народного пісенного, танцювального або інструментального мистецтв. Набуває популярності кобзарський рух, який може стати основою ярмаркової мистецької програми, варті уваги і мистецькі проєкти з широким залученням дитячих творчих колективів, колективів національних меншин (народностей) в Україні і зарубіжжя.

Маючи ідейне мистецьке спрямування, необхідно передбачити програму інтерактивних заходів із найширшим залученням глядацької ярмаркової аудиторії. Наприклад, якщо організатор ярмаркового торжища бере за основу відродження і популяризацію народно-побутового хореографічного мистецтва, то, відповідно, ігрові та різноманітні інтерактивні програми мають відповідати цільовому направленню – пізнання та вивчення історії народно-побутового танцю, його основ, характеристик, видів і застосування. Ігрова та розважальна форма, якнайкраще зможе

донести ідейні цілі мистецького ярмаркового свята, стати родзинкою культурно-мистецької програми ярмаркового торжища.

Для прикладу можна навести ігрові програми на Національному Сорочинському ярмарку, які підкреслюють тематику кожного ярмаркового дня та його ідейно-мистецьке спрямування: 19 серпня – в Україні відзначають релігійне свято Преображення Господнього, яке в народі називається яблуневий, або найчастіше яблучний Спас, тому розважально-ігрові програми мають відповідно тематичну направленість: «Спасова торбина запрошує на гостину!», «Зав'єм вінки на всі святки», «Спасівка». Наступний день присвячений меду і пасічництву, відповідно проводяться тематичні розважальні заходи: «Свято меду», «Кума з кумою мед куштували та гостей пригощали»; «Мед-фест».

Розробляючи тематику і спрямування інтерактивних заходів і програм, організатори найперше стикаються з проблематикою у пошуку безпосередніх виконавців, які в подальшому будуть безпосередньо реалізовувати мистецькі цілі.

В Україні, на сьогодні, досить розвинута індустрія розваг, яка може бути залучена організаторами ярмаркових торжищ для проведення найрізноманітніших форм і програм інтерактивного спрямування. Наприклад свої творчі послуги в організації і проведенні дозвілєвої діяльності надають Палади культури, мистецтва і дозвілля, будинки культури і творчості всіх форм власності і підпорядкування, які мають відповідну матеріальну базу, професійні кадри і можливості для розробки та реалізації ігрових заходів на ярмаркових торжищах, крім того мають потужні творчі можливості – мистецькі колективи, окремі виконавці, які можуть бути залучені до участі у ігрових програмах.

Крім того, існує широка мережа великих розважально-пізнавальних дозвілєвих центрів, такі як – «Парк Київська Русь» (с. Копачів, Київська обл.), який пропонує свої послуги в організації і проведенні боїв у лицарських обладунках для всіх вікових категорій, виступи кінного театру,

джигітовка, катання на конях, стрільба з луку, найрізноманітніші тематичні ігрові програми народного та історичного спрямування, майстер-класи, виступи артистів-аніматорів; кінний театр «Запорозькі козаки» (м. Запоріжжя), які пропонують кінно-спортивні видовищні програми та майстер-класи з джигітовки, верхової їзди, козацького бою та основ бойового гопака, широко пропагують козацьку культуру і побут. Видовищні вогняні шоу (фаєр-шоу) на будь-який смак із акробатичними та хореографічними номерами пропонує широка мережа індустрії розваг в Україні: театри вогню «INDIGO», «Infinity-Fire», «Fire-Dans» та багато інших. Такі видовища стануть окрасою будь-якого ярмаркового торжища, крім того, ярмаркувальники особисто мають змогу спробувати свої сили і уміння, прийнявши безпосередню участь у таких заходах.

Приватні структури дозвілєвої діяльності також варті уваги при розробці ярмаркової мистецької програми, найчастіше, такі «творчі об'єднання» (ФОПи) надають послуги організації розваг і дозвілля для дитячої аудиторії.

3.2. Фольклорні фестивалі на сучасних ярмаркових заходах

Аналізуючи сучасні мистецькі фестивалі в Україні і світі, їх форму організації і проведення, можна впевнено стверджувати, що саме ярмарок і був прадавнім прототипом, першоджерельною основою сучасного фестивального руху. Мистецьке розмаїття, яке завжди було окрасою будь-якого ярмарку, у різні часи було представлене різними жанрами, формами і виконавцями: думи, балади, псалми, перекази, казки від мандруючих кобзарів та лірників, не менш цікавий фольклор та забави від чумаків та козаків, народні обрядові дійства, театральні, лялькові та циркові вистави, містерії, молодіжні забави. І все це ярмаркове дійство відбувалося у супроводі народних пісень.

Все це з часом перейняв сучасний фестивальний рух.

Фольклорні фестивалі в Україні мають важливу місію – зберегти та популяризувати фольклорну спадщину українського народу. Фольклорне мистецтво є ідентифікатором національної культури, яке на сьогодні, переживає надскрутні часи, адже переривається зв'язок поколінь, носії фольклорного мистецтва – старше покоління, не можуть передати свою мистецьку спадщину, через не цікавість до неї сучасників, таким чином, традиційні пісні, обрядові дійства та звичаї з часом можуть стати музейним архівом. Тому, фольклорні фестивалі в Україні, мають стати платформою для відродження і примноження традиційного народного мистецтва.

На «красні» ярмарки, у переддень, або після Різдва та Великодня, у більшості обласних міст і в столиці влаштовуються фестивалі, відповідно Різдвяної та Великодньої обрядовості.

Окрасою будь-якого фольклорного фестивалю є ярмарок майстрів народної творчості, на якому широко представлені сорочки-вишиванки, рушники, килими, гобелени, найрізноманітніша кераміка – миски, горщики, глечики, свистунці, тарелі та багато інших витворів майстрів-керамістів. Велику популярність мають ляльки-мотанки та всілякі родинні обереги. Вироби з дерева, хутра та шкіри привертають увагу своєю виразністю, практичністю і витонченою роботою. І це лише сота доля, що можуть презентувати майстри на таких ярмарках, які доповнюють фольклорне фестивалеве дійство. І навпаки, фольклорний фестиваль може бути компонентом ярмаркової торгівлі майстрів, але зрозуміло одне, що разом воєдино вони створюють свято народної творчості.

Дуже важливо розглядати фольклорний фестиваль комплексно, і найперше варто акцентувати увагу на мистецьку програму такого фестивалю, її учасників, склад журі – за умови конкурсного змагання, урочисте відкриття і закриття фестивалю, концертні виступи або майстер-клас знаних виконавців. Щодо майстер-класів – то вони є влучним доповненням будь-якого фольклорного фестивалю, відвідувачі якого зможуть опанувати, або принаймні спробувати проявити свої здібності і майстерність у виготовленні

того чи іншого виробу, того ж самого горщика, або спробувати вишити певний узор різними техніками, відчувати всю складність ковальського мистецтва і т.д. Дуже важливою, для будь-якого фестивалю – зона відпочинку, і найголовніше, його художньо-тематичне оформлення, яке є важливим компонентом для створення певної атмосфери фестивального свята. Якщо це фольклорне дійство, то і оформлення має бути відповідним. Сучасний етно-дизайн може запропонувати художнє вирішення заходів будь-якої складності і для будь-яких потреб.

Зона харчування на фестивальных дійствах повинна заслуговувати особливу увагу. Окрім того, що представлена кухня повинна бути відповідною до формату фестивалю, то вона, найперше і найголовніше, – повинна бути безпечною. Дотримання і забезпечення санітарно-гігієнічних вимог для організаторів фестивалю, це найважливіше питання, яке повинно бути вирішене якнайкраще, як в приготуванні їжі, так і в організації фестивальної, ярмаркової та інших форм дозвілєвої діяльності.

Організація і проведення сучасних фольклорних фестивалів, на ярмаркових заходах зокрема, регламентуються відповідним Наказом №82 Міністерства культури України від 05.12.2011 р. [[https](https://zakon.rada.gov.ua/rada/doc/ministry/58672)], в який затверджує Порядок організації і проведення фестивалів аматорського (фольклорного) мистецтва в Україні.

Відповідно до цього Порядку, фольклорні фестивалі за статусом можуть бути: міські; обласні; регіональні; всеукраїнські; міжнародні.

Завданнями фестивалю фольклорного мистецтва (аматорського) є:

- сприяння культурно-духовному розвитку населення України;
- збереження і популяризація народних традицій, звичаїв та обрядів;
- відродження традиційної культури;
- популяризація аматорського мистецтва;
- всебічний розвиток і поширення української мови у всіх сферах суспільного життя;

- підвищення професійної майстерності аматорських творчих колективів та окремих виконавців;
- вивчення етнічних особливостей регіонів України та їх фольклорної спадщини;
- обмін досвідом роботи між творчими колективами;
- презентація та популяризація культури й культурних традицій народів різних країн;
- обмін досвідом роботи колективів, налагодження творчих та наукових контактів на взаємовигідних умовах;
- пропаганда культурних набутків української діаспори, зміцнення культурних зв'язків з українцями іноземних держав;
- забезпечення культурних обмінів у всьому світі в інтересах взаємоповаги культур світу.

Аналізуючи сучасні фестивалі фольклорного мистецтва на ярмарково-торговельних заходах в Україні, варто акцентувати увагу на Всеукраїнському Фестивалі народної творчості «ЯРМАРИНКА» на Національному Сорочинському ярмарку. Ще з 1966 р. на Сорочинському ярмарку відбувалися огляди художньої самодіяльності декількох районів Полтавської області, найближчих до місця проведення Сорочинського ярмарку – Миргородського, Шишацького, Гадяцького. Крім того, з концертними програмами виступали творчі колективи Полтавської обласної філармонії. Та найулюбленішим дійством на Сорочинському ярмарку були вистави «Сорочинський ярмарок» та «Наталка Полтавка» Полтавського обласного музично-драматичного театру ім. М. Гоголя. З часом, охочих прийняти участь в огляді художньої самодіяльності на Сорочинському ярмарку ставало дедалі більше, і не тільки на Полтавщині. Вже в кінці 80-х рр. Сорочинський ярмарок став «фестивальним» центром народного фольклорно-аматорського мистецтва в Україні. Того часу про фестиваль, як форму організації мистецького заходу, мови не йшлося, хоча по суті, Сорочинський ярмарок,

давно перейняв саме фестивальні принципи і основи у своїй культурно-мистецькій програмі.

Початком створення Фестивалю народної творчості на Національному Сорочинському ярмарку варто вважати 1999 р., коли Сорочинський ярмарок набув статусу Національного. Першим режисером, фундатором Фестивалю і керівником режисерсько-постановчої групи став заслужений діяч мистецтв України, народний артист України, міністр культури і туризму України (2007-2010 рр.), нині генеральний директор-художній керівник Львівського національного театру опери та балету В. Вовкун.

Довгі роки режисером Національного Сорочинського ярмарку був заслужений артист України В. Любанський.

18 років поспіль керівником творчої частини, а згодом і режисером Національного Сорочинського ярмарку був заслужений артист України О. Любченко.

У 2017 р. Фестиваль народної творчості на Національному Сорочинському ярмарку отримав офіційну назву – «ЯРМАРИНКА» та логотип – пташка, вбрана у стилізований український національний одяг, у квітчастому віночку зі стрічками блакитного, червоного, зеленого кольорів, та намистом червоного та зеленого кольорів. У цьому ж році відбулась апробація нового Положення про Фестиваль. А вже у 2018 р. Фестиваль народної творчості «ЯРМАРИНКА», відповідно до Наказу Департаменту культури і туризму Полтавської ОДА за погодженням Міністерства культури і туризму України, отримав статус Всеукраїнського, хоча, відповідно до Порядку організації і проведення фестивалів аматорського (фольклорного) мистецтва в Україні, Фестиваль «ЯРМАРИНКА» відповідає статусу Міжнародного, так як учасниками цього фестивального дійства є численна кількість творчих колективів та окремих виконавців з близького та далекого зарубіжжя.

Складовими Всеукраїнського Фестивалю народної творчості «ЯРМАРИНКА» є: конкурсна програма Фестивалю народної творчості

«ЯРМАРИНКА»; конкурсна програма Фестивалю дитячої творчості «ЯРМАРИНОЧКА»; Фестиваль гумору «Сміємося разом з Гоголем»; Фестиваль обрядового дійства «Українське весілля»; концертні програми учасників Фестивалю; Фестиваль кобзарського мистецтва «Кобзаграй»; Фестиваль троїстих музик; Всеукраїнський художньо-мистецький пленер художників.

Фестиваль, свого роду свято мистецтва, яке інколи будується на основі певної змагальної системи – хто кращий. В деяких фестивалях, у фольклорних в тому числі, є конкурсна програма, в якій, за умовами положення, на конкурсній основі за рішенням журі визначаються переможці фестивалю, які нагороджуються дипломами учасника та дипломами лауреата фестивалю III-го, II-го і I-го ступенів (або премій). Найголовнішою нагородою, як правило, є диплом лауреата (премії) гран-прі. Не дивлячись на конкурсне змагання, сам фестиваль у своїй основі є переважно мистецьким святом ніж конкурсом, краще сказати – універсальним культурно-мистецьким дійством, святково піднесеним, гармонійним, що вирізняється свободою творчості у всіх своїх проявах.

Фестиваль – явище поліфункціональне, має ознаки масового свята. Виходячи з цього, можна окреслити наступні функції фестивалю: популяризаторську; просвітницьку; виховну; комунікативну; навчальну; науково-аналітичну; дозвілльєву; економічну.

Узагальнивши всі ці функції, можемо сказати, що фестиваль, як форма культурно-мистецького продукту, виконує важливу роботу для розвитку суспільно-культурного середовища. Фестиваль дає змогу ознайомитися з творчими досягненнями, як окремих колективів так і регіонів в цілому, дає можливість відслідкувати нові тенденції у культурно-мистецькій галузі, відкрити як для себе так і для суспільства імена нових виконавців, нові мистецькі пошуки і напрямки. Фестивальна діяльність також спрямована на саморозвиток і пізнання нового, відмінно виконує навчальну функцію. Наукове бачення проблематики культурно-мистецької галузі широко

обговорюються на конференціях, круглих столах, семінарах – які сьогодні стали невід’ємною частиною фестивальних заходів. Економічна функція фестивалю забезпечується якісною розбудовою інфраструктури та туристичного бізнесу, та інших сфер обслуговування. І, найголовніше, фестиваль є дозвілєвим дійством, на якому можна з користю і відпочити та у мистецькій атмосфері провести свій вільний час. М. Літвінова стверджує, що: «Сучасні фестивалі взаємопов’язані з соціально-культурними процесами і відображають всі аспекти соціальних взаємин, їхні специфіку і розмаїття. Спілкування та обмін інформацією, у формах художньої творчості, яскраво виражені у фестивалях, що ґрунтуються на міжособистісних, міжнаціональних і міжкультурних відносинах. Нині цінність фестивалю очевидна, він активно використовується як спосіб ведення культурного діалогу» [20]. Вочевидь, виходячи з цього твердження, можна визначити, що фестиваль є відокремленим, автономним субкультурним феноменом у сучасному соціологічному просторі, який займає вагоме місце серед культурно-мистецьких продуктів, як в Україні так і у світі.

3.3. Особливості режисури театралізованих дійств на сучасних ярмаркових заходах

Ярмарок – соціальне, торговельне та культурно-мистецьке явище, яке має свої ознаки, особливості, а головне – традиції. Саме традиційність та наявність культурно-мистецької складової ярмаркового торжища і вирізняє ярмарок від інших торговельних заходів – ринку, базару, виїзної торгівлі, торговельних виставок тощо. З початку заснування та ведення Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України, в продовж останніх років відповідною комісією напрацьовується дослідницька та документальна база для розгляду питання Експертною радою з питань нематеріальної культурної спадщини про внесення традиції ярмаркування в Україні до відповідного Національного переліку. Це питання є надважливим

для організаторів та режисерів ярмаркових заходів в Україні, і повинно бути враховане під час підготовки і проведення ярмарків, адже саме завдяки їм із забуття відроджується великий пласт української традиційної культурно-мистецької спадщини.

Ярмаркове дійство – це комплекс культурно-мистецьких, фестивальних презентаційних, виставкових, розважально-ігрових та спортивних заходів, які можуть мати будь-які різновиди театралізованих видовищ: урочисті та святкові дійства, театралізована хода, масові театралізовані гуляння, фольклорно-обрядові дійства, вистави під відкритим небом, театралізовані видовища, театралізований концерт, спортивні свята, концерти, свята пісні і танцю, мистецькі фестивалі, дитячі театралізовані та розважально-ігрові програми, які вирізняються масштабністю дії і залучення широкого кола людей різного віку і соціального стану. Основою цих масових видовищ є концертний номер.

Невід’ємною частиною ярмаркового заходу є мистецький фестиваль, який є не просто окремою складовою, а основою майбутньої культурно-мистецької програми будь-якого сучасного ярмаркового дійства.

Умови організації і проведення ярмаркового свята мають свої особливості, які вирізняють від технічних і просторових умов концертного або театрального приміщення, тому підготовчий період ярмаркового дійства більш триваліший та вимагає організаційно-комунікативних здібностей і можливостей – це перша особливість ярмаркового театралізованого свята.

Друга – художня організація відкритого простору майбутнього ярмаркового дійства, яка потребує глибокого аналізу, цілісного і образного вирішення. Художнє оформлення має велике значення, адже бере на себе ряд важливих функцій – створення єдиного художнього образу ярмаркового дійства, його атмосфери, стилістики, адже «...простір, будучи однією з найбільш репрезентативних категорій сучасної художньої культури, інтерпретується, насамперед, як дієва структура» [25] Художнє вирішення

має бути комплексне, та повинно базуватися на брендбуку заходу – єдиному образному стилізованому підходу.

Третьою особливістю ярмаркового дійства є – організація уваги глядацької аудиторії та її розподіл. На ярмарку може буди декілька сценічних майданчиків та локацій, які працюють одночасно і разом воєдино створюють цілісність ярмаркового заходу. Потрібно зважити на тримірність простору і круговий огляд місця сценічної дії, адже театралізована дія (видовище) на відкритому просторі сприймається з різних кутів. Постійний вільний рух людей на ярмарковому майдані формує особливий темпо-ритм і поліцентризм масового свята. Театралізація, а також інші форми сценічної дії можуть виникати серед ярмаркового натовпу, як імпровізаційно (спонтанно) так і організовано. Це особливо максимально впливає на психоемоційний стан ярмаркової глядацької аудиторії, але тут є перестороги в тому, що велике скупчення людей повинно бути організоване, щоб уникнути можливих нещасливих випадків. Всі ці питання повинні бути за раніше і детально відпрацьовані, і якщо виникають такі скупчення, то увага глядача повинна бути негайно переакцентована на іншу локацію (сценічний майданчик, ігровий простір тощо).

Підготовчий етап в організації та проведенні ярмаркового заходу є вкрай важливим, адже ретельне планування та вирішення всіх організаційних питань є запорукою успішного заходу.

Організатором ярмарку створюється відповідний окремий підрозділ, який займається вирішенням питань під час організації та проведення фестивальних, культурно-мистецьких та спортивних заходів на ярмарковому дійстві та призначаються відповідні особи, які в подальшому мають виконувати ряд організаційних і творчих завдань відповідно до посадових обов'язків. Такий творчий підрозділ може мати різні назви: режисерський штаб, режисерсько-постановча група, відділ культури, оргкомітет і т. д., але їх функції і завдання однакові – створення ярмаркового святкового мистецького дійства.

Наприклад, організатор Національного Сорочинського ярмарку – ТОВ «Сорочинський ярмарок», у своїй структурі має окремий творчий підрозділ – режисерсько-постановчу групу, до якої входять: керівник режисерсько-постановчої групи, який займається вирішенням організаційних питань при підготовці і проведенні ярмаркових заходів; головний режисер, який визначає єдину мистецьку концепцію, а також творчі цілі і завдання, розробляє програму фестивальних, театралізованих, обрядових та інших культурно-мистецьких та спортивних заходів; помічники головного режисера, які відповідають за організацію і проведення окремих мистецьких напрямків (Фестиваль дитячої творчості «ЯРМАРИНКА», Фестиваль гумору «Сміємося разом з Гоголем» та ін.), а також вирішують організаційні та інші виробничі питання в межах своїх обов’язків; адміністратор фестивалю, який безпосередньо комунікує з учасниками Фестивалю народної творчості «ЯРМАРИНКА», координує та організовує їх діяльність під час проведення фестивалю, обробляє прийняті заявки, формує базу учасників, проводить консультації з питань участі і т. д.; адміністратори сценічних майданчиків, які безпосередньо контролюють проведення запланованих заходів на відповідному сценічному майданчику, вирішують організаційні питання з учасниками фестивальних та культурно-мистецьких заходів.

Для режисера ярмаркового свята постає завдання – створення мистецької концепції.

Ярмарковий рух в Україні має багату традиційну основу, як загальноприйняту так і локальну, адже сучасні ярмаркові заходи в Україні мають давню історію і традиції, і найчастіше є святом народної автентичної культури і мистецтва. Тут варто спиратися на історичні, культурологічні, етнографічні та інші джерела і матеріали про ярмарковий рух в Україні в цілому та дослідження конкретно взятого ярмаркового заходу. Аналіз таких джерел дозволить узагальнити та вирізнити окремі складові ярмаркових традицій, які можуть стати основою або елементами для розробки майбутньої концепції заходу, а також створити персоніфіковані художні

образи, які зрештою стануть головними героями ключових театралізованих дійств та ярмаркових урочистостей.

Слід зауважити, що проведення ярмаркового заходу, який має історичну і традиційну основу, не може мати за мету лише організацію розваг та дозвілля для ярмаркувальників, мають бути поставлені конкретні цілі і завдання, зокрема: відродження ярмаркового руху в Україні, відродження і відтворення традиційних обрядових дійств, популяризація народної традиційної культури і мистецтва, розкриття його багатогранності і значимості. Не варто забувати про виховні, навчальні та художньо-естетичні функції масового заходу.

Режисеру ярмаркового дійства необхідно вибудувати структурну цілісну композицію, яка має включати: пролог (експозицію), зав'язку, основну частину заходу, кульмінацію та фінал.

Урочистості з нагоди відкриття ярмаркового дійства є прологом (експозицією) у частині композиційної будови ярмаркового заходу. Урочистості можуть включати: урочисту ходу учасників ярмаркового дійства, театралізовано-концертну частину, виступи організаторів та запрошених гостей ярмарку, презентацію учасників ярмарку (журі, учасників фестивалю, виставок, презентацій тощо) та власне церемонію відкриття ярмарку.

Зав'язкою ярмаркового заходу може бути театралізоване дійство, в якому приймають участь символи свята – персоніфіковані образи, які у театралізованій дії створюють загальний конфлікт та окреслюють шляхи його вирішення у подальших композиційних епізодах майбутнього ярмаркового дійства, задають власне і загальну атмосферу і темпо-ритм ярмаркового свята.

Основною частиною ярмаркового заходу є проведення фестивалю, театралізованих дійств, концертних та розважально-ігрових програм, інших мистецьких та спортивних заходів, які тематично і змістовно мають відповідати визначеній ідеї та завданням ярмаркового заходу, та продовжують розвиток конфліктної лінії, яка закладена у театралізованій зав'язці.

У кульмінаційному театралізованому дійстві завершується конфліктна лінія, вирішуються всі суперечки та примирюються ворожі сторони, які зрештою приходять до єднання і розуміння.

Фіналом ярмаркового дійства є підведення підсумків, нагородження учасників та проведення урочистостей з нагоди закриття ярмарку.

Аналізуючи композиційну структуру Національного Сорочинського ярмарку – найвідомішого ярмаркового дійства в Україні і світі, то прологом (експозицією) ярмаркового свята є урочистості з нагоди відкриття, яким передуює театралізована зустріч високоповажних гостей за участю героїв гоголівських творів та самого Миколи Гоголя, які власне і будуть відкривати ярмарок. Самі урочистості розпочинаються з театралізовано-концертної композиції, яку розпочинають Микола Гоголь, гоголівські герої та мистецькі колективи (пісенно-танцювальні ансамблі). Основна частина урочистостей починається з виконання Державного Гімну України, урочистої ходи та презентації учасників фестивалю, виступів організаторів ярмарку, запрошених гостей, журі фестивалю, представників релігійних громад, керівників державних органів. Основна частина урочистостей традиційно завершується словами керівника Проєкту відродження Сорочинського ярмарку: «Національний Сорочинський ярмарок оголошується відкритим!», після чого виконуються Духовний Гімн України. Зрештою урочистості з нагоди відкриття ярмарку закінчуються театралізованим дійством «Сорочинський ярмарок», яке власне і є зав'язкою ярмаркового заходу, адже в ньому закладені подальші конфліктні лінії: небажання Хіврі благословити шлюб Параски з Грицьком та пошук частин чортячої червоної свитки. Саме театралізоване дійство закінчується побажаннями вдалого ярмаркування від Миколи Гоголя.

Основна частина композиційної будови культурно-мистецької програми Національного Сорочинського ярмарку включає проведення фестивальних, театралізованих, концертних, розважально-ігрових програм та інших заходів, які об'єднані однією конфліктною лінією, яка ґрунтується на

сюжеті повісті М. Гоголя «Сорочинський ярмарок» – пошуком частин червоної свитки, та винайдення шляху вирішення закладеного в зав'язці конфлікту, а саме умовити Хіврю благословити закоханих молодят Параски і Гриця на щасливе подружнє життя. Окремі шматки червоної свитки ярмаркувальники – учасники розважально-ігрових програм можуть віднаходити (вигравати) безпосередньо під час гри, змагань та інших інтерактивів, таким чином глядацька аудиторія безпосередньо задіяна у вирішенні конфліктної лінії.

Кульмінація закладена у фінальному ярмарковому театралізованому дійстві «Сорочинський ярмарок», в якому зрештою збирають до купи всі частини червоної свитки та віднаходять рішення і можливості її знищення, а також, відповідно до сюжету повісті, Хівря дає згоду благословити молодят, за умови мовчання кума Цибулі та Гриця про вечірні гостини до неї дяка Афанасія Івановича.

Фіналом театралізованого дійства «Сорочинський ярмарок» і власне загальної композиційної будови програми Національного Сорочинського ярмарку є весільний обряд «Одруження Гриця і Параски», який ґрунтується на віднайдених і відтворених весільних традицій саме у с. Великі Сорочинці кін. ХІХ ст., а також підведення підсумків та нагородження учасників ярмарку і фестивалю.

Урочистості з нагоди закриття Національного Сорочинського ярмарку завершуються настановами і побажаннями Миколи Гоголя та словами керівника Проєкту відродження Сорочинського ярмарку словами: «Національний Сорочинський ярмарок оголошується закритим!», після яких звучить Духовний Гімн України.

Слід детальніше зупинитися на трьох особливостях ярмаркового дійства – умовах підготовки та організації ярмарку, художньому і просторовому вирішенню місця проведення та організації глядацької аудиторії.

Період планування, організації і підготовки ярмаркового заходу починається задовго до його проведення. Керівник постановчої групи вирішує ряд важливих питань, найперше – планування і організація роботи режисерсько-постановчої групи (режисерського штабу) та здійснення контролю за її діяльністю. Маємо акцентувати увагу на ряд організаційних моментів, які є важливими при підготовці ярмаркового заходу, зокрема: взаємодія з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, відповідними службами, контролюючими органами, установами, організаціями, підрядниками і т. д. Існує ряд дозвільної документації, яка має бути оформлена і отримання належним чином відповідними органами, зокрема розробка, визначення статусу і реєстрація положення про фестиваль.

Виникають ряд життєвоважливих господарчих питань, які необхідно обов'язково вирішити, зокрема забезпечення санітарно-гігієнічних умов для учасників та гостей ярмарку, водопідведення і водовідведення, прибирання території, вивезення та утилізація відходів, електрозабезпечення, організація протипожежної безпеки та первинної медичної допомоги, забезпечення роботи правоохоронних органів та охорони. Крім того, необхідно організувати транспортне забезпечення, якісний зв'язок, харчування та проживання відповідно до встановлених норм, як для учасників так і гостей ярмаркового заходу.

Але найперше, що потребує вирішення – відповідне фінансове забезпечення, джерелами якого можуть бути: кошти з бюджетів різних рівнів (державного, обласного, місцевого); фінансове забезпечення від організатора (засновника) ярмаркового заходу; спонсорська та меценатська допомога, та інші джерела, не заборонені законодавством України.

Складання кошторису та звітної документації ярмаркового заходу, це також частина обов'язків режисерсько-постановчої групи (режисерського штабу), яка потребує детальної підготовки. Керівнику творчого підрозділу необхідно заручитися допомогою відповідних спеціалістів – досвідчених бухгалтерів та аудиторів.

Достатньо великої уваги і часу займає складання необхідної супроводжуючої документації, листування, а також налагодження комунікації з партнерами заходу.

Сучасний інформаційний простір потребує від організатора ярмарку чіткого, відкритого і доступного інформування про майбутній захід, його мету і завдання, складові та особливості, родзинки, які будуть приваблювати відвідувачів ярмарку. З цієї позиції, необхідна чітка організація роботи із ЗМІ, необхідно передбачити і організувати ряд заходів – пресконференції, презентації, інтерв'ю, прес-релізи тощо. Не варто зважати на сучасний рекламний простір, який може запропонувати дієве інформування та просування майбутнього ярмаркового заходу.

Для вирішення творчих завдань необхідно організувати відповідне технічне забезпечення, до яких відносяться: сценічні конструкції, звукотехнічне, освітлювальне, екранне, радіоінформаційне та інше професійне сценічне обладнання. Закупка призового фонду, дизайнерських та інших необхідних матеріалів, оренда необхідного майна і обладнання – це також є частиною організаторської роботи, яка повинна бути виконана завчасно і якісно. Більшість організаторів масових заходів організовують тендери, попередньо прописавши необхідні технічні потреби і вимоги, за підсумками яких укладаються угоди.

Цей комплекс організаційних заходів для режисерсько-постановчої групи (режисерського штабу) не є вичерпним, під час роботи над рішенням одного питання, виникають ряд інших супроводжуючих організаційних моментів, які потребують уваги, часу, коштів, ресурсів, кадрів та інших складових для їх вирішення.

Детальне планування, художнє та просторове вирішення місця проведення ярмаркових заходів – важливий етап роботи режисера з художником. Варто зазначити, що в процесі створення єдиного художнього вирішення ярмаркового дійства визначається ще одна особливість режисури масового свята – єднання творчого потенціалу і ресурсів, адже створення і

реалізація будь-якого художньо-мистецького задуму – складання загальної мистецької програми, написання сценарію, створення ескізів, підбір музичного і відеоматеріалів тощо, можливе лише колективною творчою роботою злагодженої команди однодумців. І кожен з цих елементів взаємопов'язаний, доповнює один одного, і в цілому разом створюють єдиний художній образ.

Детальна розробка плану ярмаркового майдану, секторальний його поділ, розумне визначення сценічних локацій та навколишнього глядацького простору потребує виваженого підходу, спираючись, перш за все, на безпечність для численного ярмаркового люду. Техніка безпеки повинна бути врахована у кожній деталі: у просторовому вирішенні, декораційно-художній частині, під час проведення будь-якого заходу. Доступність і швидкість надання невідкладної медичної, правоохоронної, протипожежної допомоги, доступність інформації про своє місцезнаходження, зручне розташування радіовузла і тощо – це перші і найголовніші питання, які повинні бути вирішені при організації ярмаркового простору.

Сценічні майданчики та інші локації, на яких будуть проводитись культурно-мистецькі та інші ярмаркові заходи також повинні мати, принаймні умовно, своє власне зонування: сценічний простір, місце для артистичного складу і простір для глядацької аудиторії.

Важливим моментом є безпосереднє входження ярмаркуючого люду на ярмарок, і тут слід враховувати не тільки фізичне, а й емоційне.

Варто відразу занурити відвідувачів у вир ярмаркових подій, тому необхідно передбачити, що вони побачать ще до під'їзду до ярмаркової території, що почують, як їх зустрінуть і т. д. Від цього залежить психоемоційний стан ярмаркувальників, які, зрештою, і є головними дійовими персонажами, учасниками загальноярмаркового дійства, і від яких, власне, залежить загальна атмосфера свята. В цьому найбільше допоможе розумне просторове вирішення, адже починаючи від входу, крім звичних інформаційних стендів і т. д. можливе встановлення сценічного майдану, на

якому можуть виступати троїсті музики, читці-гумористи, кобзарі, бандуристи, лірники, фольклорні колективи, проводитися інтерактиви тощо. Така сценічна локація стане експозиційною, яка налаштує ярмаркувальників на майбутні враження і події.

Ми розуміємо, що ярмаркове дійство – це комплекс найрізноманітніших заходів, і планування їх місця проведення є вкрай важливим. Необхідно територіально визначитись де буде знаходитись основне місце сценічної дії – головна сцена, на якій будуть відбуватися головні події: урочистості, фестивальна програма, нагородження, ключові виступи, великі концерти тощо. Інші сценічні майданчики можуть бути тематичними, наприклад – місце проведення фестивалю гумору, танцювального фестивалю, обрядового дійства і т. д. Ігрові програми також можуть мати свої окремі локації. Для спортивних заходів потрібний відкритий спеціально обладнаний простір, який повинен відповідати всім вимогам, під час проведення спортивних ігор та інших змагань.

Загальне і локальне художньо-декоративне та дизайнерське оформлення – невід’ємна складова просторового вирішення, яка створює образно-зорове сприйняття ярмаркового заходу. Якщо в загальній концепції ярмарку лежить традиційність, то однозначно необхідно звернутися до народних джерел та етнічних мотивів. Етнодизайнерський підхід повинен мати свою єдину стилістику, яка може бути виражена у конкретних деталях – рушниках, гончарських виробах, стрічках тощо, які нестимуть основне навантаження і створюватимуть єдність художнього оформлення.

Інші художні елементи можуть бути деталями, які доповнять загально-образне художнє вирішення. Але, найголовніше, потрібно визначити головний художній образ – конкретний символ ярмаркового дійства, який історично пов'язаний з розвитком і становленням конкретно взятого ярмарку, це можуть бути: віз, валка, воли, підкова, кобза або кобзар тощо, все, що асоціюється з ярмаркуванням та ярмарковим рухом в цілому

ВИСНОВКИ

1. Обґрунтовано, що продовж багатьох століть ярмарок був і залишається масштабною подією і своєрідним явищем культурного життя. Ярмаркування характеризується хвилеподібним характером – ярмарки то зникали з арени життєдіяльності українського народу, то відроджувалися (наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть), отримуючи нову якість як соціально-економічне і культурно-мистецьке явище.

Ярмаркова культура як структурний елемент національної культури характеризується цілісністю та універсальністю культурних сенсів.

2. Визначено потужний культуротворчий потенціал ярмаркового руху в контексті еволюційного поступу соціуму не тільки з економічної точки зору, а й культурно-мистецької, адже ярмаркове торжище має міцну традиційну культурну основу, що розвивалася протягом багатьох віків.

3. З'ясовано, суттєве значення ярмаркового руху в руслі репрезентації національної ідеї, культурної ідентифікації, інтеграції та продукуванні досягнень українського народу, освоєння національної культурної спадщини.

4. Сформульовано, що традиційна обрядовість, притаманна ярмарковому торжищу, виражена у звичаях, повір'ях, прикметах, спроможна захоплювати національною неповторністю і змушувати відчувати дух українського народу.

5. Визначено, що колорит волелюдного базару й сама ярмаркова атмосфера постають важливими ґрунтом для збереження і розвитку традиційних ремесел як українського національного етновиміру крізь роки і сторіччя.

6. Під поняттям «ярмаркова культура» розуміємо утворену у сер. ХVІІІ ст. у великих містах особливу форму площадної культури населення, тобто культуру ярмаркових народних гулянь. Ці ярмаркові дійства мають свою особливу специфіку, яку можна вважати спорідненою із сучасним фестивальним рухом.

7. Уточнено, що культура ярмаркових гулянь з часом трансформувалась у сучасні масові театралізовані дійства, які мають свою специфіку і особливості організації, підготовки і проведення та, найголовніше, потребують професійного підходу.

8. З авторської точки зору, спираючись на традиційність, сучасні ярмаркові театралізовані дійства, мають відповідати вимогам часу, бути актуальними, і, головне, – у своїй основі мати високе художньо-естетичне спрямування.

9. Доведено, що під час підготовки та проведення ярмаркових заходів та театралізованих дійств, варто, насамперед, звертати увагу на їх художню цілісність, з огляду на принципи подання національного колориту як метафоризації сценічного середовища, враховуючи ключові особливості режисури масових заходів, а саме: особливі умови підготовки, організації і проведення ярмаркового свята; художню організацію відкритого простору ярмаркового дійства; організацію уваги глядацької аудиторії та її розподіл.

Тож, ярмарковий рух з його потужною мистецькою складовою є важливим фактором для розвитку театрального мистецтва і театральної справи, а, найголовніше, в аспекті нашого дослідження – для режисури масових заходів, як професійного мистецтва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонович В.Б. Коротка історія Козаччини / передм. І.І. Глизя. Київ: Україна, 2004.
2. Бабич Г.В. Миргород. Історія міста в нарисах. Миргород. 2009.
3. Берковський В., Решетченко Д. Ярмарки // Енциклопедія історії України : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. К. : Наук. думка, 2013. Т. 10 : Т– Я. С. 755. 784 с. : іл.
4. Грушевський М.С. Історія України-Руси: В 11 т., 12 кн. / редкол.: П.С.Сохань (голова) та ін. К.: Наук. думка, 1991. Т. 4. 1993. 544 с.
5. Гуржій І. Розвиток товарного виробництва і торгівлі на Україні (з кін. 17 ст. до 1861 р.). — К., 1962.
6. Жученко В.С., Жученко Л.В. Питання економічної історії Полтавщини у працях І.Ф. Павловського. Економіка і регіон. Науковий вісник Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». №1(32). 2012, С. 45–58.
7. Злобін Ю.В. Сорочинський ярмарок як явище української традиційної культури. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата культурології зі спеціальності 26.00.01 – теорія й історія культури. Київський національний університет культури і мистецтв. Київ, 2011.
8. Економічна історія: Лекції. Н. О. Тимочко, О. А. Пучко, Л. М. Рудомьоткіна та ін. Київ: КНЕУ, 2000. 268 с.
9. Економічна історія: Конспект лекцій для студентів економічних спеціальностей факультету заочного навчання та слухачів факультету підвищення кваліфікації. / уклад. В.М. Бережний, Ю.Б. Чавикіна. Харків: ХНАДУ, 2008. 151 с.
10. Економічна історія України і світу. Царенко О.М., Захарчук А.С. Навчальний посібник. Суми: «Університетська книга№», 2000. 310 с.

- 11.Енциклопедія українознавства / Наукове товариство імені Шевченка. Париж, 1955/ 2003.
- 12.Етимологічний словник української мови : у 7 т. : т. 6 : У — Я / укл.: Г. П. Півторак та ін.; редкол.: О. С. Мельничук (гол. ред.) та ін. К. : Наукова думка, 2012. Т. 6 : У — Я. 568 с.
- 13.Історія української культури / за загал. ред. І. Крип'якевича. Київ: Либідь, 1994. 656 с.; іл.
- 14.Кисіль О. Український вертеп. Київ, 1918.
- 15.Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. Відомості Верховної Ради України. Офіційне видання. Київ. 2008 р., № 16, стор. 427.
- 16.Концепція розвитку виставкової діяльності, затверджена Кабінетом Міністрів України від 24.07.2013 р. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/90467564>
- 17.Кондратюк К. Радянська Україна 20–30-х років ХХ ст.: сучасний історіографічний дискурс // Вісник Львівського університету. Серія історична. 2013. Випуск 48. С. 245–261.
- 18.Кудінова А.Г. Українська ярмаркова торгівля у студіях І.О. Гуржія: історіографічний аналіз. Історія торгівлі, податків та мита, № 2(8), 2013. С. 18-25.
- 19.Культурологія: українська та зарубіжна культура: навч. посіб. / М.М. Закович, І.А. Зязюн, О.Л. Шевнюк та ін.; за ред. М.М. Заковича. 4-те вид., випр. і допов. Київ: Знання, 2009. 589 с. (Вища освіта ХХІ століття).
- 20.Літвінова М. В. Социокультурная динамика массовых праздников и зрелищ. Белгород. ИПЦ «ПОЛИТЕРРА». 2003 г. С. 93.
- 21.Марковський Є. Український вертеп: Розвідка й тексти. Київ, 1929. Вип. 1.
- 22.Нариси з історії театрального мистецтва України ХХ століття / Інститут проблем сучасного мистецтва. Академії мистецтв України; редкол.: В. Сидоренко (голова) та ін. Київ: Інтертехнологія, 2006. 1054 с.

23. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. Режим доступу: <http://uccs.org.ua/natsionalnyj-reiestr-objektiv/>
24. Некрылова А. Ф. Рус. нар. городские праздники, увеселения и зрелища: Кон. 18 — нач. 20 века. Л., 1988.
25. Островерх О. Еволюція просторових систем українського драматичного театру: типи організації, функції, людина (від натуралізму до авангарду). Кандидат наук. Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського НАН України. 2007 р.
26. Пасічник Ю. В. Бюджетна система України: Навчальний посібник. — Київ: Знання-Прес, 2006. 607 с.
27. Пекар В.О., Денисенко О.О.. Виставкова діяльність та її значення як інструменту регіонального розвитку / Український географічний журнал 2009, №1
28. Портреты режиссёров. Выпуск второй. Ред. В.Е. Шац. Москва. Искусство. 1977. С. 7.
29. Пришляк В.В. Залозний шлях, Залозник // Енциклопедія історії України: у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін.; Інститут історії України НАН України. Київ: Наук. думка, 2005. Т. 3 : Е–Й.—С. 244. 672 с.
30. Скоряк А. Г. Функціонально-художня специфіка українського ярмаркового фольклору // Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова. Серія 7. Релігієзнавство. Культурологія. Філософія: збірник наукових праць / ред. рада: В.П. Андрущенко (голова). Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2012. Вип. 28(41). С. 80–88.
31. Скоряк А. Г. Український ярмарок: соціально-економічне явище і субкультурний феномен: наукова розвідка. Полтава: ТОВ «Фірма «Сумцов Н. Культурные переживания // КС. 1890. №2. С.324–325.
32. Сумцов Н. Женитьба свечки // КС. 1890. Т. 30. №7–9. С.72–75.
33. Техсервіс», 2011. 146 с.

34. Українські ярмарки та виставки (історія та сьогодення): бібліогр. покажч./ уклад. Т.О. Сосновська. Х. : Фоліо, 2008. 158 с.
35. Франко І. До історії українського вертепу XVIII в. // Франко І. Збір. тв. Київ, 1982. Т. 36;
36. Федас І. Ю. Український народний вертеп. Київ, 1987;
37. Шевчук В. О., Яременко В. В. «Трагедія руська» – нововідкритий твір української драматургії початку XVII ст. // Українська література XVI–XVIII ст. та інші слов'янські літератури. Київ, 1984. С. 286–309.
38. Щербак В. О. Українське козацтво: формування соціального стану. Друга половина XV – середина XVII ст. : монографія / В. О. Щербак. Київ: Вид. дім КМ Academia, 2000. 300 с.
39. Юрченко В.О. Народні звичаї на ярмарках України у другій половині XIX – на початку XX століття. // Етнічна історія народів Європи. Київ, 2008. Вип. 24. С. 119–125.
40. Юрченко В.О. Традиції харчування на ярмарках України у другій половині XIX – на початку XX століття. // Українознавство. Київ, 2009. №1, С. 221–225.
41. Юрченко В.О. Історія виникнення та специфіка традиційних слобожанських ярмарків (XVII – початок XX ст.). Етнічна історія народів Європи. Київ, 2018. Вип. 54. С. 18–24.
42. Яворницький Д. І. Історія запорізьких козаків: в 3-х т. Т. 1 / Д. І. Яворницький. Київ: Наук. думка, 1990.
43. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1475-11>