

**Осколіп О. В.**

здобувач, викладач кафедри основ архітектури,  
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

## СУТЬ МИСТЕЦЬКО- ЕТНОГРАФІЧНОГО ФЕНОМЕНУ ЯРМАРКІВ ГУЦУЛЬЩИНИ

*Анотація.* У статті розкрито суть феномену мистецько-етнографічного ярмарку, визначено аспекти його творення, простежено роль в процесі формування національних та духовних цінностей, розкриті закономірності дизайну простору даних комплексів. Необхідність збереження та розвитку ярмаркових традицій розглянуто на прикладі Косівського ярмарку.

**Ключові слова:** мистецько-етнографічний ярмарок, дизайн простору, традиція, Гуцульщина.

*Аннотация.* Осколип О.В. Суть художественно-этнографического феномена ярмарок Гуцульщины. В статье раскрыта суть феномена художественно-этнографической ярмарки, определены аспекты его создания, прослежена роль в процессе формирования национальных и духовных ценностей, раскрыты закономерности дизайна пространства данных комплексов. Необходимость сохранения и развития ярмарочных традиций рассмотрена на примере Косивской ярмарки.

**Ключевые слова:** художественно-этнографическая ярмарка, дизайн пространства, традиция, Гуцульщина.

*Annotation.* Oskolip O. The Essence of the Art and Ethnographic Phenomena of the Fairs in Hutsulshchyna. The author reveals the essence of the art and ethnographic phenomena of the fair in this article. She points out the aspects of its grounds and traces its role in the process of formation of the national and spiritual values of the people. Kosiv fair serves as the example of necessity to preserve and develop the fair traditions and design peculiarities of the fair complexes.

**Key words:** art and ethnographic fair, design of the area, national and spiritual values, tradition, Hutsulshchyna.

**Актуальність** полягає в тому, що наразі відсутні комплексні наукові опрацювання присвячені дизайну простору етнографічно – мистецьких ярмаркових комплексів у контексті розвитку основних тенденцій, традицій та новацій.

Щодо наукового розроблювання дизайну простору етнографічно – мистецьких та ярмаркових комплексів, то наразі окрема праця відсутня, однак опосередковано до зазначеної теми звертались такі науковці, як Белявцев М.І. [1], Гошко Ю.Г. [4], Макарчук С.А. [5], Задорожній В. [6], Пелипейко І. [8], Сіреджук П. [9], Пономарьов А.П. [10], Шухевич В. [12] та інші.

В умовах глобалізації, наш світ стає прагматичним і на перше місце ставляться економічні, матеріальні аспекти, а художні, морально-етичні стають похідними другорядними у всіх сферах суспільного життя. Через недостатню увагу даній проблематиці ці важливі якості витісняються. Як показує історична практика і філософія то якраз ті духовні аспекти були тими неписаними законами, «якими керуються в найменших щоденних і найбільших всенациональних справах» [2, с. 9], законами які сприяють розвиткові і збереженні цілої нації. Адже «кожна нація, кожен народ, навіть кожна соціальна група має свої звичаї, що виробилися протягом багатьох століть і освячені віками» [2, с. 9].

Одним із важливих явищ що популяризують звичаїв, традицій – є ярмарки. Ярмарок визначається як – періодично діючий ринок, де зустрічаються продавець і покупець, виконує роль короткострокової виставки, що регулярно повторюється у певному місці під традиційною назвою і в обумовлений термін проводить продаж товарів. Ціль ярмарки-дати можливість її учасникам продемонструвати зразки своєї роботи, нові досягнення і технічні розробки з цілю заключення нових торгових контрактів. За територіальною ознакою, масштабом діяльності й обсягом товарообігу ярмарки можна поділити на: місцеві, регіональні, національні і міжнародні. За характером виставлених експонатів розрізняють ярмарки універсальні і спеціалізовані. У свою чергу їх можна поділити на оптові та роздрібні [1, 11].

Ярмарок – багатогранне явище, що допомагає наочно ознайомитись з історією і культурою нашого народу, це найлегший і найприємніший спосіб полюбити власну традицію, яка передається нам нашими предками способом мистецького-дизайнерського відображення через декоративно-ужиткові речі, і просторову організацію етнографічно-мистецьких та ярмарково-ринкових комплексів.

Дане явище відіграє важливу роль в економічному, суспільно-політичному житті людини, а от естетично-художня значимість ярмарків, нажаль, поступово втрачається. Через постійну потребу купівлі і продажу потребу в чомусь новому, ярмарок постійно оновлюється, спостерігається зростання їх кількості, будуються нові осучаснені ярмаркові комплекси кардинально іншого європейського планування, вже існуючі ринки і ярмарки розширюють, бездумно добудовують нові павільйони і тими перебудовами втрачається естетика, втрачається історія, культура окремого регіону,

Надійшла до редакції 19.04.2012

ламають відшліфований роками принцип планування простору етнографічно-мистецьких та ярмарково-ринкових комплексів. Домінування нових і однакових по вигляду торгівельних павільйонів, що асоціюються з беззмістовним рядом коробок, знижує критерії індивідуалізму, знищує у свідомості людей, особливо молоді, пам'ять і повагу до національної народної культури і це являється великою проблемою яка потребує комплексного вивчення та внесення корективів.

Власне на підставі вище сказаного можна зазначити, що нині є суттєва необхідність у проведенні наукового дослідження, яке б акумулювало, як результати напрацювань минулих років, так і досягнення сучасності у галузі комплексного вивчення ярмаркових комплексів.

**Мета даної публікації** полягає у висвітленні авторської позиції етнографічно-мистецького феномену ярмарку Гуцульщини, яка протиставляється художньо – образним тенденціям та явищам глобалізації, уніфікації і одноманітності всього середовища.

Інформаційною базою по дані темі є фотоілюстративний матеріал, а також наукові статті і монографії у яких автори зверталися безпосередньо чи опосередковано до даної тематики, та вище згаданих задач, а також натурні обстеження, фото фіксація, зарисовки автора.

Щоб досягнути задекларовану мету слід поставити наступні **завдання**:

- виявити роль етнографічно-мистецьких ярмарків в усіх сферах суспільного життя;
- здійснити аналіз еволюції ярмаркових комплексів та формування їх стилістичних особливостей від початку історії до сучасного трактування;

**Виклад матеріалу дослідження.** Найпоширенішим визначенням функції ярмарку є — «торгівля», але торгівля це тільки одна з основ даного явища, важливою якістю і сутністю ярмарків є їх вплив на світоглядний, релігійний, естетично — моральний аспект у свідомості людини.

Ярмарки користувались особливою увагою не тільки у простого люду а й у письменників, художників, філософів, на ярмарках народжувались сюжети майбутніх творів, з'являлось натхнення. Ярмарки народ любив всією душею, адже це місце в змозі задовольнити як матеріальні потреби людини так і високо – моральні.

Ярмарок був мало не основним осередком суспільного життя народу, ще з давніх – давен. Історія виникнення даного явища «пов'язана з розвитком суспільства, з часами початку загального поділу праці і виділення окремих вузькоспеціалізованих виробництв.

Ярмарки в перший період їх розвитку стали необхідною умовою виживання людей у віддалених районах, до яких не доходив товар. Відбувалися ярмарки декілька разів на рік, у відповідні пори року. Люди приїжджали з сусідніх міст і сіл, і навіть держав, бо знайти на них можна було все, починаючи з дріб'язкових речей і закінчуючи промисловими виробами народних майстрів» [7].

Хибним було б твердження, що люди звідусіль з'їжджалися на ярмарок тільки заради прибутку та купівлі, і далеко не лише заради задоволення своїх тільки матеріальних потреб, кожен сюди їхав за своїм, «тут відбувалися зустрічі, знайомства, запрошення на храмові свята або родинні торжества. Жвава ярмаркова торгівля не обходилася без галасу, суперечок, лайок» [7]. Всі ці моральні аспекти і були основною принадою ярмарку для людей.

«Взагалі ярмарок у сільському побуті сприймався як невід'ємний атрибут життя та виробництва. Без постійного зв'язку з ярмарком не могло функціонувати жодне господарство. Ярмарки стали місцем укладання різних торгівельних угод, після чого сторони прямували у корчму та «розпивали “могорич”». Однак жодна сторона вже не могла відмовитися від досягнутої домовленості, інакше це призводило до моральної та матеріальної відповідальності. Водночас ярмарки слугували постійним засобом різноманітної інформації й знань, насамперед великої виставки товарів, місцем контактування між селянами та міщанами, селянами віддалених сіл. Тут можна було побачити циганів – торговців кіньми, продавців стельмашними та лимарськими виробами, циганів-ворожбитів, “чудотворців”, прохачів милостині та інше» [5, с. 336].

Ярмаркувати починали рано-вранці, а то й ще зночі. Кожин окремих ярмарок мав своє місце, день та години проведення. «Задовго до світанку селяни пішки або на возах вибиралися з сіл і довгою чередою тягнулися до місця ярмарку. Ярмаркувати їхали, як на велике свято, - гарно одягнені, з гарним настроєм» “щоб на людей подивитись, та себе показати”. «Тривали торги по кілька днів і були місцем знайомства людей з різних, часом віддалених місцевостей. Тож природно, що кожний ярмарок був не лише торжищем, а й місцем для розваг. Колоритні сцени сповнені народних дотепів, жартів, купівлі-продажі доповнювалися гуртовим співом молоді, іграми та забавами, троїстою музикою, грою кобзарів та ліриків» [7]. Цей весь ярмарковий балаган не заважав, а то й сприяв появі нових мистецьких жанрів, таких як: вертеп, інтермедії, пантомім, поновлювався репертуар п'єс, тощо. Саме тут можна було послухати мандрівних артистів, поетів, послухати плітки та й самому розказати, поспівати, потанцювати при нагоді.

Все це фіксувалось різного роду занять людьми - художниками, письменниками, істориками, закарбовувалось в пам'яті людей та передавалось від дідусів, бабусь до внуків. Безліч літератури присвячено описам та розповідям про ярмаркування. «Вони увібрали всю специфіку народу, його неповторні звичаї і традиції, побут і вірування, всю повноту життя. Звичайна купівля-продаж товарів перетворювалася на справжнє свято. Ярмарки були ледве не найулюбленішою подією в одноманітному житті українських селян» [7].

Одним із таких ярмарків який зберігся і продовжує функціонувати до наших днів є Косівський ярмарок. Що наділений особливим колоритом, особливими індивідуальними ознаками, який має своє історичне минуле, свої особливі історичні характеристики.

Автора цікавить, насамперед збережені характерні ознаки цього феномену в сучасному ярмарку Косова.

Аналогією даному ярмарку може бути вишиванка – торговельні павільйони, їх різноманіття, часто простота – обов'язково індивідуальність, колорит та всі доповнюючі складові ярмарку, що гармонійно переплітаються між собою, утворюють чудовий орнамент який несе в собі історію, символізує духовність самобутності даного регіону. Полотном, на яке органічно лягає даний орнамент – є кожна людина яка побувала на Косівському ярмарку.

Відкрився даний ярмарок у 1970 році, він знаходиться насправді не в Косові, а на території села Сподного, що межує по річці Рибниці. Там торгували промисловими товарами, в тому числі завезеними з-за кордону, килимами, ліжниками, сувенірами, золотом тощо. На ярмарок, що спочатку працював один день на тиждень, з'їжджалися тисячі людей. Споднянський базар, як підприємство райспоживспілки "Споднянський ярмарок" відновився аж у 90-ті роки – роки "перебудови". Він і тепер притягає тисячі людей. Вибір товарів тут дуже великий: від худоби до товарів мистецтва. Найбільш атракційним є великий сектор народних художніх промислів, де поряд з халтурою можна побачити й справжні мистецькі товари.

Косівський ярмарок «легко знайти вранці за цілеспрямованими потоками покупців, що з'їжджаються сюди з навколишніх сіл та скупченням автомобілів, припаркованих ще за півкілометра до базару»[3].

Покупці сюди приходять різні – «є люди, які просто люблять з головою пірнути у це море народно-ужиткового мистецтва, поторгуватися зі справжніми гуцулами, послухати їхню неповторну говірку. І навіть, якщо нічого не купляють, то мають незабутні враження і приємні спогади»[3].

Цей ярмарок є яскравим взірцем збереження ярмаркових традицій, він частково дає відчуття весь колорит і смак карпатських традицій, гуцульського народу їх історії.

Косівський ярмарок популяризує самобутню народну культуру, традиції, звичаї, обряди, і всі складові ярмарку: планування простору, вигляд торговельних павільйонів, асортимент товарів повинні це символізувати. Тут присутні речі, декоративно-ужиткового характеру та виключно високо художні виробы, що охарактеризовують особливості карпатських традицій гірського народу їх побуту.

Здавалось би що погані умови ярмарку, плачевний стан доріг, відсутність місць харчування погана організація простору мали б відлякувати людей, але попри всі ці далеко не втішні дані, кожен хто навіть раз і випадково потрапив сюди обов'язково захоче повернутися ще раз. І це є поштовхом для висвітлення даної проблематики.

**Висновки.** Дане дослідження, вирішення проблем тематики є необхідним з точки зору збереження історичної спадщини народу, так і з погляду покращення практики архітектурного проектування.

Суть феномену ярмарку сформульовано в узагальнюючому визначенні. Отже, ярмарок явище соціальне, являє собою цілісну органічно-динамічну систему, що сприяє розвитку національних та духовних цінностей у свідомості людини.

На прикладі Косівського ярмарку, можемо побачити цінність даного явища, та необхідність в збереженні та розвитку ярмаркових традицій.

Слід: підсилити в ярмаркових комплексах національну, регіональну своєрідність, більш цілісно обґрунтувати та враховувати естетично-мистецьку сутність ярмарків. Їх аспекти і суть: природно - ландшафтні умови розміщення - оточення, види, панорами, перспективи, особливості візуального сприйняття; розпланування ярмарків - функціональність, місце розташування; дизайн малих форм – вигляд торговельних павільйонів, їх естетика, відповідність форм стилю регіону; виробы реалізації; люди.

Дана робота може стати вагомим доповненням до вже існуючих напрацювань, що дасть змогу повноцінно й цілісно та з урахуванням останніх тенденцій, розкрити актуальну проблему розвитку архітектурно – естетичної організації простору ярмарково-виставкових комплексів і, зокрема їх дизайну.

#### Література:

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку: Навч. Посібник. / М.І.Белявцев, Л.В.Шестопалова – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 416с.
2. Воропай, О. Звичаї нашого народу : Етнографічний нарис. Т. 1 / О. Воропай. – Репринтне видання. – К. : Оберіг, 1991. – 458с.
3. Всеукраїнський туристичний журнал Карпати. Туризм. Відпочинок: Супермаркет сувенірів./ Т. Ткачук, М. Городенко. – № 2, осінь 2004, [електронний ресурс]. – режим доступу: [http://www.karpaty.net.ua/articles\\_02/kosiv.php](http://www.karpaty.net.ua/articles_02/kosiv.php).
4. Гошко Ю. Г. Промисли й торгівля в Українських Карпатах XV-XIX ст. / Ю. Г. Гошко. - К. : Наук. думка, 1991. - 256 с.
5. Етнографія України: Навч. посібник./ за ред. проф. С.А.Макарука. – Вид. 2-ге. Львів: «Світ». 2004.-520с.
6. Задорожній В. Товарне виробництво і торгівля на західноукраїнських землях./ В. Задорожній. – Львів: «Вища школа», 1989.—93с.
7. Історія становлення та розвитку ярмаркового руху в Україні, [електронний ресурс]. – режим доступу: [http://5ka.at.ua/load/istorija\\_ukrajini/istorija\\_stanovlennja\\_ta\\_rozvitku\\_jarmarkovogo\\_rukhu\\_v\\_ukrajini\\_referat/25-1-0-6170](http://5ka.at.ua/load/istorija_ukrajini/istorija_stanovlennja_ta_rozvitku_jarmarkovogo_rukhu_v_ukrajini_referat/25-1-0-6170).
8. Пелипейко І. Мій рідний край : Природа, господарство, населення Гуцульщини : Навч. посібник. / І. Пелипейко. - Косів : Писаний Камінь, 1998. - 112 с
9. Сіреджук П. З історії торгівлі Галицької Гуцульщини // Історія Гуцульщини. – Львів, 1999. – Т. 4. – С. 327–368. – Див. № 2040.
10. Українська минувшина: Ілюстрований етнографічний довідник./ А.П. Пономарьов, Л.Ф. Артюх, Т.В.Косміна та ін. К.: Либідь 1993 – 256с.:іл.
11. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: Навч. посібник: 2-ге вид., випр. і доп. / За заг. ред. А. І. Кредісова. - К.: ВІРА-Р, 2002. - 552с.
12. Шухевич В. Гуцульщина. У 5-ти ч. Ч. 1-5 / В. Шухевич. - 2-е вид. - Верховина : [б. в.], 1999-2000.