

УДК 39

**АБМЕН І ГАНДАЛЬ У БЕЛАРУСКІМ ТРАДЫЦЫЙНЫМ ГРАМАДСТВЕ
ЯК ПРАДМЕТ ЭТНАЛАГІЧНАГА ДАСЛЕДАВАННЯ**

*канд. гіст. навук, дац. А.В. СУМКО
(Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт)*

Абмен і гандаль у традыцыйным грамадстве значна адрозніваецца ад гандлёвых аперацый ва ўрбаністычным асяродку. У вясковым соцыуме абмен і гандаль, апрача сваёй утылітарнай прагматыкі, заўсёды маюць некалькі важных дадатковых праекцый, не ўласцівых для мадэрнага горада: сацыяльна-культурную і рытуальна-сімвалічную.

Ключавыя словы: абмен, гандаль, сацыяльнакультурная і рытуальна-сімвалічная праекцыі.

Уводзіны. Абмен і гандаль як важнейшыя сферы эканамічнай дзейнасці грамадства, што ў тых ці іншых формах функцыянуюць напрацягу ўсёй гісторыі чалавецтва, маюць, па сутнасці, глабальны характар. Працэс абмену грунтуецца на прынцыпе ўзаемнасці (узаемнага абмену таварамі і паслугамі) і выступае ў формах пераразмяркавання і рынкавага абмену. Складовымі часткамі апошняга з’яўляецца продаж і набыццё тавараў. “Эканамічныя сістэмы амаль не бываюць самадастатковымі. Гандаль, ці абмен таварамі паміж рознымі краінамі або рэгіёнамі, – вось асноўная рыса эканамічных сістэм” [1, с. 146]. У той жа час гандлёвыя ці абменныя аперацыі, нягледзячы на свой універсальны характар, могуць выяўляць сваю спецыфіку як уласна ў эканамічнай, так і ў этнасацыяльнай, культурнай і нават міфарытуальнай (сімвалічнай) праекцыі.

Натуральным чынам абмен і гандаль з’яўляюцца важнейшымі фактарамі гаспадарчага (эканамічнага) жыцця этнічных супольнасцяў, якое, у сваю чаргу, стала спецыяльным прадметам даследавання так званай “эканамічнай антрапалогіі” (этналогіі), што ўвабрала ў сябе ідэі А. Чаянава, які вывучаў спецыфіку сялянскай эканомікі Расіі, а як асобны накірунак народнаўчыных навук аформілася ў працах Маршала Салінза, амерыканскага антрапалага, аўтара канцэпцыі “першабытнага дастатку” [2, с. 84–85]. У той жа час, як адзначыў Ю.І. Сямёнаў, пачынальнік эканамічнай этналогіі на пост-савецкай прасторы, “адным з асноўных аб’ектаў гэтай дысцыпліны з’яўляецца эканоміка дакласавага (“прымітыўнага”) грамадства” [3, с. 1].

Вызначэнне аб’екта даследавання эканамічнай этналогіі такім чынам пакідае па-за ўвагай спецыфіку эканамічнага развіцця, у тым ліку сферы абмену і гандлю, у традыцыйных супольнасцях аграрнага тыпу, функцыянаванні якіх далёка выходзіць за храналогію першабытнага грамадства і сягае, у той ці іншай ступені і формах выяўлення, да сучаснасці. Пазначаная заўвага ёсць тым больш прычыповай, калі гаворка ідзе пра беларускую традыцыйную супольнасць XIX–XX стст., у межах якой абмен і гандаль не толькі выконвалі важную ўтылітарную ролю ў этнічнай сістэме жыццязабеспячэння, але мелі значную колькасць сацыякультурных, міфарытуальных і сімвалічных канатацый, рэlevantных для міфапаэтычнай карціны свету беларусаў. Неабходна адзначыць, што комплекснае даследаванне ўтылітарнай і сімвалічнай прагматыкі абмену і гандлю ў беларускім традыцыйным грамадстве дагэтуль амаль не выступала ў якасці прадмета аічыннай этналогіі. Даследаванні ў гэтым накірункуносяць адзінкавы характар. Пытанні сімвалічных аспектаў абмена і гандлю, семантыкі кірмаша, карчмы і вобраза гандляра ў беларускай традыцыйнай культуры ў пэўнай ступені закранутыя ў працах У. Лобача¹ і Т. Валодзінай [4– 6; 7, с. 377–383; 8, с. 103–111].

Асноўная частка. Нягледзячы на перавагу натуральнай гаспадаркі ў эканоміцы традыцыйнага тыпу, якая была характэрна для беларускай вёскі ў перыяд феадалізму, не выклікае сумнення, што традыцыйная супольнасць пэўным чынам была ўцягнута ў грашова-таварныя адносіны і гандлёвыя аперацыі, уласцівыя тагачаснаму грамадству ў цэлым. Ужо ў Статуце ВКЛ 1588 г. знаходзім вельмі паказальны артыкул “О мешанех, иж не маюць на торгу селян грабити” [9, с. 133], які сведчыць не толькі пра канфліктны характар узаемадачынненняў вяскоўцаў і гараджанаў, але і пра тое, што сяляне на гарадскім рынку былі звыклі і распаўсюджанай з’явай. Запатрабаванасць сельскагаспадарчай прадукцыі для горада з’яўляецца цалкам празрыстай і зразумелай, але ў большай ступені паказальнымі з’яўляюцца тыя тавары, без якіх сістэма жыццязабеспячэння традыцыйнай аграрнай супольнасці не магла паўнаварта функцыянаваць.

Вядомы этнограф Ч. Пяткевіч, які адзін з першых звярнуў увагу на спецыфічны характар абменна-гандлёвых аперацый у вясковым соцыуме, акрэсліў шэраг “стратэгічных” тавараў, жыццёва важных для

¹ Аўтар выказвае падзяку У.А. Лобачу за карысныя парады і рэкамендацыі, выкарыстаныя пры напісанні артыкула.

вясковай грамады: соль, шкло, жалезныя прылады працы, якія нельга было набыць шляхам абмену ні за ўсё тое, што дае прырода, ні за вырабы ўласных рук [10, с. 59]. Даследык адначаў, што пры кожнай мажлівасці сяляне стараліся расплаціцца прадуктамі – вымяняць. Абмену падлягаў значна шырокі спектр тавараў. Так, Ч. Пяткевіч выдзеліў 8 катэгорый прадуктаў для абменнага гандлю жыхароў лясных весак з агульнай колькасцю да 70 пазіцый. Да іх адносіліся сельскагаспадарчыя прадукты, жывела і птушкі, дзікія і свойскія, плады лесу, вырабы з дрэва, прадукты са збожжа і валокнаў. Што датычыла прадметаў для абменнага гандлю жыхароў палявых вёсак, то даследчык адзначаў, што “яны маюць тыя самыя прадукты, жывёлы і птаства, крыху мёду, апрача таго, у іх родзіць пшаніца і рапс, а таксама некаторыя ягады і садавіна. Аднак яны пазбаўлены лясных звяроў, птушак, лясных пладоў і шматлікіх іншых выгод, што дае лес. Затое ткацтва стаіць на больш высокім узроўні” [10, с. 60].

Пры гэтым абмен таварамі ўсведамляўся сялянамі менавіта як гандлёвая аперацыя: “Пашла дражджэй купіць – яны таргавалі дражджамі, а мы гналі гарэлку і прадавалі... Толькі *купіла* дражджэй, занесла, не знаю што, яечкі, можа ці што” (Полацкі р-н); “А нашы, рускія, ехалі за немцамі і везлі з сабой і стулы, і шкафчыкі. Тады хадзілі па хутарам, каб хто купіў. І мама мая *купіла* два стула ў іх за хлеб за печаны” (Докшыцкі р-н) [11, с. 245, 252].

Трэба адзначыць гендарную спецыфіку абменнага гандлю ў беларускім традыцыйным грамадстве. Так, большасцю прадметаў, прызначаных на продаж, распараджаўся гаспадар, аднак за гаспадыняй пакідаліся вырабы са збожжа, ткацкія вырабы, мяса, малочныя прадукты і яйкі, агародніна, птушкі, дзікарастучыя плады і сушаная рыба [10, с. 61]. Толькі ў асобных выпадках яна мела права закрануць і збожжа, як, напрыклад, пры пакупцы гаршкоў, збанкоў для малака і іншых гліняных пасудзін, за якія прадавец браў столькі жыта ці іншага зерня, колькі ў пасудзіне змесціцца.

Характар, форма і змест абменных і гандлёвых аперацый у рамках вясковай супольнасці знаходзіўся ў цеснай залежнасці не толькі ад аграрнага характару вытворчасці, але не ў малой ступені і ад сацыяльна-эканамічных і палітычных працэсаў, якія мелі месца ў ХХ ст.: трансфармацыя дзяржаўных межаў, калектывізацыя, перыяд акупацыі падчас Вялікай Айчыннай вайны, жорсткія ўмовы пасляваеннага аднаўлення выклікалі да жыцця альбо актуалізавалі нетыповыя формы эканамічнай і гандлёвай актыўнасці сялян, дзе сярод традыцыйных зняткаў (збіральніцтва грыбоў і ягад на продаж) узніклі і нелегальныя формы гандлёвага прадпрымальніцтва (кантрабанда ў зонах савецка-польскай і савецка-латышскай мяжы ў 1920-х гг., самагонаварэнне ў камерцыйных мэтах).

Характар таварнага абмену ў беларускай вёсцы яшчэ да 1950–1960-х гг. істотным чынам адрозніваўся ад гарадскога гандлю, дзе адназначна панавалі таварна-грашовыя адносіны – адносіны безаблічныя, пазбаўленыя сімвалічнага кантэксту, якія мелі характар штодзённых аперацый, калі чалавек меў патрэбу, ішоў у краму і набываў тавар па загадзя вызначаных коштах. У вёсцы гандлёвыя аперацыі мелі некалькі праекцый. Сам працэс гандлю меў выразны культурна-сацыяльны кантэкст. Такія мерапрыемствы, як кірмаш ці фэст разглядаліся як выключная культурная падзея, а не толькі як мерапрыемства ўтылітарнае, дзе можна было купіць ці прадаць. Характарызуючы вясковы гандаль на Палессі, Ч. Пяткевіч адзначаў, што селянін абавязкова выпраўляўся на кірмаш нават не заўсёды маючы патрэбу купіць ці прадаць: “Робіць ён гэта па звычцы, па прыкладзе іншых, а часцей, адчуваючы патрэбу ў новай кампаніі, бо штодзённым спатканні ў карчме яму ўжо прыеліся. Такіх на кірмашы бывае найболей: тых, якія купляюць і займаюцца абменным гандлем значна меней, а яшчэ меней тых, хто прадае за наяўныя грошы. ...Адны, спаткаўшы знаёмых з суседняе вёскі, якіх даўно не бачылі, размаўляюць пра хатнія справы; іншыя, стараючыся пра ўсё дзедацка, усюды заглядваюць, з усімі гаргуюцца, нічога не купляючы, акрамя якога-небудзь глінянага пеўніка. Даследаваўшы рынак, хоць і ў паспешлівым тэмпе, забяспечаныя карыснымі для пакупнікоў звесткамі, яны адпраўляюцца туды, дзе найбольшы тлум зацікаўленых кірмашом, і інфармуюць знаёмых аб продажы, гатунку прадуктаў і цэнах, да вялікай незадаволенасці тых, хто пераацаніў свае тавары. 3-за гэтага ўзнікаюць бойкі і ўзаемная лаянка” [10, с. 224].

Кірмашы з’яўляліся сваеасаблівым камунікацыйным цэнтрам, які разам з тым функцыянаваў па адмысловых правілах. Нават выправа на кірмаш суправаджалася разнастайнымі магічнымі прадпісаннямі і засцярогамі. Так, лічылася, што пакуль гаспадар, выбіраючыся на кірмаш ці базар, не выедзе з падворка, каб яму спрыяла ўдача, усе печы павінны быць закрытыя засланкамі [12, с. 286]. Асаблівае значэнне надвалася акалічнасцям і абставінам куплі-продажу на кірмашы. Напрыклад, паўсюль у Беларусі лічылася, што прадаваць карову трэба разам з вяроўкай (“чыя кароўка – таго і вяроўка”), каб яна добра гадавалася і надалей, а каня – з аброццю, каб ён не вярнуўся да старога гаспадара [7, с. 378]. Сімвалічныя аспекты куплі-продажу былі абумоўлены як значнасцю тавару для гаспадаркі ў цэлым, так і асаблівасцямі міфапаэтычнай карціны свету, якая дыктавала свае правілы “ўдалай пакупкі”. Напрыклад, дзеля таго каб прывабіць пакупнікоў, трэба было ўзяць шчопаць пяску з пад усіх крамаў і пасыпаць у сябе, ці змяніць месца гандлю на іншае і падмануць там каго-небудзь [13, с. 511–512].

Выразны сацыяльны кантэкст меў феномен магарыча, які з’яўляўся адным з прававых звычаяў, заснаваны на частаванні гарэлкаю супрацьлеглага боку з пасрэдкамі для зацвярджэння абмену, куплі-

продажу і шматлікіх умоў рознага характару [10, с. 199]. Адбываўся ён на кірмашы ці ў доме. Як адзначаў Ч. Пяткевіч, найчасцей справа заканчвалася вялікай п'янкай у карчме, дапоўненай падчас кірмашу, дзе падсядалі знаёмыя і ўсе па чарзе плацілі. Калі абмен ці купля-продаж адбывалася паміж двума гаспадарамі на месцы, магарыч адбываўся ў доме з удзелам аднаго ці двух запрошаных суседаў, “бо так велось у нашых дзедоў і бацькоў, дак і нам інакжэ не гадзіцца” [10, с. 200]. Лічылася, што пасля магарыча дамова не можа быць скасавана, нават калі адзін з бакоў заўважыў памылку: “бачылі очы, што куплялі, плацце – хаць павылазыце”.

Працэс гандлю ў вёсцы цесна звязаны з феноменам святочнага часу. Звычайна кірмашы суадносілі з буйнымі каляндарнымі святамі, што, у сваю чаргу, абумовіла спецыфіку гандлёвых аперацый і вылучала іх з будзённага жыцця. Амаль усе буйныя кірмашы XIX ст., якія адбываліся ў розных мясцовасцях Беларусі, былі прымеркаваныя да царкоўных святаў і насілі іх найменні: Петрапаўлаўскі (Бешанковічы Лепельскага пав.), Юраўскі (Віцебск), Успенскі (Свіслач Ваўкавыскага пав.) і інш. [7, с. 378]. Кірмаш цесна суадносіўся з ідэяй сакральнага не толькі ў часавым, але і прасторавым вымярэнні – правядзенне на храмавых плошчах, паблізу мясцовых святыхняў: капліц, святых крыніц. “Там цэркаўка адна была, у ясу. Но такі кірмаш быў красівы, с абедна, с трох часоў людзі ідуць і ідуць туды, і з гармонямі, хто з чым. А дауней старцаў жа было, сядзяць старцы на пнях. Богу маліліся, больш такіх калекаў было, вот яны сядзяць і тады” [14, с. 205]. Устойлівасць святочнай кірмашовай традыцыі на тэрыторыі Беларусі фіксуецца сучаснымі палявымі даследаваннямі і на роўні 1920–1950-х гг. Пры гэтым наведвальнікі кірмашу здзяйснялі не толькі ўтылітарныя (абмен, гандаль), але абавязкова і сімвалічныя (рытуальныя) аперацыі [7, с. 378].

У традыцыйным грамадстве гандаль мае і рытуальна-сімвалічную праекцыю. Як было пазначана вышэй, сам працэс куплі-продажу вельмі часта суправаджаўся магічнымі (сімвалічнымі) маніпуляцыямі з тым, каб забяспечыць іх паспяховасць. З другога боку, метафорыка гандлю вельмі шырока прадстаўлена ў рытуальных сцэнарыях, найперш, абрадаў сямейнага цыклу (радзінах, вяселлі і пахаванні).

М. Нікіфароўскі ў канцы XIX ст. запісаў наступнае павер'е, якое бытвала ў беларусаў Віцебшчыны: “Калі ў мужа і жонкі не «годуюцца» дзеці, яны прадаюць навароджанага якой-небудзь асобе, пераважна сябру сям'і. Пасля працяглых перамоваў і спрэчак, бацькі атрымліваюць ад купца некалькі капеек і запіваюць здзелку гарэлкай. Само сабою зразумела, што прададзенае дзіця застаецца пры бацьках, але лічыцца «чужым таварам», які яны трымаюць толькі часова. На выпадак хваробы дзіцяці бацькі з адценнем гневу кажуць: «што ето N не бярыць сваю тыварину?». Той, хто набыў дзіця, таксама дакарае бацькоў за няўмелы нагляд за яго «тыварынай». У тым і іншым выпадку хвароба пакідае дзіця» [15, с. 16–17]. У дадзеным выпадку, працэдура “куплі” навароджанага сімвалічным чынам падкрэслівала яго культурны (таварны) статус, што, у сваю чаргу, мусіла нейтралізаваць біялагічную (прыродную) небяспеку патэнцыйна магчымай хваробы.

Напрыклад, выкуп нявесты падчас вяселля – гэта не проста гульня, а на сімвалічным узроўні заключэнне гандлёвага пагаднення ў прысутнасці вялікай колькасці людзей. Мова сватоў – гэта мова купцоў: “Эта мы хацелі цяліцу ў вас купіць. Ці прадасце цяліцу, ці не прадасце нам?”. [15, с. 96]; “У вас, гаварылі, прадаецца цялушачка, а мы здалёку, людзі нам параілі, мы і прыехалі” [17, с. 37]. Падрабязна апісаў гандлёвую аперацыю падчас сватання Е. Раманаў: «Сваты вступают в разговор: «Мы купцы заморския, ищим товару ни лижачага, а хадячага. Кали у вас ёсьть, покажытья лицом, а мы пахвастуям свaim таварцам». Отец невесты старается тем временем переговорить с женой и дочерью. Если они не против предложения, то подводят к отцу жениха какую-нибудь девушку из подруг невесты. Тот говорит: «Не, мне гэты тавар ни наравитца!» Тогда подводит другую, третью и наконец уже невесту. Сват тогда говорит: «Во, товар хорош и нам прыгож». Родители подают друг другу руки через полу и распивают принесенную водку» [18, с. 473]. У часе вяселля “купля-продаж” набываюць характар сімвалічнага дзеяння, бо ўвага канцэнтруецца не на факце платы, не на яе цане, але на самім дзеянні. Купля-продаж тут уяўляюць сабой ідэальнае ўвасабленне канкурэнцыі паміж двума бакамі, кожны з якіх імкнецца падмануць суперніка, выгадаць штосці для сябе, але ўрэшце рэшт яны прыходзяць да ўзаемавыгоднага пагаднення [19, с. 124–125]. Аднак у дадзеным выпадку важным становіцца і іншы сімвалічны аспект куплі-продажу: нявеста, як “тавар”, становіцца “ўласнасцю” маладога, у той час як яе сям'я губляе правы на яе.

У пахавальнай традыцыі беларусаў (шырэі – індаеўрапейскіх народаў) прысутнічае ўяўленне, што для кожнага памерлага трэба “выкупіць” яго месца на тым свеце. Трэба адзначыць, што гэты звычай ёсць надзвычай устойлівым ва ўсіх рэгіёнах Беларусі і захаваўся да нашага часу: “На клодаўі ізноў пагаласілі, папрашчаліся і закрываюць крышку. Грошы кідаім, белыя капейкі ў ямку. Эта закупалялі яму меца, што б яго ніхто ня выкінуў” (Кармянскі р-н) [20, с. 147]

Яшчэ больш выразна рытуальныя функцыі абмену і гандлю выяўляюцца ў сферы камунікацыі з сакральным светам. Расійскія даследчыкі А. Мароз і М. Пятроў адзначылі, што “часцей за ўсё размова ідзе аб плацяжах прадстаўнікам таго свету ўзамен якіх-небудзь дабротаў, атрыманых ад іх, паколькі

кантакты чалавека з іншым светам у значнай ступені будуюцца на прынцыпе абмену ці куплі-продажу” [19, с. 127]. Беларускія навукоўцы У. Лобач і Т. Валодзіна звярнулі ўвагу на тое, што ідэя дараабмену паміж людзьмі і сферай сакральнага выразна выяўляецца ў практыцы ўшанавання культавых крыніц, калі, каб атрымаць меркаванае здароўе, людзі музілі прынесці дар (грошы, палатно) [8, с. 103–113]. Аднак носьбітамі традыцыі ў XX ст. гэтая сімвалічная камунікацыя асэнсоўвалася менавіта як гандлёвая аперацыя: “На Пасхальныя празьнікі ваду бралі, на Пасху, на Раждзёство, на царкоўныя, як у цэркву ходзім маліцца, тады вадзічку гэту... Памагае, дзяцей як крэсьцім у цэркві, дак эту вадзічку поп, цэрква берёт... Ребяты, усегда дзеці абліваюцца, яна цякець, падставяць баначку, тады яе разбрызнуць. Усё ўрэмя, яна круглы год цякэць. Кідалі, да, серебряныя: дзесяць капеек там, дваццаць, такія... Як бы куплялі вадзічку (кідаючы капеечкі)” [14, с. 220].

У беларускай традыцыйнай супольнасці гандаль не лічыўся паважанай сферай дзейнасці і разглядаўся як “неспраўдная” работа, супрацьпастаўленая земляробству, але разам з тым ён быў неабходным для паўнаважнага функцыянавання вясковага соцыуму. У межах кансерватыўнай і адносна малалікай лакальнай супольнасці гандлёвыя аперацыі мелі падкрэслена персанальны характар, калі прынцыповае значэнне мела асоба як прадаўца, так і пакупніка. Для вяскоўца было важна ў каго ён набывае тавар, якім чынам гэты чалавек характарызаваны ў вясковым соцыуме, якія асабістыя стасункі звязваюць яго з прадаўцом. Таму ў традыцыйнай карціне свету вобраз гандляра займае адметнае месца. Да вайны, асабліва ў мястэчках, гандлярамі былі пераважна габрэі. Паказальнымі з’яўляюцца даныя па г. Лепель, дзе ў “пачатку 1920-х гг. каля 85% працаздольнага габрэйскага насельніцтва займалася дробным гандлем, астатнія 15% сумяшчалі гандаль з рамеснай дзейнасцю” [21, с.19]. Прыблізна такая ж карціна фіксуецца ў даваенны час і ў мястэчках Заходняй Беларусі: “А ўрэмя многа было, цэлыя Дунілавічы. Магазіны бальшыя былі, таргавалі. Там і булачкі свае яны пяклі. Такі хлеб быў харошы. Яны як спякуць, дык ідзеш праз Дунілавічы, дык пахніць, знаць што хлеб. Сільна харошы хлеб рабілі жыды” [11, с. 350]. Этнаграфічныя і фальклорныя матэрыялы паказваюць, што стаўленне да габрэйскага гандляра з боку беларусаў было дваістым. З аднаго боку, яго паважалі за дабразчылінасць і тактоўнасць у гандлёвых аперацыях: “... к жыду прыходзяць, а жyd вежлівы: “Хадзі, хадзі, хадзі. Вот табе плацця, вот табе касцюм. Хадзі”, а таксама за прадастаўленне крэдыту на падставе асабістага даверу: “.. ані собственыя крамы дзіржалі. У іх жылезная пана: вот столька і столька. – “Ай, дорага”. – “Снімаю, дзішэўле”. – “Ай, дзенег нет”. – “Ай, ты знакомы, запішу”” [11, с. 349]. З другога боку, габрэй, паводле этнічных, канфесійных, культурна-бытавых прыкмет успрымаўся як “чужынец”, і яму прыпісваліся адмоўныя характарыстыкі: сквапнасць, хітрасць, падман [6, с.72]. Пасля Вялікай айчынай вайны замест гандляра-габрэя прыходзіць вобраз прадаўчыцы крамнага гандлю, на якую часткова пераносіцца характарыстыкі папярэдняга вобраза (габрэйская хітраватасць і г.д.). Разам з тым неабходна канстатаваць, што комплексная характарыстыка вобраза гандляра ў традыцыйнай карціне свету беларусаў XX ст., у кантэксце этнакультурных і сацыяльна-эканамічных трансфармацый, у айчынай этналогіі дагэтуль не стала прадметам спецыяльнага даследавання.

Заклучэнне. Абмен і гандаль у сістэме жыццядзейнасці беларускага традыцыйнага грамадства на сённяшні дзень уяўляюць сабой практычна не распрацаваную лакуну ў айчынным народазнаўстве, што, у сваю чаргу, вылучае акрэсленую праблематыку ў якасці перспектыўнага прадмета этналагічнага даследавання. Комплексная характарыстыка ўтылітарнай і сімвалічнай прагматыкі абмену і гандлю ў беларускай традыцыйнай супольнасці вымагае вырашэння наступных задач:

- вызначэнне гаспадарча-эканамічнай ролі абмену і гандлю у сістэме жыццязабеспячэння вясковага соцыума ў кантэксце сацыяльна-эканамічных і палітычных працэсаў XX ст.;
- характарыстыка сацыякультурнай нагрукі гандлёвых аперацый ва ўмовах беларускай вёскі;
- комплексны аналіз вобраза гандляра ў традыцыйнай карціне свету беларусаў;
- выяўленне і характарыстыка рытуальна-сімвалічных кантэкстаў і метафорыкі гандлю ў беларускай традыцыйнай культуры.

У метадалагічным плане рэалізацыя пастаўленых задач патрабуе звароту не толькі да метадаў гістарычнага і этналагічнага даследавання, але і шырокага міждысцыплінарнага падыходу ў цэлым, калі актуальнымі і запатрабаванымі стаюць тэарэтычныя прынцыпы і напрацоўкі эканамічнай гісторыі, дэмаграфіі, сацыялогіі, этнасеміётыкі, фалькларыстыкі і вуснай гісторыі.

ЛІТАРАТУРА

1. Говард, М. Сучасная культурная антрапалогія / М. Говард / пер. З англ. І. Карпікава, М. Раманоўскага, А. Шыманскага ; пад рэд. П. Церашковіча. – Мінск : Тэхналогія, 1995. – 478 с.
2. Захаркевич, А.С. Социально-культурная антропология : учеб.-метод. пособие / А.С. Захаркевич. – Минск : БГУ, 2012. – 233 с.
3. Семёнов, Ю. Экономическая этнология. Первобытное и раннее предклассовое общество / Ю. Семёнов // Материалы к серии «Народы и культуры». – Вып. XX. Экономическая этнология, кн. 1. – М. : Институт этнологии и антропологии РАН, 1993. – Ч. 1–3. – 710 с.

4. Лобач, У.А. Карчма ў беларускай этнакультурнай традыцыі: сімвалічны статус і рытуальныя функцыі / У.А. Лобач // Беларускі гістарычны часопіс. – 2011. – № 3. – С. 15–19.
5. Лобач, У.А. Кірмаш у традыцыйных уяўленнях і фальклору беларусаў / У.А. Лобач // Беларускі гістарычны часопіс. – 2008. – № 6. – С. 33 – 36.
6. Лобач, У.А. Вобраз габрэя-гандляра ў традыцыйнай карціне свету беларусаў Віцебшчыны канца XIX – першай паловы XX ст. / У.А. Лобач // Працы Цэнтра вывучэння гісторыі гандлю. – Вып. 2. – Мінск : ТАА «Інстытут рознічных тэхналогій “Менка”», 2017. – С. 72–79.
7. Лобач, У.А. Міф. Прастора. Чалавек: традыцыйны культурны ландшафт беларусаў у семіятычнай перспектыве / У. Лобач. – Мінск : Тэхналогія, 2013. – 510 с.
8. Лобач, У. Святыя крыніцы Беларусі / У. Лобач, Т. Валодзіна. – Мінск : Белауская навука, 2016. – 188 с.
9. Статут Вялікага княства Літоўскага 1588 : Тэксты. Даведнік. Каментарыі / Беларус. Сав. Энцыкл. ; рэдкал.: І.П. Шамякін (гал.рэд.) [і інш.]. – Мінск : БелСЭ, 1989. – 573 с.
10. Пяткевіч, Ч. Грамадская культура Рэчыцкага Палесся / Часлаў Пяткевіч ; пер.з пол. Уладзіміра Васілевіча і Ліі Салавей ; прадм. Ганны Энгелькінг. – Мінск : Беларуская навука, 2015. – 319 с.
11. Полацкі этнаграфічны зборнік. Вып. 2. Народная проза беларусаў Падзвіння : у 2 ч. / уклад., прадм. і паказ. У.А. Лобача. – Наваполацк : ПДУ, 2011. – Ч. 2. – 368 с.
12. Federowski, M. Lud białoruski na Rusi Litewskiej / M. Federowski. – Kraków : Wyd. Komis. Antropolog. Akad. Umiejetnosci, 1897. – Т. I. – 509 с.
13. Зямля стаіць пасярод свету... Беларускія народныя прыкметы і павер'і / уклад., прадм., пераклад, бібл. У. Васілевіча. – Мінск : Маст. літ., 1996. – Кн.1. – 591 с.
14. Полацкі этнаграфічны зборнік. Вып. 2. Народная проза беларусаў Падзвіння : у 2 ч. / уклад., прадм. і паказ. У. А. Лобача. – Наваполацк : ПДУ, 2011. – Ч. 1. – 292 с.
15. Никифоровский, Н.Я. Простонародные приметы и поверья, суеверные обряды и обычаи, легендарные сказания о лицах и местах. Собраны в Витебской губернии. / Н.Я. Никифоровский. – Витебск, 1897. – 336 с.
16. Абрадавы фальклор Гомельскага Палесся. / уклад., прадм.: В.С. Новак; рэд.: І.Ф. Штэйнер. – Гомель : Гомельскі цэнтр навукова-тэхнічнай і дзелавой інфармацыі, 1998. – 139 с.
17. Мішына, В.І. Структура і сімволіка традыцыйнага вясельнага абраду Лепельшчыны (канец XIX – першая палова XX стст.) / В. І Мішына // Нарысы гісторыі Лепельшчыны : зб. Артыкулаў / пад агул. рэд. Я.А. Грэбня, А.У. Стэльмах. – Віцебск : Віцеб. абл. друк., 2012 г. – с. 35-49.
18. Романов, Е.Р. Белорусский сборник / Е.Р. Романов. – Вып. 8. : Быт белорусса. – Вильна, 1912. – Вып. 1. – 9600 с.
19. Мороз, А. Деньги в мифологических представлениях и обрядовых практиках / А. Мороз, Н. Петров // Фетиш и табу: Антропология денег в России / сб. научных статей; сост. А. Архипова, Я. Фрухтманн. – М. : ОГИ, 2013. – С. 119–146.
20. Сысоў, У.М. Беларуская пахавальная абраднасць. Структура абраду, галашэнні, функцыі слова і дзеяння / У.М. Сысоў. – Мінск : Навука і тэхніка, 1995. – 182 с.
21. Карпекин, К. «Они жили в этом городе...» : Очерки истории лепельских евреев в 1840–1930-е гг. / К. Карпекин // Лепель: память о еврейском местечке / отв. ред. С. Амосова – М. : Центр “Сэфер” ; Ин-т славяноведения РАН, 2015. – 496 с.

Паступіў 20.12.2017

EXCHANGE AND TRADE IN THE BELARUSIAN TRADITIONAL SOCIETY AS A SUBJECT OF ETHNOLOGICAL RESEARCH

A. SUMKO

Exchange and trade in a traditional society differs significantly from the trading operations in an urban environment. In village society, exchange and trade, in addition to its utilitarian pragmatists always have several important additional projections, not typical for modern cities: the.

Keywords: *exchange. trade, socio-cultural and ritual-symbolical projections.*