

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2020.46.6.014

Ярмарочная торговля как феномен средневековой европейской культуры

Кравченко Елизавета Юрьевна

Аспирант,
Санкт-Петербургский государственный университет,
199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург,
Университетская наб., 7/9
e-mail: kravchenkoliz@mail.ru

Аннотация

В представленной работе автор подходит к феномену ярмарочной торговли как к одной из наиболее ярких моделей кросс-культурного взаимодействия в европейской средневековой истории. В статье проанализированы географические и социокультурные факторы, стимулирующие возникновение и дальнейшее функционирование ярмарочных торжищ. Автором предложено рассмотрение явления «дорожной революции» как закономерного результата экономической деятельности купеческого сословия. Также в статье изучены возможные версии наиболее полного и корректного определения термина «ярмарка». В ходе исследования основными источниками послужили концепции западных медиевистов и культурологов таких, как Ж. Ле Гофф, Ф. Бродель, Дж. Арриги, а также работы Р. Унгера и А. Алликса. В рамках отечественной историографии взяты во внимание теории А.А. Сванидзе и И.М. Кулишера.

Для цитирования в научных исследованиях

Кравченко Е.Ю. Ярмарочная торговля как феномен средневековой европейской культуры // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 6А. С. 125-134. DOI: 10.34670/AR.2020.46.6.014

Ключевые слова

Ярмарка, средние века, купечество, торговля, межкультурная коммуникация, Шампань, Италия.

Введение

В качестве одной из характерных черт средневековой европейской культуры и экономики стоит выделить ярмарочную торговлю, крайне значимую зону кросс-культурного взаимодействия. Вопрос о генезисе ярмарок представляется весьма непростым. Упоминания о некоторых ярмарочных торжищах приписывают к эпохе Римской империи, либо к раннему средневековью. Однако в полной мере говорить о феномене ярмарочной торговли мы можем лишь с XII-XIII вв. В отечественной историографии разработка проблемы отражена в основном в виде отдельных глав или параграфов работ по средневековой урбанистике, например, монография «Город в средневековой цивилизации Западной Европы» под редакцией А.А. Сванидзе, учебник И. М. Кулишера «История экономического быта Западной Европы»; в качестве самостоятельных исследований, касающихся развития ярмарочных городов, можно назвать статьи Л.А. Мельниковой. Спектр зарубежных источников значительно шире. Среди работ, использованных в настоящем исследовании, стоит выделить труды французских медиевистов Ж. Ле Гоффа, Ф. Броделя, итальянского экономиста и социолога Дж. Арриги, а также статьи Р. Унгера и А. Алликса, посвященные средневековой коммерции и географии ярмарок соответственно.

Европейская экономика XIII-XV вв. сформирована двумя регионами – Южным (средиземноморским) и Северным, то есть Ганзейским союзом. Средиземноморская зона сложилась в большей степени благодаря итальянским морским республикам (Амальфи, Венеция, Пиза и Генуя), а также крупнейшим экономическим центрам Апеннинского полуострова (Флоренция, Сиена, Милан).

Обе зоны представляли собой «мир-экономики» [Бродель, 1992, 14] и не были изолированы друг от друга, остро нуждаясь в контактах и выгодном взаимодействии. Последнее проявлялось не только в интенсивном товарообмене, но, прежде всего, в диалоге культур, который характеризуется передачей ценностей, а также заимствованием практик, стимулирующих развитие торговых связей, рост городов и налаживание системы коммуникаций в Европе. Одним из первых проявлений взаимодействия Севера и Юга стали международные ярмарки в Шампани. Однако эпохе расцвета ярмарочной торговли предшествовал кризис дорожной системы, который, как мы увидим позже, будет преодолен в ходе развития хозяйственно-экономической структуры средневековой Европы и становлении купеческого сословия.

Проблемы средневековой системы коммуникаций в Европе, возможность создания единого европейского рынка, а также обсуждение и решение вопросов безопасности на международном уровне чрезвычайно важны для более глубокого осмысления феномена зарождения протокапиталистических отношений, а также процесса межкультурного взаимодействия в Европе XII-XV вв. Этим обусловлена актуальность представленного исследования.

Основные предпосылки для создания международных ярмарок

Исследователи выделяют несколько причин, способствующих созданию крупных ярмарок. Во-первых, практически все ученые, ставящие своей целью изучить феномен ярмарочной торговли, выводят на первое место выгодное географическое положение, а именно пересечение основных торговых магистралей. При этом ярмарки могут содействовать росту близлежащих населенных пунктов или даже способствовать основанию городов. Из этого следует, что города, находящиеся на пересечении торговых путей, имеют большие возможности для расцвета.

Так, в XII-XIII вв. географическое положение Шампани сочетало в себе пересечение всех мировых торговых путей, что обусловило образование группы городов на северо-востоке современной Франции (Труа, Бар-сюр-Об, Провен и Ланьи-сюр-Марн), которая являла собой успешный опыт средневековой ярмарочной торговли. Исследуя вопрос межкультурного взаимодействия, важно отметить, что взлету шампанской торговли способствовало следующее обстоятельство. Дело в том, что Графство Шампань до начала XIV в. не входило в состав Франции и являлось самостоятельным, представляя собой нейтральную территорию, которая сочетала все необходимые условия для активного товарообмена, поскольку в этом случае ярмарка была некой временной «зоной перемирия», изолированной от военных конфликтов и политических разногласий.

Во-вторых, одной из причин, благоприятствующих зарождению ярмарки, выступают социальные мотивы, например, совпадение с христианскими праздниками, значимыми городскими событиями. Первая известная нам ярмарка, приуроченная к христианскому празднику, была организована в Сен-Дени в 629 г. [См. Allix, 1922, 535]. Хотя французский географ начала XX в. А. Алликс не рискует называть совпадение с христианскими праздниками слишком существенным, можно предположить, что подобные пересечения способствовали расширению масштабов ярмарочного торга.

В-третьих, А. Алликс уделяет особое внимание наличию близкого расположения региона, обладающего узкой специализацией, то есть производством определенных категорий товаров. Таковыми стали центры сукноделия (Лилль, Ипр) или же Лукка, крупнейший экспортер шелка.

В завершение, обозначим такой фактор, как согласие на проведение ярмарки со стороны феодала, на земле которого осуществляется торг. Нужно подчеркнуть, что наличие согласия является крайне важным замечанием, поскольку зарождение средневековых ярмарок совпадает с эпохой феодализма, и лишь потом, с XI-XII вв., благодаря городам Северной Италии рождается феномен коммунальных революций, а именно освобождение городов от власти феодала и учреждение городских муниципалитетов.

Резюмируя вышесказанное, перечислим основные предпосылки, которые бы способствовали возникновению крупнейших европейских ярмарок эпохи средневековья. Среди трех основных можно указать географическое положение и пересечение торговых путей; согласие феодала или же других властей на проведение ярмарки; наличие у города экономической специализации; в качестве дополнительного стимула можно отметить социальные факторы, то есть совпадение с религиозными или городскими событиями.

«Дорожная революция»

Более подробно осветить вопрос функционирования ярмарочной торговли и ее влияния на систему коммуникаций в Европе помогает обращение к реалиям системы сообщения между европейскими городами на момент XI-XII вв. Все средневековые маршруты условно можно разделить на три категории. В первом случае они проходили по сухопутным дорогам, большинство из которых заложено римлянами и являлось пригодным для переброса войск на дальние расстояния, нежели для торговли. Ситуация усугублялась опасностью многочисленных разбоев, а также замедлением скорости товаропотока в силу запустения и разрушения дорог. Со временем на пересечении сухопутных маршрутов расцвели ярмарки в Кьери и Милане (города Ломбардской лиги), Болонье, Пистойе и Сиене. В след за А. Алликсом в некоторых случаях можно определить и добавить также специализацию города, например, в Сиене таковым

являлось банковское дело.

Вторым вариантом передвижения стали речные маршруты, соответственно весьма успешным средством коммуникации была полноводная река и пристань к ней, а важную роль играли впадающие притоки, возможность судоходства, наличие приливов и отливов, которые бы позволяли осуществлять погрузку товаров. Яркими примерами в данном случае выступят города Шампанского региона, которые сочетали в себе пересечение и речных, и сухопутных линий; во Фландрии крупными точками торгового и культурного обмена стали Тур, на Апеннинском полуострове Альба, Пьяченца («ярмарка векселей» [Белобородько, 2017, 123]), Верчелли, Павия и Флоренция, крупнейший центр банковского дела.

Но именно третий путь, морской, лег в основу европейской торговой системы, поэтому экономическое развитие наблюдается преимущественно в портовых городах. Речной или морской порт составлял главное сосредоточение городской жизни, являясь продолжением любой сухопутной коммуникации. Среди этих городов можем выделить Гент, Антверпен, Брюгге, Венецию и Геную.

Как мы выяснили, наибольшие неудобства доставляло сухопутное передвижение, тем не менее именно оно было наиболее распространенным. Так возникла необходимость кардинальных преобразований и восстановления европейской дорожной системы. Организацией дорожной коммуникации Европа обязана римлянам. Но в эпоху раннего средневековья ведению дорогами и мостами в политике отводилось все меньшее место, именно по этой причине к X в. большинство римских магистралей пришло в негодность, и подобная ситуация сохранялась вплоть до XI века. Не стоит полагать, что ремонт дорог или строительство новых мостов не производились вовсе, однако, финансированием подобных работ занимались сеньоры, которые с малой долей вероятности стремились содействовать торговле, «... это происходило в известной мере вопреки им самим, ибо, оставаясь в логике феодальной системы, они делали это не с целью экономической выгоды, но ради фискального взимания, феодального побора» [Ле Гофф, 1992, 214].

Первые шаги по реорганизации дорожной системы со стороны городских властей предприняты именно в городах Северной Италии, то есть свободных городах, избавившихся от бремени феодальной зависимости. Речь идет о Турине, Генуе, стремившейся наладить коммуникацию с Туринном и Миланом, и Пизе [См. Szabò, Guglielmotti, Ronzani, 1986, 81]. Эти нововведения демонстрируют нам возвращение статуса дорог как предмета общественного ведения. Новая система дорожного контроля подразумевала защиту, обеспечение безопасности, а также охрану объектов, расположенных вдоль магистралей, как это и было организовано в эпоху Римской империи.

Необходимость в защите существовала всегда, тем не менее непосредственные меры по содержанию дорог были реализованы только с начала XII века, чего требовало стремительное экономическое развитие европейского региона. Ярмарочная торговля связана, прежде всего, с кочевничеством, купец для поддержания своего дела, подобно странникам иномадам, следовал от одного торжища к следующему, поэтому вопросы передвижения интересовали в большей степени негоциантов. В XII веке в Милане, Сиене, Пистойе и Модене именно купеческое сословие обратилось за помощью к муниципалитетам. Таким образом, негоцианты сделали первый шаг к преобразованиям дорожной системы, а обсуждение проблем безопасности, защиты населения, имущества граждан достигло международного масштаба. Рассмотренный феномен средневековой культуры находит отражение в истории Римской империи, периоде

длительного мира — Pax Romana. В течение двух веков на рубеже тысячелетий империя не знала крупных войн, дороги находились в безопасности, а для непрерывного ведения торговли и роста городов были созданы необходимые условия.

Поскольку вопросы безопасности первоначально касались именно города и округа, ответственным институтом стали местные муниципалитеты. Начиная с XII в. муниципалитеты назначили ряд специальных должностных лиц ответственными не только за общую защиту мира, но и поддержание порядка на дорогах, в том числе обеспечение передвижения купцов и паломников, а также сохранение их имущества. Таким образом, с XIII в. защита дорог и строительство мостов становится стабильной задачей административной политики муниципалитетов.

Подводя итоги, можно заключить, что новая политика, обусловленная достижением экономических целей, во-первых, достигла организации порядка внутри города. Во-вторых, способствовала реформе административного устройства городов, то есть местных органов власти. В конечном счете, преобразования привели к качественной «революции» дорожной системы.

Ярмарка как зона межкультурного взаимодействия и обмена

Важно подчеркнуть, что Ж. Ле Гофф связывает ярмарочную торговлю с отсутствием единого пространства, поскольку вся экономика Европы в таком случае выглядит достаточно раздробленной, а ярмарки являлись независимыми друг от друга зонами, часть из которых, пользуясь терминологией медиевиста, можно назвать лишь «местными рынками». Здесь можно поспорить с суждением Ле Гоффа относительно обособленности европейских ярмарок. Ярмарки, имеющие международный статус, стимулировали культурный обмен, налаживание торговых связей, денежный оборот и стремление к унификации монетной системы.

Кроме того, анализ географии ярмарочной торговли позволяет установить, что перечисленные города не размещены хаотично на европейской карте. Созвездия ярмарочных городов находятся в определенных регионах, а города внутри каждой группы не разделены между собой значительными расстояниями, что бы могло препятствовать их сообщению. Данное обстоятельство является весьма существенным для понимания устройства ярмарочной торговли. Зачастую с понятием ярмарка употребляется термин «сезонность», что требует уточнений. Ярмарка того или иного региона занимала несколько городов и постепенно переходила из одного населенного пункта в другой, чтобы торговля не имела длительных перерывов и образовывала постоянно функционирующий рынок. Бродель предлагает сравнить карту ярмарок Европы с ярмарочным календарем, в результате чего просматривается определенная закономерность, которая позволяла передавать эстафету друг другу в течение года. То есть, можно предположить, что понятие «сезонность» скорее применимо к конкретному городу, которому были необходимы паузы для восстановления, в то время как в рамках региональной или общеевропейской торговли сезонность практически не просматривается, а ярмарочная торговля функционирует непрерывно.

Важной характеристикой средневековых ярмарок является способность быть посредниками как горизонтального, так и вертикального взаимодействия: «Их роль заключалась в том, чтобы разрывать слишком узкий круг обычных обменов» [Бродель, 1988, 68], — обобщает Ф. Бродель. Соответственно, крупные международные ярмарки представляют собой площадки, где разворачивался обмен горизонтальный, то есть региональный или международный. В свою

очередь, вертикальный обмен отражает взаимосвязь между городом и деревней: «Примечательной чертой раннекапиталистических отношений в производстве и в соответствующей деятельности торговцев было включение в эту сферу деревни, крестьянства — за счет сельских домашних промыслов и ремесел» [Сванидзе, 1999, 24], — пишет А.А. Сванидзе. То есть, помимо производства, в сферу торговли активно входило крестьянство и его домашние ремесла, результаты которого также включались в товарооборот, а город и городские ярмарки плотно взаимодействовали с прилегающими территориями и консолидировали продукты и товары, производимые в округе.

Определение термина «ярмарка»

Перейдем к существующим в научном обороте определениям термина Ярмарка. В начале XX в. французский географ Андре Алликс попытался сформулировать наиболее исчерпывающую, на его взгляд, формулировку. Говоря словами исследователя, ярмарка является неким временным или странствующим городом, предназначенным для торговых нужд [См. Allix, 1922, 568]. Определять ярмарочное торжище лишь как зону, район или пригород будет некорректно, поскольку вся система обладает весьма сложным административным устройством. Например, отечественный историк А.А. Сванидзе наделяет ярмарку достаточно узким смыслом: «Сезонное широкое торжище, которое служило целям оптовой, международной и местной торговли» [Сванидзе, 1999, 13], что зачастую совпадает и с энциклопедическими толкованиями.

С утверждением российского историка можно поспорить, ведь в действительности ярмарки обладали слишком сложной внутренней организацией, чтобы идентифицировать их исключительно как торжища. Ярмарки предусматривали собственные уставы, обеспечивающие гарантию защиты, участникам предоставлялся специальный документ-паспорт, обязательной являлась регистрация товаров, существовал обмен валюты. Более того, большинство ярмарок предполагает размещение купцов и их проживание в пределах ярмарки (строительство складов и гостиниц). Также отечественный ученый Кулишер настаивает на том, что именно рынок дал основу общегородскому праву: «Все городское право, городской мир (Stadtfrieden) возникли из того рыночного права, из того мира, который обеспечен всякому на рынке и по дороге на рынок» [Кулишер, 2004, 221]. Исследователь имеет в виду организацию рыночного суда, надзор за мерами и весами, выдачу паспортов участникам и обеспечение охраны порядка.

В дополнение в работе Кулишера мы встречаем разведение понятий «торгового города» и «ярмарочного города». Первый тип он наделяет собственным слоем купечества (активного участника ярмарок вне города), при этом внутри торговых городов международный обмен был организован крайне редко (по Кулишеру, Венеция, Генуя, Любек, Гамбург, Нюрберг и др.). Второй тип нам демонстрируют города – «ярмарочные пункты» [Кулишер, 2004, 300], не имеющие собственного купечества, но в силу географического положения ставшие весьма выгодной территорией для международного обмена. При этом жизнь местных жителей была тесно сопряжена с ярмарочной культурой и породила целый ряд профессий, обслуживающих ход ярмарки (грузчики, менялы, экспедиторы). К ним относят города Шампани, Франкфурт-на-Майне, Женева, Лион (где основную власть сосредотачивали именно итальянские банкиры), Антверпен.

Генуэзские и венецианские ярмарки требуют отдельного рассмотрения. Как мы видим, Кулишер относит их к торговым городам без собственных ярмарок. Однако это не совсем верно.

У того же Ф. Броделя можно найти подробный обзор ярмарки Вознесения в Венеции, которая могла собирать по меньшей мере 100 тыс. человек [См. Бродель, 1988, 75]. Кроме того, ярмарка являлась грандиозным театрализованным представлением, которое разворачивалось на площади Св. Марка.

Что касается Генуи, в некоторых источниках она определяется как исключительно торговый, не ярмарочный город, в других же как место проведения ярмарочных торгов в том числе. Пожалуй, наиболее полное разъяснение мы можем найти у современного итальянского экономиста Дж. Арриги: «Генуэзцы изобрели новый обмен, — саркастически замечал флорентинец Бернардо Даванцати в 1581 году, — который они называют безансонскими ярмарками — по тому месту, где они проводились изначально. Но теперь они проводятся в Савойе, Пьемонте, Ломбардии, Тренто, только не в Генуе, и везде, где угодно генуэзцам. Поэтому их лучше называть *Utopie*, то есть ярмарками без места» [Арриги, 2006, 130]. Иначе говоря, генуэзские ярмарки можно рассматривать как отдельный культурный феномен, Арриги сравнивает эту особенность с правом преодоления национального государства, то есть понятием нетерриториальности. Поначалу генуэзские ярмарки базируются в самой Генуе, далее в Безансоне, а потом уже в тех местах, где пересекаются не торговые пути, но актуальные на тот момент потоки векселей, драгоценных металлов и контрактов. Таким способом генуэзцам удалось наладить систему накопления, которую Арриги считает важнейшей и даже основополагающей для зарождения капитализма.

Также нужно отметить, что ярмарки тесно сопряжены с феноменом кочевничества. Самая древняя связь между караванной торговлей и ярмаркой относит нас к XIX в. до н.э. в Китай, подобные свидетельства мы также можем найти в истории Древней Индии, Вавилона и Египта. Разумеется, существуют целый перечень городов, знаменитых своими средневековыми ярмарками. Однако далеко не все из них можно отразить на карте, то есть миграция была свойственна не только купцам, но и самим торжищам. Это значит, что ярмарка обладает непрочной связью с конкретным населенным пунктом, являясь институтом странствующей торговли, не всегда связанной с фиксированным городом.

Ярмарка представляла собой город эфемерный, по словам Ф. Броделя, и ярмарка является «настоящей», если сама становится городом [См. Бродель, 1988, 69]. Ученый отмечает, что город даже перестраивал порой свои площади для организации ярмарочного торга, то есть город фиксированный подчинялся ярмарочному. А. Алликс отмечает особое видение ученого М. Ролетто, который определяет ярмарку как город «паразитический» [Allix, 1922, 568]. Иными словами, ярмарка – это город, который вторгается в систему города фиксированного для достижения своих экономических целей, пользуясь его географическим положением.

Выводы

Американский медиевист Ричард В. Унгер проводит параллель между сложившейся системой торгового обмена в XIII-XV вв. и феноменом глобализации [См. Unger, 2015, 11], хотя отмечает, что это существенное преувеличение по отношению к результатам коммерческой экспансии средневековья. Так или иначе, не поддается сомнению тот факт, что к концу XIII в. по всей Евразии шел регулярный торговый и культурный обмен, поэтому введение термина «революция» может быть вполне допустимо по отношению к культурным процессам XIII-XV вв. Благодаря новой системе коммуникации европейцы добились снижения транспортных издержек, что привело к увеличению объемов торговли, первичному накоплению капитала и,

как следствие, зарождению протокапиталистических отношений.

Российский экономист А.М. Белобородько подчеркивает значимость ярмарочной торговли для развития такого современного экономического инструмента, как посредничество, то есть института брокерства: «Новая архитектура городских и ярмарочных торговых площадок предлагала оптимальные условия для транзакционных сделок на средневековом рынке» [Белобородько, 2017, 124]. В этом смысле имеется в виду архитектура как комплекс экономических отношений, а не результат зодчества. Таким образом, ситуация, требующая участия брокера для переговоров двух сторон, в особенности, если обе оказывались иностранными по отношению к городу, где проводилась ярмарка, могла возникнуть именно в рамках ярмарочной торговли.

Упадок ярмарочной торговли, связывают, прежде всего, с эпохой Великих географических открытий и ориентиром на земли Нового Света. Следующим обстоятельством выступает смещение основных экономических потоков на север Европы и гегемония Амстердама, который ярмарочным городом никогда не был и склонялся к непрерывной торговле и постоянно действующему денежному рынку. То есть ярмарочный тип торговли уже не успевал идти в такт с ускоренным жизненным ритмом.

Налаженная к XIII в. система коммуникаций и безопасности в Европе обусловила быстрые темпы экономического развития XIII-XV вв. Появление нового европейского культурного пространства, гораздо более унифицированного по сравнению с ранним средневековьем, а также усилившийся поток научных достижений и знаний были результатом контактов, созданных, прежде всего, торговлей. Так XII-XV вв. представляют собой эпоху масштабных межкультурных взаимовлияний, как мы выяснили, одним из которых становится ярмарочная торговля. Ярмарка представляет собой не просто некое торжище, она является городом-номадом, посредником вертикального и горизонтального обмена и репрезентантом кросс-культурного взаимодействия. Таким образом, экономическая история становится важнейшим аспектом анализа культурных процессов XII-XV вв.

Библиография

1. Арриги Дж. Долгий двадцатый век. Деньги, власть и истоки нашего времени. М.: Территория будущего, 2006. 472 с.
2. Белобородько А.М. Архитектура, дизайн и дизайнеры средневекового рынка // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2017. №2 (39). С. 119-125.
3. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. М., 1988. Т. 2. 632 с.
4. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. М., 1992. Т. 3. 679 с.
5. Капатти А., Монтанари М. Итальянская кухня. История одной культуры. М.: Новое литературное обозрение, 2006. 480 с.
6. Кулишер И. М. История экономического быта Западной Европы. 9-е изд. Челябинск: Социум, 2004. Т. 1. 1030 с.
7. Ле Гофф Ж. Средневековье и деньги: очерк исторической антропологии. СПб.: Евразия, 2010. 224 с.
8. Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада. М.: Издательская группа Прогресс, Прогресс-Академия, 1992. 376 с.
9. Луццатто Дж. Экономическая история Италии: античность и Средние Века. М.: Наука, 1954. 457 с.
10. Мельникова Л.А. Развитие ярмарочных городов в западной Европе в средние века // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2011. Т. 10, № 10. С. 98-102.
11. Сванидзе А.А. Торговля и купечество: Контуры «общественного обмена веществ» западноевропейского средневековья // Сванидзе А.А. (ред.) Город в средневековой цивилизации Западной Европы. М., Наука, 1999. Том 2. С. 8-26.
12. Allix A. The Geography of Fairs // Geographical Review. Vol. 12, №. 4, 1922. PP. 532-569.
13. Doren A., Luzzatto G. Storia economica dell'Italia nel medio evo (Wirtschaftsgeschichte Italiens im Mittelalter) // Annali di Economia. Milano, Università commerciale Luigi Bocconi. Vol. 11, 1936. PP. 1-668.

14. Szabò T., Guglielmotti P., Ronzani M. La politica stradale dei comuni medievali italiani // Quaderni storici, Nuova serie. Vol. 21, № 61 (1), 1986. PP. 77-115.
15. Unger R.W. Commerce, Communication, and Empire: Economy, Technology and Cultural Encounters // Speculum. Vol. 90, № 1, 2015. PP. 1-27.

Trade fairs as a phenomenon of medieval European culture

Elizaveta Yu. Kravchenko

Postgraduate,
Saint Petersburg State University,
199034, 7/9, Universitetskaya embankment,
Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: kravchenkoliz@mail.ru

Abstract

In this work, the author suggests that the phenomenon of medieval fair trade be treated as one of the most striking models of cross-cultural interaction in the context of European culture. The subject of the research is medieval fair. The purpose of the work is to study the impact of trading at fairs on the culture and economy of medieval Europe. The research methodology is based on the interdisciplinary approach and cross-cultural analysis. The article analyzes geographical and sociocultural factors promoting emergence and further functioning of trade fair events. The author suggests that the phenomenon of the “road revolution” be considered as an expectable result of merchants’ economic activity. In addition, the study will establish that trading at fairs is a hub for vertical and horizontal exchange, being one of intercultural interaction models. Furthermore, the article explores possible versions of the most comprehensive and correct definition for the term “fair”. Fair is an ephemeral city, in other words, a nomad able to overmaster the permanent city. Thus, economic aspects can be considered for a deeper study of the cultural processes in medieval Europe. The main sources used include concepts of Western medievalists and culture experts such as J. Le Goff, F. Braudel, J. Arrighi, as well as works by R. Unger and A. Allix. Within Russian historiography, theories of A.A. Svanidze and I.M. Kulisher have been considered.

For citation

Kravchenko E.Yu. (2019) Yarmarochnaya trgovlya kak fenomen srednevekovoi evropeiskoi kul'tury [Trade fairs as a phenomenon of medieval European culture]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 9 (6A), pp. 125-134. DOI: 10.34670/AR.2020.46.6.014

Keywords

Fair, Middle Ages, merchant class, trade, commerce, cross-cultural communication, Champagne, Italy.

References

1. Arrighi G. (1996). *Il lungo XX secolo: denaro, potere e le origini del nostro tempo*. Il Saggiatore. (Russ. ed.: Arrighi Dzh. (2006) Dolgij dvadcatyj vek. Den'gi, vlast' i istoki nashego vremeni. Moscow: Territorija budushhego Publ.).
2. Beloborod'ko A. M. Arhitektura, dizajn i dizajneri srednevekovogo rynka [Architecture, design and designers of the

- medieval market]. *Nauchnyj vestnik: finansy, banki, investicii*, 2017, no. 2 (39), pp. 119-125.
3. Braudel F. (1979) *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe-XVIIIe siècle*. Armand Colin. (Russ. ed.: Brodel' F. (1988). Material'naja civilizacija, jekonomika i kapitalizm, XV–XVIII vv. T. 2. Moscow: Progress Publ.).
 4. Braudel F. (1979) *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe-XVIIIe siècle*. Armand Colin. (Russ. ed.: Brodel' F. (1992). Material'naja civilizacija, jekonomika i kapitalizm, XV–XVIII vv. T. 3. Moscow: Progress Publ.).
 5. Capatti A., Montanari M. (1999) *La cucina italiana. Storia di una cultura*. Laterza. (Russ. ed.: Kapatti A., Montanari M. (2006) Ital'janskaja kuhnja. Istorija odnoj kul'tury. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ.).
 6. Kulisher I. M. (2004) *Istorija jekonomicheskogo byta Zapadnoj Evropy*. 9th ed. T.1. Chelyabinsk: Socium Publ.
 7. Le Goff G. (2010) *Le Moyen Âge et l'argent: Essai d'anthropologie historique*. Perrin. (Russ. ed.: Le Goff Zh. (2010) Srednevekov'e i den'gi: ocherk istoricheskoy antropologii. Saint Petersburg: Evrazija Publ.).
 8. Le Goff G. (1984) *La civilisation de l'Occident Médiéval*. Arthaud. (Russ. ed.: Le Goff Zh. (1992) Civilizacija srednevekovogo Zapada. Moscow: Izdatel'skaja gruppa Progress, Progress-Akademija Publ.).
 9. Luzzatto G. (1949) *Storia economica d'Italia: L'Antichità e il Medioevo*. Edizioni Leonardo. (Russ. ed.: Luccatto Dzh. (1954) Jekonomicheskaja istorija Italii: antichnost' i Srednie Veka. Moscow: Nauka Publ.).
 10. Mel'nikova L.A. Razvitie jarmarochnyh gorodov v zapadnoj Evrope v srednie veka [Development of fair towns in Western Europe during the Middle Ages]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija, filologija*, 2011, t. 10, no 10, pp. 98-102.
 11. Svanidze A.A. (1999) Torgovlja i kupechestvo: Kontury «obshhestvennogo obmena veshhestv» zapadnoevropejskogo srednevekov'ja. In Svanidze A.A. (ed.) *Gorod v srednevekovoj civilizacii Zapadnoj Evropy*. T. 2. Moscow: Nauka, pp. 8-26.
 12. Allix A. (1922) The Geography of Fairs. *Geographical Review*, vol. 12, 4, pp. 532-569.
 13. Doren A., Luzzatto G. (1936) Storia economica dell'Italia nel medio evo (Wirtschaftsgeschichte Italiens im Mittelalter). *Annali di Economia*, vol. 11, pp. 1-668.
 14. Szabò T., Guglielmotti P., Ronzani M. (1986) La politica stradale dei comuni medievali italiani. *Quaderni storici, Nuova serie*, vol. 21, 61 (1), pp. 77-115.
 15. Unger R.W. (2015) Commerce, Communication, and Empire: Economy, Technology and Cultural Encounters. *Speculum*, vol. 90, 1, pp. 1-27.