

УДК 39: 347.71 (571.651)

# Вещный мир торговли: экономико-этнографический ракурс (к вопросу о взаимоотношениях коренных жителей Чукотки с американскими и русскими торговцами в конце XIX — первой четверти XX в.)<sup>1</sup>

**Анастасия Алексеевна Ярзуткина**,  
кандидат исторических наук, научный  
сотрудник Северо-Восточного комплекс-  
ного научно-исследовательского инсти-  
тута им. Н.А. Шило ДВО РАН, Анадырь.  
E-mail: jarzut@mail.ru



В статье описывается ассортимент товаров, используемых в обмене между русскими, а также зарубежными торговцами и коренными жителями Чукотки. Предметы рассматриваются в контексте их значения для человека и в плане отражения культурного и социального взаимодействия участников торговли. Проведена предварительная типологизация предметов обмена между американскими, русскими торговцами и коренными жителями Чукотки. Проанализированы важные процессы в развитии торговых отношений: включение отдельных промышленных товаров в культуру и хозяйство коренных народов Чукотки и трансформация значимых предметов традиционной культуры в товары. Делается вывод, что применение экономико-этнографического подхода к исследованию вещного пространства торговли позволяет выявить влияние мировоззренческих установок на экономическое поведение собственников в процессе торговли и мотивацию в принятии решения о покупке или продаже товара.

**Ключевые слова:** вещь в культуре, экономика, этнография, торговля, обмен, товары, коренные жители Чукотки, американские торговцы, русские купцы.

**The material world of commerce: the economic and ethnographic aspect (to the problem of interrelations among the indigenous population of Chukotka and American and Russian traders at the end of XIX — the first quarter of the XX-th cent.**

**Anastasiya Yarzutkina**, Cand. Sc. (History), researcher of the Northeast Complex Research Institute named after N. Shilo, FEB RAS, Anadyr.

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Торговые отношения американцев и русских с коренным населением Чукотки в конце XIX — первой четверти XX в.: экономико-этнографический аспект» № 11-31-00325a2.

The publication describes the range of goods used in the exchange among Russian and foreign traders and the indigenous people of Chukotka. The items are considered in the context of their value for a human and as expression of cultural and social interaction among traders. The author has made a preliminary categorization of the items to be exchanged among the American, Russian traders and the indigenous people of Chukotka. The author also gives analysis of important processes in the development of trade relations: the inclusion of certain industrial products into the culture and economy of the indigenous peoples of Chukotka and the transformation of significant items of traditional culture into commodities. It is also concluded that the use of economic and ethnographic approach to the study of corporeal space of commerce reveals the influence of worldviews on the economic behavior of the owners in the trading process and motivation in the decision to buy or sell the goods.

**Key words:** an item in culture, economy, ethnography, trade, exchange, commodities, the indigenous people of Chukotka, American traders, Russian merchants.

Крупнейший российский этнограф С.А. Токарев писал, что материальный предмет не может интересовать учёного вне социального бытования, т.е. места в жизни человека, который его создал и использует. Более того, для этнографа не столько важны отношение вещи к человеку и отношение человека к вещи, сколько отношения между людьми по поводу данной вещи [14, с. 3]. Всё, используемое в процессе торговли для обмена, может являться объектом этнографического исследования при условии изучения каждого предмета в контексте значения для человека либо как фактора культурного и социального взаимодействия участников торговли. Вместе с тем, учитывая, что сам процесс торговли представляет собой явление экономического порядка, вещи, включённые в него, не могут быть рассмотрены вне своего экономического значения (полезности, степени удовлетворения потребностей, цены, спроса и т.д.).

Детальное и системное рассмотрение вещи-товара<sup>2</sup> в экономическом, культурном, психологическом и других аспектах впервые было предпринято маркетологами. Однако в маркетинге<sup>3</sup> подобные исследования проводятся для продвижения новой продукции либо её внедрения на рынок. Соответственно, классификации товаров основываются на характере потребления и поведении покупателя. В историческом контексте вещи-товары исследовались попутно с описанием истории торговых отношений между различными сообществами. Заслуга рассмотрения истории отдельных предметов торговли и их роли в экономике и политике различных стран и народов с точки зрения психологии и каждодневных прак-

<sup>2</sup> Мы применяем термин «вещь-товар» по аналогии с принятым в этнографии и культурологии принципом обозначения функции определённой группы материальных предметов для человека — вещь-знак, вещь-символ и т.д.

<sup>3</sup> Отделение маркетинга от экономической теории относят к 30-м гг. XX в. и приурочивают к созданию в США Американской маркетинговой ассоциации и периодического органа — «Journal of Marketing» [7, с. 4].

тик человека принадлежит Ф. Броделю [3]. В настоящее время товары (как часть вещного мира, отражающего дух времени) и отношение к ним людей в исторической ретроспективе являются областью исследования историков повседневности и вещеведов<sup>4</sup>. Мы попробуем обозначить перспективы экономико-этнографического изучения вещного мира торговли, происходившей между американскими, русскими торговцами и коренным населением Чукотки в конце XIX — первой четверти XX в.

В обозначенный период Чукотский полуостров был пространством активных торговых контактов между представителями принципиально различных по экономическому и социально-политическому укладу обществ. Русские торговцы стали проникать сюда с самого начала колонизации крайнего северо-востока России (середина XVII в.) и к концу XIX в. прочно обосновались в западной части Чукотки. Американские предприниматели-европейцы, начавшие контактировать с коренным населением этих земель с 40-х гг. XIX в. [16], к началу XX в. проводили торговые операции по всему восточному побережью Чукотского полуострова.

У аборигенных народов (чукчи, эскимосы, эвены, юкагиры и др.), ведущих традиционный образ жизни, к середине XIX в. уже был сформирован спрос на отдельные виды промышленных товаров, и сфера их потребностей продолжала постепенно расширяться за счёт развития техники и появления новых товаров на рынке США и России. Интерес американских и русских предпринимателей на Чукотке вызывали продукты традиционной хозяйственной деятельности аборигенного населения. Приоритетными были пушнина, моржовый клык, мамонтовая кость, китовый ус, меховая одежда. Ассортимент предлагаемых коренными жителями предметов торговли также увеличивался за счёт развития декоративного творчества, в т.ч. косторезного искусства.

Для анализа вещного мира торговли необходимо реконструировать набор вещей-товаров, имеющих обращение между торговцами и аборигенным населением Чукотки. Источниками информации выступают воспоминания иностранных предпринимателей, которые вели торговлю на полуострове [15; 17; 19]; отчёты и путевые записи российских исследователей, путешественников, должностных лиц [5; и др.]; описи товаров торговых фирм, действующих на крайнем северо-востоке России [ГАМО. Ф. Р—39. Оп. 1. Д. 3, 15, 18], и документы делопроизводства советского периода: протоколы заседаний, постановления, переписка местных органов с вышестоящими, доклады, обзоры, телеграммы партийных, советских и народно-революционных органов, в которых содержатся сведения о торговле иностранцев, описание проблем снабжения Чукотки товарами первой необходимости и материалы по национализации товаров

<sup>4</sup> Реалогия, вещеведение (от лат. *res* 'вещь') — гуманитарная дисциплина, изучающая единичные вещи и их экзистенциальный смысл в соотношении с деятельностью и самосознанием человека.

иностранных и русских торговцев<sup>5</sup>. Некоторую наглядную информацию могут дать экспонаты музейных коллекций и фотографии, сделанные учёными и путешественниками в конце XIX — начале XX в.

Кроме данных об обмениваемых, завозимых и вывозимых товарах, в документах содержатся сведения о разновидностях предметов торговли, их цене, эквивалентах обмена и т.д. Поскольку наша задача выходит за рамки простого описания ассортимента, важным источником, позволяющим провести культурную интерпретацию вещей-товаров, оказываются полевой этнографический материал и сведения об отдельных аспектах культуры коренных народов Чукотки, опубликованные учёными-этнографами.

Исследование вещного пространства торговли в экономико-этнографическом ракурсе предполагает учёт результатов этнографических работ, в которых рассматривались общие закономерности семантизации вещей и их символических функций (А.К. Байбурин, Вяч. Вс. Иванов, Н.И. Толстой, А.Л. Топорков, В.Н. Топоров, Т.В. Цивьян и др.); социологов и философов, изучавших социокультурную и знаковую сущности вещи (Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Т. Веблен, Г.С. Кнабе, Ю.М. Лотман и др.) и вещь как элемент конкретно-исторических экономических отношений (К. Маркс).

Вещный мир торговли, даже если рассматривать только вещи-товары, выделяющиеся по степени спроса, очень широк и разнообразен и, соответственно, требует типологизации. Как справедливо отметил Ж. Бодрийяр, критериев классификации может быть почти столько же, сколько самих вещей: это и величина, и степень функциональности (как вещь соотносится со своей объективной функцией), и связанная с вещами жестуальность (богатая или бедная, традиционная или нет), а также форма, долговечность и т.д. [2, с. 10]. Разделение вещей-товаров и их группировка по некоторым общим основаниям и признакам в каждом отдельном случае будут специфическими. Попробуем обозначить критерии для типологизации вещей-товаров, используемых в процессе обмена между американскими и русскими предпринимателями и коренным населением в конце XIX — первой четверти XX в.

Учитывая уровень экономического и технического развития торгующих между собой сообществ, предметы торговли можно разделить на две группы — *промышленные товары* (продукты промышленного производства, завозимые иностранными торговцами) и т.н. *доиндустриальные товары*, получаемые/производимые в рамках традиционной хозяйственной деятельности коренным населением Чукотки и являющиеся продуктами ручного труда либо результатом промысла.

---

<sup>5</sup> В частности фонды Р—188, Р—191, Р—192 Гос. архива Чукотского АО; фонды Р—18, Р—39, 12 ГАМО (Гос. архива Магаданской области); фонды 2422, 2485 РГИА ДВ (Рос. гос. ист. архива Дальнего Востока).

*Промышленные товары* были разнородными: это и продукты питания, и технические средства, и бытовые предметы. Типологизируя эти вещи по целевому назначению, можно выделить орудия труда, предметы бытового обихода, предметы для развлечений, одежду, продукты питания, алкоголь, табак и т.д. (однако подобное разделение весьма условно<sup>6</sup>). Набор товаров, предлагаемых русскими купцами, отличался от ассортимента американских торговцев.

Антропологи А. Рэй и Дж. Фримен делили промышленные товары, поступающие к индейцам северо-запада Канады от европейцев компании Гудзонова залива, на три группы: статусные, утилитарные и потребительские предметы роскоши. Все вещи участвовали в торговой церемонии — важном этапе торгового процесса. На первом этапе, когда происходил обмен дарами перед началом торговли, европеец дарил торговому агенту-индейцу статусные товары, а остальным участникам — потребительские предметы роскоши. На втором, при бартерной торговле, кроме потребительских предметов роскоши, уже были задействованы утилитарные товары. На третьем, после непосредственного обмена, торговый агент снова получал в качестве подарков статусные вещи, которые впоследствии распределял между рядовыми индейцам, участвующими в бартере [18, с. 73—74].

Во взаимоотношениях коренных жителей Чукотки с американцами и русскими также в отдельных случаях обнаруживается деление вещей-товаров по принципу использования в торговом процессе. Так, русские купцы, кроме прочего, завозили в стойбища и поселения коренных жителей хлеб, который заранее для этого выпекали [6; 12; и др.]. Хлеб использовался в качестве подарка перед началом меновой торговли и из-за крайнего его дефицита считался в среде аборигенного населения продуктом роскоши, являлся неотъемлемой частью экономических отношений и залогом успеха сделки между разъездным торговцем и коренным жителем. Среди промышленных товаров, используемых американцами, также можно выделить ряд предметов, завозимых на Чукотку исключительно для раздаривания перед началом либо после завершения торговой сделки. В частности, к таким вещам-товарам можно отнести зеркала, жевательную резинку, игрушки. В экономическом смысле промышленные товары,

---

<sup>6</sup> В товароведении применяют различные виды классификации товаров, в том числе по назначению выделяют товары потребительского спроса (товары, предназначенные для индивидуальных потребителей для личного пользования) и товары производственного назначения (товары, предназначенные для производства других товаров и создающие сырьевое и технологическое обеспечение). Также по назначению разделяют товары повседневного спроса, выборочного спроса, престижные товары и предметы роскоши. Каждый род товаров подразделяется на классы (множество товаров, удовлетворяющих обобщённые группы потребностей). Например, род потребительских товаров делится на три класса: продовольственные, непродовольственные и медицинские. В основу деления на классы положены также назначение и удовлетворяемые товарами потребности.

категоризируемые как дары, тоже являлись товарами, потому как в одном случае они покрывали разницу между стоимостью пушнины и предметами, на которые она обменивалась, и, соответственно, экономически не были безвозмездными подарками; в другом — за дарами следовали от дарки от коренных жителей, что также зачастую покрывало их «убыточность» для торговца.

Вещь-товар из индустриального мира, попадая в общество с традиционным укладом, где набор предметов обычно чётко определён традицией, хозяйственными и ритуальными нуждами, либо находила применение, включаясь в культуру, либо служила для разового применения/потребления и оставалась «чужой». Приведём пример включения одного из промышленных товаров в культуру аборигенного населения. Такой продукт, как чай, первоначально распространялся среди коренного населения Чукотки русскими чиновниками и казаками. В частности, с середины XIX в. он использовался перед торговлей на Анюйской ярмарке в качестве угощения [8]. В 90-х гг. XIX в. чай уже активно обменивали на пушнину по всей территории Чукотки. С этого времени спрос на него среди аборигенного населения был устойчивым и имел тенденцию к росту. Чай органично включился в традиционную культуру, проник в различные сферы традиционного быта и превратился в обрядовый продукт. Так, наши информанты неоднократно подчёркивали, что «у чукчей есть традиция пить чай» или «когда приезжает гость, его всегда вначале поили чаем, а потом уже расспрашивали». При этом информанты были уверены в древности подобных обычаев и не воспринимали чай как «чужой» продукт. В свидетельствах исследователей и путешественников конца XIX — начала XX в. много сведений о частых чаепитиях коренных жителей Чукотки и особом отношении к чаю. Его дефицитность породила запрет на употребление чая для молодёжи. У чукчей и эскимосов он использовался как один из продуктов «кормления предков» в обрядах, в промысловом и дорожном культе — в качестве жертвы духам, чай также включался в перечень вещей, которые «передавались» покойному во время похоронного обряда.

Обобщая этнографический материал, касающийся использования чая у чукчей и эскимосов, можно говорить о том, что этот продукт оказался включённым в обычаи гостеприимства, ритуальную сферу, стал неотъемлемой частью повседневной жизни и быта, а также вошёл в категорию «даров» в дарообменных отношениях между представителями различных хозяйств — оленеводами и морзверобоями. Кроме того, потребление чая и его включение в культуру породило спрос на сопутствующие товары: кружки, фарфоровые чашки и блюдца, заварники, сахар. К концу первого десятилетия XX в. коренные жители Чукотки уже обращали внимание на марку и упаковку чая [Арх. МАЭ. Ф. 36. Оп. 1. Д. 123. Л. 21 об], в язык включились слова, употребляемые для определения расфасовки чая [15, с. 183—184]. Он стал одним из предметов, развозимых по внут-

ренним районам Чукотки торговцами из числа аборигенного населения *кавральит*, специализирующихся на извозе и обмене товаров [1, с. 4, 88; 4, с. 123; 9, с. 98].

Вещи-товары, предлагаемые коренными жителями для обмена с американскими и русскими торговцами, относились к числу т.н. *доиндустриальных товаров*, т.е. получаемых в результате традиционной хозяйственной деятельности и подвергающихся ручной обработке в домашних условиях.

Большинство продуктов промысла и оленеводства, имеющих спрос у пришлых торговцев, проходило обработку внутри хозяйства: шкурки песка, лисицы, белого медведя выделывались местными женщинами; из оленьих и нерпичьих шкур шилась одежда. К объектам, которые не подвергались обработке после добычи и сразу превращались в товар, относились мамонтовая кость и китовый ус. Моржовые клыки становились вещью-товаром в натуральном виде либо после превращения в предметы косторезного искусства. Некоторые указанные продукты традиционной хозяйственной деятельности претерпевали эволюцию, прежде чем стать товаром, а на ряд объектов распространялись запреты на продажу.

В жизни коренных народов Чукотки большую роль играли представления, связанные с одухотворением окружающего мира и объектов природы. Эти представления влияли и на экономические отношения: многие предметы, предназначенные для обмена, были получены в результате промысла, и, соответственно, на них распространялись обычаи и верования промыслового культа. Например, шкура белого медведя, прежде чем превратиться в вещь-товар, подвергалась определённым манипуляциям: в частности, от неё отрезались нос и когти. По свидетельству торговцев, очень трудно было найти полноценный экземпляр: шкуры, лишённые носа и когтей, уже не могли использоваться в качестве меховых подстилок или накидок, очень популярных в начале XX в. в США, и теряли значительную часть стоимости [17, с. 153—154]. Подобные действия со шкурой были связаны с особым отношением коренного населения к белому медведю и обычаями, окружающими его добычу. Эскимосы считали, что добытый зверь приходит к ним в гости и, соответственно, его необходимо было задобрить и уговорить вернуться к охотнику ещё раз. Для этого приносили жертву — бросали в тундру или море мелкие кусочки от носа зверя [11, с. 88]. Согласно сведениям наших информантов-эскимосов, голову белого медведя выставляли на почётное место, кормили и устраивали по случаю его добычи праздник. Эти действия, по мнению аборигенов, способствовали сохранению промысловой удачи, увеличению количества добываемого зверя и защищали население от «медвежьей мести».

Имелись запреты на торговлю объектами, которые были связаны со страхом потери промысловой или оленеводческой удачи. Современники описывали случаи, когда коренное население отказывалось

продавать живых оленей, моржовые клыки, шкурки выпоротков и т.д. Например, когда Г. Майдель, путешествуя по Чукотскому полуострову, захотел приобрести у одного чукчи шкуру тюленя, абориген категорически отказался её продавать. Причина состояла в том, что череп первого пойманного в начале промыслового сезона животного, которым оказался этот тюлень, необходимо было принести в жертву духам. Уговоры и предложенные взамен товары не смогли убедить чукчу, и сделка не состоялась [10, с. 465—466].

В особую категорию товаров стоит выделить предметы декоративно-прикладного творчества: различные поделки, предметы косторезного искусства, миниатюрные макеты яранг, байдар, упряжек и пр. Эти вещи, как и предметы традиционного быта чукчей и эскимосов, имели у торговцев определённый спрос: они вывозились в качестве сувениров американскими торговцами, часть из них сохранялась на память, а часть продавалась местным музеям или (через магазины) в США. Собираание этнографических артефактов стало важным сопутствующим занятием для некоторых торговцев. Сувенирная продукция, изготавливаемая коренными жителями специально для обмена, постепенно становилась маркером этнической идентичности. Отношение к сувенирам (изделиям из кости, мячам, украшениям и др.) у населения было дуалистичным: с одной стороны, предметы были порождением спроса иностранцев и способом получения дополнительного дохода, с другой стороны, эти вещи символизировали культурную специфику народа. Последнее способствовало тому, что изделия традиционных художественных промыслов, как правило, использовались в торговой церемонии с американскими и русскими торговцами в качестве даров. В экономическом смысле для коренного населения эти дары не были безвозмездными: за ними, как правило, следовали отдачи со стороны торговцев. Однако символически эти предметы исключались из разряда товаров.

При анализе вещей-товаров особого внимания заслуживает их упаковка, а именно её семантическое различие для участников обмена. Промышленные товары штучного порядка, производимые на предприятиях США и доставляемые на Аляску, обычно имели промышленную упаковку с наименованием марки. Для транспортировки, предохранения от порчи и повреждений, а также обеспечения оптимальных по весу и объёму единиц товара он упаковывался в ящики, коробки и мешки. Например, на Чукотский полуостров американскими торговцами завозилось несколько видов курительного и жевательного табака: табак марки «Black navy tobacco» был расфасован в ящики по 5 и 10 фунтов, в 10-фунтовом ящике размещалось 50 малых плиток табака; табак «Chipper» и «West-Over» — по 8 плиток; жевательный табак марки «Big Stump» упаковывали в коробки весом 12 фунтов; жевательный табак «Domino», «Star», «Spearhead» — в ящики по 12 плиток. Тростниковый сахар марки «Sealsland» завозился в ящиках по 80 и 30 фунтов, чай



марки «Crescent» расфасовывали по пачкам весом в 1 фунт, муку марки «Centennial Best» — в одинаковые мешки весом 50 фунтов [15, с. 171; 17, с. 134; Арх. МАЭ. Ф. 36. Оп. 1. Д. 123. Л. 16—17].

Для представителей капиталистического рыночного общества упаковка товара имела исключительно утилитарное значение в плане удобства транспортировки и комплектования ассортимента продукции по весу, количеству и виду. Коренные жители, не знакомые с мерами веса, товар в упаковке воспринимали не набором, а единицей, чем пользовались недобросовестные торговцы, расфасовывающие товар в более мелкую тару [17, с. 135]. В рыночном обществе упаковка являлась средством формирования спроса и его стимулирования. Американский торговец Олаф Свенсон писал, что он специально упаковывал товар сначала в непромокаемую бумагу, а затем в клеёнку и холсты, чтобы зимой при транспортировке местными жителями их покупки не промокли [15, с. 167]. По его мнению, это способствовало укреплению доверия к нему как к торговцу и развитию дружеских отношений с коренным населением.

Для хранения и транспортировки своих вещей-товаров (пушнины, изделий декоративного творчества) аборигены использовали специальные нерпичьи мешки, о чем свидетельствовали очевидцы [13, с. 12; 15, с. 173]. Американцы писали, что лучшие шкурки в таких мешках хранились в самом низу, а сверху обычно складывалась пушнина худшего качества, с которой и начиналась торговля. Чукчи-оленеводы, по ряду свидетельств, хранили вещи-товары, приготовленные для обмена с торговцами в специальных саях [15, с. 169—170; 19, с. 72]. Что касается полученных в обмен на пушнину промышленных товаров, то они хранились несколько обособленно от остальных вещей домашнего обихода коренных жителей. Так, наши информанты (чукчи, эскимосы и юкагиры) неоднократно описывали ящики и сундуки, в которых их пожилые родственники хранили чай, табак и другие товары, полученные от американских и русских торговцев. Для местного населения упаковка являлась средством отграничить вещи-товары от остального вещного мира. Вещи «на продажу», предназначенные для обмена с пришлыми, и вещи-товары, полученные в результате обмена, в семантическом смысле попадали в категорию «чужого», отличного от «своего», то есть от предметов традиционного домашнего и хозяйственного обихода. Специальные сани, нерпичьи мешки, ящики и сундуки кроме утилитарного значения — хранения — имели также символическое значение защиты и разграничения.

История «вещного мира» торговли до сих пор остаётся слабо изученной. Вместе с тем зачастую именно отдельные товары были причинами установления взаимоотношений между народами или же, наоборот, возникновения войн за право обладания ими. Изучение предметов торгового оборота, бывших в ходу на Чукотке в конце XIX — начале XX в., необходимо для реконструкции истории их использования, символического значения и знаковости отдельных вещей-товаров, а также для понимания

сути торговых отношений между культурными сообществами с различным экономическим укладом. Экономико-этнографическое исследование вещного пространства торговли открывает перспективы для выявления влияния мировоззренческих установок на экономическое поведение собственников товаров в процессе торговли и даёт почву для выводов относительно мотивов принятия решения о покупке или продаже того или иного товара.

#### ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. Богораз В.Г. Чукчи: социальная организация. М.: «ЛИБРОКОМ», 2011.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Изд-во «Рудомино», 2001.
3. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV—XVIII вв. Т. I. Структуры повседневности: возможное и невозможное. М.: Изд-во «Весь мир», 2007. 592 с.
4. Вдовин И.С. Торговые связи населения северо-востока Сибири и Аляски (до начала XX в.) // *Летопись Севера*. Т. 4. М.: Мысль, 1964.
5. Гондатти Н.Л. Поездка из села Марково на р. Анадырь в бухту Провидения (Берингов пролив) // *Записки Приамурского отдела ИРГО*. Хабаровск, 1898. Т. 4. Вып. 1. С. 1—42.
6. Зензинов В.М. Очерки торговли на севере Якутской области. М.: Наука, 1916. 97 с.
7. Ильин В.В. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. 224 с.
8. Карих Е.В. Значение Аноյской ярмарки в межэтнической интеграции русских и чукчей // *Вестн. Томск. гос. ун-та*. 2010. № 1 (9). С. 124—129.
9. Куликов М.И. Чукотка. Зигзаги истории малых народов Севера. Великий Новгород: НовГУ, 2002.
10. Майдель Г. Путешествие по северо-восточной части Якутской области в 1868—1870 гг. СПб., 1894.
11. Меновщиков Г. Эскимосы: научно-популярный историко-этнографический очерк об азиатских эскимосах. Магадан: Магаданское кн. изд-во, 1959.
12. Олсуфьев А.В. Общий очерк Анадырской округи, ея экономическое состояние и быт населения. СПб, 1896.
13. Слюнин Н.В. Среди чукчей. М.: Товарищество типографии А.И. Мамонтова, 1896.
14. Токарев С.А. К методике этнографического изучения материальной культуры // *Советская этнография*. 1970. № 4. С. 3—17.
15. Ashton J.M. Ice Bound: A Trader's Adventures In The Siberian Arctic. New York — London: G.P. Putmans sons, 1928. 235 p.
16. Bockstoce J. Furs and Frontiers In The Far North: The contest among native and foreign nations the intercontinental Bering Strait fur trade. New Haven: Yale University Press, 2010. 472 p.
17. Madsen Ch., Douglas J.S. Arctic Trader. George McKibben & Son, Brattleboro Vt, 1957. 234 p.
18. Ray A.J., Freeman D.B. «Give Us Good Measure»: An Economic Analysis of Relations between the Indians and the Hudson's Bay Company Before 1763. Toronto: University of Toronto Press, 1978. 298 p.
19. Swenson O. Northwest of the world. New York: Dood, Mead and Company, 1944. 270 p.
20. Архив МАЭ РАН (Арх. музея антропологии и этнографии им. Петра Великого Российской академии наук).
21. ГАМО (Гос. арх. Магаданской области).