

ДО ПИТАННЯ ПРО СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗНАНЬ З НАРОДНОЇ МЕДИЦИНИ (за матеріалами газетної періодики)

Олена Боряк

УДК 615.89:070

На основі аналізу публікацій у газетній періодиці матеріалів з народної медицини розглядаються механізми етнокультурної трансмісії і у ширшому контексті — особливості міжпоколінної передачі й ступінь осмислення сучасниками культурних традицій, перспективи їх подальшого функціонування.

Ключові слова: медійний інформаційний простір, народна медицина, етнічна специфіка, етнокультурна трансмісія.

On the basis of the articles on folk medicine in newspapers the author analyzes mechanisms of ethnocultural transmission, and, in broader context — the peculiarities of inter-generation transfer and level of interpretation by the contemporaries of cultural traditions, perspectives of their further functioning.

Keywords: media information space, folk medicine, ethnic specificity, ethnocultural transmission.

Питання активного побутування такої складової етнокультурної спадщини, як народні знання в галузі медицини, не викликає сумнівів. Це засвідчує широка присутність означеної тематики в сучасному культурно-інформаційному просторі, зокрема в українському сегменті Інтернет-мережі¹. Тим і приваблює дослідників царина народної медицини, що на основі її функціонування в сучасному світі як певної усталеної системи знань можливо в ширшому контексті поглянути на механізми міжпоколінної передачі культурних традицій, визначити ступінь їх осмислення сучасниками. Ідеться також про перспективи використання цих надбань у майбутньому².

Задля розуміння загального стану сучасного побутування знань з традиційної медицини, ступеня її сприйняття, принаймні в молодого покоління, Українським етнологічним центром Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології було розроблено анкету-запитальник³. Пропонувалося, зокрема, відповісти на такі запитання: 1) Які знання з народної медицини варто популяризувати сьогодні? 2) Звідки Ви берете відомості з народної лікувальної практики? Опитування проводилося в обласних центрах України серед студентської молоді впродовж травня і червня 2010 року. Загалом було заповнено 2847 анкет, переважно у великих освітніх закладах. Отримані результати показали, що молоде покоління, усупереч очікувальним переважачим симпатіям до сучасних методів лікування, виявляє не тільки потяг і прихильність

до досвіду пращурів у сфері народної медицини, але й готове сприймати та застосовувати його на практиці. Так, 83 % респондентів гадають, що варто популяризувати знання з фітотерапії. 29 % опитаних визнають народні методи знеболювання, відповідно 23 % і 20 % проявляють інтерес до народних методів контрацепції та збереження вагітності. Додамо, що магичні засоби зцілення майже втратили своїх прибічників (8 %), так само як не набралось прихильників домашніх пологів і народного акушерства (відповідно 8 % і 9 %). Ці результати опитування корелюються з відповідями на друге запитання. З'ясувалося, що 65 % опитаної студентської молоді готові звертатися за порадами щодо свого здоров'я до людей старшого віку (порівняймо: до лікарів — 36 %). Наступні сходинки займають прибічники ознайомлення з народною медициною за допомогою спеціальної літератури (30 %), Інтернет-ресурсів (28 %), телебачення та газетної періодики (по 23 %). Як джерело інформації, поступово в минуле відходять відривні календарі, проте вони ще не втратили своєї актуальності (12 %). Отже, можна стверджувати, що процес міжпоколінної передачі культурної традиції не припиняється, мало того — молоде покоління потенційно залишається її реципієнтом.

Другим кроком було звернення до газетної періодики. Для багатьох вона й нині залишається потужним сегментом сучасного інформаційного простору, включаючи молодь (23 % послуговуються газетами, на шпальтах яких презентовано тематику з народної медицини).

Зі зведеного каталогу газетних видань в Україні, у якому міститься близько 4 тис. позицій⁴, було виокремлено засоби інформації медичного профілю, засновниками яких є як офіційні медичні установи, так і приватні підприємці. Особливу увагу приділяли масовим тиражам жанру «легкого» читання, який набуває дедалі більшої популярності й відповідно має непогані комерційні перспективи. Загалом нарахували близько 50 газетних видань, специфікою яких є висвітлення питань здорового способу життя, лікування та профілактики різних захворювань за порадами як професіоналів, так і аматорів медичної справи.

Спеціальний аналіз таких видань за регіональною ознакою засвідчив, що вони представлені на всій території України. Наймасовіші видання протягом останніх п'яти років публікуються в Києві (15 найменувань), що й не дивно, зважаючи на широку аудиторію та читацький попит на таку інформацію в мегаполісі. Проте другу та третю позиції твердо і зі значним відривом посіла газетна періодика, яка видається в Кіровограді та Донецьку (відповідно 7 і 5 найменувань), Дніпропетровську і Львові (по 2). Щодо наступних позицій у цьому рейтингу ЗМІ, то впродовж останніх шести років таких періодичних видань виходило в середньому по одному-два найменування майже в кожному обласному центрі. Виняток становили Одеса, Миколаїв, Херсон, Чернігів і Чернівці, де не виявили подібної друкованої продукції (принаймні ЗМІ зазначених міст не увійшли до офіційного реєстру газетних видань)⁵. Щоправда, слід врахувати, що газети з різних регіонів (насамперед Києва) потрапляють на газетні прилавки інших міст України — не тільки обласного, але й районного підпорядкування. Адже кожне видання має широку мережу реалізації: це торгівля вроздріб, у торговельних мережах, передплата і дії посередників (у тому числі Укрпошта), завдяки чому продукція оперативно розповсюджується по всій країні. Про це свідчить і широка географія її дописувачів. Додамо, що всілякі медичні поради друкуються також на сторінках періодики загального профілю, таких, наприклад, як «Домашня всезнайка» (Терно-

піль), «Домової» (Донецьк, Дніпропетровськ), «Берегиня» (Луганськ) та багато інших.

Зауважмо, що впродовж року кількість друкованих засобів масової інформації (далі — ЗМІ), зокрема газет, не є сталою одиницею. Вона може змінюватися в той чи інший бік, адже одні видання закриваються, інші відкриваються. Однак загалом простежується тенденція не тільки збереження, але й збільшення кількості таких специфічних видань за спорідненою тематикою, а також накладів, якими вони друкуються. Так, у Кіровограді на основі газети «Бабушка: всеукраїнская газета» (далі — «Бабушка: газета»), що вперше побачила світ 2000 року, через два роки було створено дочірнє періодичне видання «Бабушка: журнал по целительству» (далі — «Бабушка: журнал»), засновником якого виступила та сама редакція видання «Бабушка: газета». У 2004 році воно стало всеукраїнським, що означало можливість передплати журналу за каталогом передплатних видань і відповідно значне розширення аудиторії читачів.

Одразу зробимо застереження, що підрахувати кількісні параметри аудиторії, на яку розраховані подібні видання, поки що не можливо, адже на електронному сайті «Газети України» (www.gazety.biz), де розміщено відповідну базу даних, поряд з назвою видання лише зазначено: «разовий тираж». З іншого боку, такі цифри в будь-якому разі були б неповними, адже кожний засновник має можливість корегувати наклад свого видання залежно від різних обставин, серед яких не останнє місце посідає поточний читацький попит (наприклад, газета «Бабушка: газета» у друкованому каталозі вказала свій наклад 400 тис. примірників, а в самому виданні подала цифру 480 тис.). Проте, на наш погляд, уявити міру охоплення населення України подібними виданнями можна за ЗМІ, що виходять в окремому місті, скажімо у Кіровограді*. За даними 2005 року тільки по цьому місту до такого переліку увійшли газети: «Бабуся із Кіровограда», «Бабушка: газета», «Бабушкина аптека», «Бабушкины заговори», «Бабушкины травы», «Магия здоровья». Однак авторці не вдалося врахувати кількості примірників «Бабушка: жур-

нал», оскільки з'ясувалося, що така інформація не доступна. Отже, за нашими підрахунками (через перегляд самих газет) загальний наклад таких тематичних ЗМІ по Кіровограду становить близько 524 тис. примірників (порівняймо: населення всієї Кіровоградської області за даними перепису 1989 року становило близько 682 тис. осіб, а в наступні роки існувала тенденція до зниження його кількості). Зауважмо, що весь цей «вал» лягає в Кіровограді на благодатний ґрунт: 20 % опитаної в місті студентської молоді готові черпати відомості саме з газет (порівняймо: прихильники Інтернету становлять 22 %), а 82 % із загальної кількості опитаних вважають, що слід популяризувати відомості про лікарські рослини, що, безумовно, свідчить про їхню небайдужість до традиційних методів лікування.

Слід також зазначити, що із загальної кількості газетних профільних видань лише 34 % друкуються українською мовою, решта 66 % — російською. Останні за адресою редакцій зареєстровані переважно в південно-східних регіонах України. У Києві утримується паритет (53 % — українською мовою, 47 % — російською). Треба враховувати також стійку тенденцію інтервенції на український газетний ринок друкованих видань з Росії. Такою є, наприклад, газета «Здоровий образ життя в Україні», яка зареєстрована в 2002 році у Львові. Незважаючи на свою назву, на всіх сторінках, окрім останньої, у ній публікуються різні медичні поради, а також листи читачів з російських міст (Москви, Ростова, Набережних Човнів, Свердловська) і російської глибинки (Красноярський край, Калузька і Тамбовська обл.), і лише останню шпальту відведено питанням від дописувачів з України. На сторінках газети можна прочитати подібні висловлювання: «Мы одна большая семья, только живем далеко или близко друг от друга, а вестник [газета. — О. Б.] нас объединяет»⁶.

Усе розмаїття газетної періодики, яка нас цікавить, можна умовно поділити на професійно-спеціалізовані (насамперед офіційні видання МОЗ України, а також відділів охорони здоров'я обласних адміністрацій) і масово-популярні, засновниками яких виступають переважно при-

ватні підприємці. На наш погляд, принципова відмінність між ними полягає в редакційній політиці щодо ставлення до актуальності збереження (і відповідно певною мірою — відтворення) традиційних знань у галузі медицини і принципами, за якими вони передаються читачам. Ці видання відрізняються також віковими, освітніми, соціальними параметрами читачької аудиторії. При цьому, вочевидь, позиція медика-професіонала на шпальтах офіційного медичного видання та популярного медичного «чтива» буде дещо відрізнятися своїми підходами. Так само можливість відверто висловитися аматору або просто пересічній людині, яка має що сказати із власного життєвого досвіду, надають лише популярні видання.

Для прикладу, газета «Здоров'я і довголіття» (Київ, наклад 33 тис., засновник — Комітет з питань народної і нетрадиційної медицини МОЗ України), що належить до першого типу видань, розміщує свої матеріали під такими рубриками, як «Природна медицина» (матеріали з гомеопатії), «Народна медицина» (матеріали з фітотерапії), «Їжа як ліки» (рецепти здорового харчування), «Живіть без хвороб» (поради зі здорового способу життя), «Здоров'я і духовність» тощо. Окремі публікації, зокрема ті, які присвячені цілющим властивостям рослин (бузина, чистотіл та ін.), супроводжуються коментарями, як зазначено, дослідників у галузі народної медицини. Не викликає сумнівів, що видавці намагаються осмислювати й певною мірою репрезентувати читачам давню традицію лікування — «тисячолітній досвід наших предків, які вивчали скарб природи»⁷. Ідеться про його адаптацію та подальшу презентацію новим потенційним користувачам. Інша річ, що редакції таких періодичних видань свідомі того, що їхня читачька аудиторія є переважно вузькопрофесійною. На сторінках газет публікуються фіторецепти від «бабусь-цілительок» (2009, № 26), інтерв'ю з фітотерапевтом Гарафіною Маковій (2009, № 31), керівником «Центру народної медицини» Марією Тройчак (2009, № 33) та ін. Водночас подається й специфічна інформація, зокрема про виготовлення «піраміди води», методику «місячної» дієти тощо. Проте всі ці відомості загалом

сприймаються як суцільний блок універсального знання, без етнічної специфіки.

Редакції видань, які базуються на усталеній в офіційній медицині позиції, зазвичай обирають тактику децю відстороненого (а подеколи навіть зверхнього), але завжди виваженого ставлення до прийомів народної медицини і при викладенні відповідних матеріалів не втрачають «пильності». Це особливо яскраво простежується в регіональних виданнях. Так, у газеті «Медицина Вінничини» (засновник — Управління охорони здоров'я обласної державної адміністрації, наклад 5100 примірників) з одного боку публікуються нотатки про цілющі рослини під назвою «Рецепти від кози-дерези» (2003, № 2), а з другого розміщують 32 варіанти застосування з лікувальною метою кропиви, при цьому редактори не забувають чітко прописати протипоказання. Однак на шпальтах цієї газети в рубриці «Дайджест» публікують відомий фольклорний переказ про трагічну долю тих, хто руйнував церкви і поряд — заклик не купляти одяг «секонд-хенду», мотивуючи це тим, що «новий власник отримає разом з річчю щось позитивне або негативне зі стереотипів поведінки колишнього власника» (2003, № 1).

До другої категорії ЗМІ з медичної тематики належить газетна періодика, засновниками якої стали приватні підприємці. Саме ці газети (на відміну від попередніх, виданих під «дахом» медичних установ), завдяки «гнучкості» редакторів, вільних від жорстких професійних канонів і одночасно націлених на комерційну вдачу, друкуються масовими накладками, швидко стають доступними для різних верств населення в різних регіонах країни, а головне — популярними. На шпальтах таких газет править вільна народна стихія, подекуди — майже не керована, ніким не обмежена, нерідко — на межі здорового глузду. Утім, саме це робить їх безцінним джерелом розуміння, наскільки потужно представлена українська традиційність у сучасному культурно-інформаційному просторі, яким є ставлення до неї сучасників, як нині відбувається міжпоколінна передача культурних традицій, як сприймається та пере-

осмислюється досвід предків, які нові знання набуваються й додаються до вже існуючих.

Для аналізу було обрано періодичні газетні видання, серед яких — «Мудра бабуса» (Київ, наклад 60 тис., засновник — І. І. Присяжнюк), регіональні видання, зокрема щотижневик «Бабушка: газета» (Кіровоград, наклад 400 тис., засновник — Н. М. Бондарева), щомісячник «Народный целитель» (Донецьк, наклад 56 тис., спеціальний додаток до міжнародної газети «Магія»), щомісячник «Магія здоров'я» (Кіровоград, наклад 12 тис., видавець — С. М. Тригорло), щомісячник «Домашний доктор» (Кривий Ріг, наклад 2 тис.) та деякі ін. Усіх їх об'єднує головне призначення — репрезентувати максимально широке коло народних засобів лікування та практичних порад.

Можливо припустити, що читацька аудиторія, на яку розрахована така продукція, становить своєрідну спільноту з чітко окресленими ознаками, що складається з людей старшого віку («...газета — для людей пенсійного віку, умудрених опытом и не раз битых жизнью»⁸), які не мають повноцінного доступу до медичних установ, дорогих лікарських препаратів та консультацій. Ніна Бортникова з Харкова сформулювала це так: «Дорогие читатели, если у кого такая же болезнь, а денег на операцию нет, попробуйте попить листья верхушек крапивы, особенно майской...»⁹. Однією з ознак є ностальгічний потяг до доступних медичних послуг за часів СРСР. Показово, що читацька спільнота не пов'язує своїх надій на позбавлення від хвороб з офіційною медициною, професійними порадами. З. Валова із смт Гродівка на Донеччині висловилася в листі до видання «Бабушка: журнал»: «Я всем посоветовать хочу: если есть проблемы со здоровьем, не замыкайтесь в себе, ищите способы решения, и обязательно найдутся люди, которые помогут и посоветуют вам эффективное лечение»¹⁰. Додамо, що настрої студентської аудиторії не надто відрізняються від читацької: 65 % від кількості студентів, опитаних у Кіровограді, з проблем лікування звертаються до старших родичів і лише 36 % — до лікарів.

Про тематичне розмаїття свідчить зміст видань, до алфавірного переліку яких подеколи включено від 60 до 85 найменувань різних хвороб — від аденоми до виразки шлунку (найчастіше згадуваними виявилися такі, як ангіна, аденома, астма, атеросклероз, бронхіт, гангрена, гастрит, геморої, гепатит, гіпертонія, застуда, екзема, енурез, рак, сухоти та деякі ін.). За цією інформацією можна скласти перелік хвороб, найпоширеніших на початок ХХІ ст.

Усі видавці всіляко намагаються втриматися в легальному полі популярного видання, декларуючи, що вони репрезентують на своїх сторінках *корисні поради від надійного джерела*. Для цього в переважній більшості газет дрібним шрифтом у вихідних реквізитах формально розміщують попередження про необхідність узгодження запропонованих на сторінках газети лікарських засобів і методів лікування зі спеціалістами. Зазвичай під кожною статтею друкують прізвище дописувача, його домашню адресу, подеколи — телефон. Ознаками фахового викладу матеріалу видається запровадження рубрики на кшталт «Консиліуму», у якій над проблемами, наприклад алкоголізму, крім нарколога, розмірковують психолог, фітотерапевт, ендокринолог і вже наостанок — цілитель¹¹. У рубриці «Лікар+цілитель» лікар аналізує представлені народним лікарем методи лікування і насамкінець стверджує, що вони випробувані, але ефект від них може бути незначним; подаються численні інтерв'ю з народними цілителями (матеріали «Бабушка: газета»). Відтак не полишає відчуття, що редакції цих газет свідомо намагаються певною мірою обезпечити себе від можливих ризиків. А про те, що вони існують, свідчить хоча б судова практика народної цілительки Людмили Бочкової, авторки одинадцяти книг-брошур проти російської видавничої фірми, яка без авторської згоди перевидала книгу «Универсальный домашний лечебник»¹², допустивши помилку: замість того, щоб уживати 15 крапель часникової настоянки, у книзі було надруковано рецепт, де прописувалося приймати щоденно 89 крапель. Ця друкарська помилка стала фатальною для однієї із читачок¹³. Звідси — подеколи несерйозний, грайливий тон, який простежується в простих заголовках:

«На болезни Ваши злые есть рецепты удалые», «Больше не иду к врачам, я лечу болезни сам»¹⁴, «Ліки з конопель готуй та печінку лікуй» тощо, які, вочевидь, покликані продемонструвати, що йдеться про «несправжню» або «напівсправжню» медицину. Проте не викликає сумніву, що читачі такого тону не сприймають. Ставлення аудиторії до тематики названих видань, як правило, надзвичайно серйозне. На це вказує значна кількість читачьких листів, у яких люди просять надати поради щодо лікування хвороб з надскладними діагнозами (хвороба Паркінсона, саркома, дитячий церебральний параліч, СНІД та ін.). З наступних чисел видань переконуємося, що вони невдовзі їх отримували (до того ж часто з «перебором», про що свідчать численні звернення окремих читачів до всієї спільноти з проханням більше листів їм не надсилати). Тут чітко простежується тенденція до поглиблення знань: від хвороб, які стали надбанням останнього століття, пропонують нові народні методи лікування, в основі яких лежить переважно застосування різноманітних лікарських рослин.

Аналіз фактографічного матеріалу, представленого на сторінках популярної газетної медичної періодики, також унеможливає відстежити шляхи, якими циркулюють знання. Останні передаються висловлюваннями, що подеколи набувають звучання словесної формули: «Бабушка меня лечила так», «расскажу о методах лечения моей бабушки», «зашла пожилая соседка», «остановилась у знакомого дедушки ночевать...», у яких згадуються люди старшого віку. Трапляються також вказівки на нові джерела інформації: «Якось прочитала в газеті (брошурі)». Однак майже не згадується про отримання інформації з телебачення або радіо. Можливо, це пов'язано з тим, що спеціальні передачі медичного профілю лише останнім часом набули популярності в населення. Проте, на наш погляд, справедливе й інше пояснення: слово, навіть фахове, виголошене в усній формі з «віртуального» джерела, не викликає довіри, а отже, не фіксується в пам'яті як інформація, варта запам'ятовування й подальшої передачі.

Надзвичайно показовим видається факт збереження вербальних формул, які добре відо-

мі етнологам, оскільки фіксуються в багатьох традиційних етнографічних матеріалах. Ідеться про набуття знань від джерела, існування якого або взагалі не усвідомлюється («не пам'ятаю, чи хтось мені сказав...»), або спосіб їх здобуття передається ключовим словом «згадала» — так, ніби ці знання були в людині завжди, проте в неявній формі, але за нагальної потреби поставали з пам'яті: «Вспомнила, что припадки эпилепсии лечат черной бузиной...» («Бабушка: газета», 2004, № 9), «много слез я пролила, не зная как [себе] помочь, потом коротко остриглась и стала лечить [облосиння. — О. Б.]» («Бабушка: газета», 2004, № 43). Трапився й універсальний фразеологізм: «Бог дал мені таку думку...»¹⁵, який фіксується етнологами, зокрема, під час пояснення респондентом високого ступеня майстерності особи або її вдачі в будь-якій справі.

Строката мозаїка матеріалів, що друкуються на шпальтах популярних видань медичного профілю, складається переважно з читачьких листів, у яких наведено численні поради (способи приготування ліків, дотримання певних правил, у тому числі моральні аспекти поведінки тощо), імперативні попередження про наслідки порушень як медичних приписів, так і «правил поведінки», а також розлогих життєвих наративів (з власного досвіду або «зі слів» тих, хто пережив подібну ситуацію). Звернення до цього корпусу аматорських (і лише частково — професійних) знань надає унікальну можливість переконатися, як потужно представлена українська традиційність у сучасному культурно-інформаційному просторі, яким є ставлення до неї сучасників і ступінь її сприйняття.

Привертає до себе увагу факт легкої міграції представників офіційної медицини до «табору» народної медицини і в зворотному напрямку. На сторінках видань часто трапляються висловлювання на зразок: «Я работаю медработником і попутно применяю рецепты народной медицины» (Л. Павликовська, Київ, «Бабушка: газета», 2004, № 46). Доктору медичних наук В. Іванову не видаються дивними його спогади, надіслані до редакції газети «Домашній лікар», де він згадує пораду своєї бабусі, як ліку-

вати ангіну: спочатку потрібно видихати на жабу, а потім вдихати, і так по черзі на трьох жабів, щоразу випускаючи їх на землю й спостерігаючи за ними, адже така процедура позбавляє їх сил. Зазвичай лише після маніпуляцій з третьою жабою зміни в поведінці земноводних не спостерігаються й одночасно перестає боліти горло. Найцікавіше, що сам дописувач не приховує, що не тільки перевіряв цей спосіб лікування на собі, але й упродовж своєї лікарської практики неодноразово радив його своїм пацієнтам¹⁶.

Серед засобів лікування часто згадуються хрін, мед, коноплі, керосин, глина, пам'ятають і про вранішню росу, кінський гній тощо. Практикується підбірка комплексної інформації для лікування конкретного захворювання. Так, травник Микола Серета з м. Воловець на Закарпатті наводить шістнадцять способів лікування епілепсії¹⁷. На сторінках газет широко представлені яскраві етнографічні сюжети, наприклад, приписи щодо меду: «Когда вы что-нибудь делаете из меда, надо всегда шутить и улыбаться — мед не любит, когда сердятся и злятся» (З. Московка із с. Заньки на Чернігівщині)¹⁸; лікування недугів «антиповедінкою»: «В любой праздник войти в храм и громко поздороваться, — все люди повернутся и обратят на него [хворого. — О. Б.] внимание, и это будет ему лечение» (М. Луценко, с. Павлівка на Харківщині)¹⁹. З-поміж численних за кількістю порад, що мали вже залишитися в минулому, наведемо спосіб боротьби із жіночим безпліддям: 1,5 кг землі, вибраної кротом з нори весною, залити окропом в широкій посудині і сидіти над паром 20 хв. Водночас потрібно їсти овес і житній хліб (м. Слов'янськ)²⁰; спосіб зупинки кровотечі: маленький залізний ключик на вовняній нитці повісити так, щоби він був на спині поміж лопаток (К. Круповська з Дніпропетровська)²¹. Трапляються й такі поради, що несуть на собі відбиток трансформації традиції, вплив на останню модерних реалій життя, у тому числі нових знань та технологій. Серед їхньої також чималої кількості наведемо рецепт настоянки, для приготування якої радять «набирать воду из крана почасово с 7-15 до 8-00, с 12-00 до 12-40, с 15-00 до 16-40, с 20-20 до 21-00 (с учетом сезонного перехода вре-

мени)»²². У цьому випадку задіяний один з механізмів збереження традиції — чим більше деталей і чим вигадливішими вони будуть (згадувані вже керосин, коноплі тощо), тим імовірніше, що користувач довірятиме наведеній інформації.

В одному арсеналі з лікувальними засобами боротьби з недугами активно пропонується виголошення молитов, а також замовлянь (зокрема, від заїкання, алергії, отруєння, глистів, алкоголізму, для прискорення статевого розвитку, похудіння тощо) й шептання на різні настоянки. Такі тексти можна прочитати на сторінках майже всіх газетних видань, проте найбільш їх пропагує редакція газети «Магія здоров'я» (Кіровоград). Підбір тематики, та й самі тексти замовлянь викликають підозру, що це або вдало прилаштовані до нових реалій давні варіанти замовлянь, або новотвори, складені самими редакторами (тим більше, що тексти подаються без вказівки на джерело). Серед цього розмаїття для прикладу наведемо стислий текст замовляння для збільшення грудей: «Ешь, ешь, все в титеньках будет. Господь мне поможет! Аминь!»²³, яке колись виголошувалося задля прибування покорму в породіллі. Стосовно апелювання до «російськомовності» читачької аудиторії, то воно загалом корелюється з меседжами видавців щодо уявної універсальності вікової спадщини у сфері народних знань. Отже, незалежно від волі та інтенцій тих самих видавців, подібні ресурси стають інструментом якщо не русифікації, то нівелювання етнічної специфіки інформаційного простору України.

Проведений аналіз медійного простору України (а саме — газетної періодики й представленого в ній сегменту знань з народної медицини) засвідчив, що в сучасних умовах зберігається високий рівень затребування таких знань. Тому комунікативно-трансляційний процес, завдяки якому відбувається їх відтворення, триває й досі. Значною мірою до нього залучене старше покоління. Актуалізація цих знань відбувається на тлі

¹ Див.: *Боряк О.* Презентація тематики з народної медицини у вітчизняних Інтернет-ресурсах // НТЕ. — 2010. — № 3. — С. 71–77.

² Див., напр.: *Гаврилюк Н.* Традиційні звичаї як система спадкоємної культурної трансмісії (засади та досвід вивчення) // НТЕ. — 2010. — № 3. — С. 47–63.

загалом низького рівня медичної допомоги в країні та зубожіння населення. Умотивованість участі в цьому дискурсі окремих індивідів, які з часом становлять сталу спільноту однодумців, живиться людськими рисами: співчуттям, доброзичливістю, готовністю допомогти. Як свідчать матеріали листування дописувачів, останні почасти усвідомлюють себе як носіїв безцінних знань, покликаних їх зберегти та передати наступникам. У сучасних умовах процес фіксації цих знань та їх розповсюдження забезпечується також комерційною вигодою, коли пропозиції населенню таких знань відповідають попиту (і навпаки, попит породжує пропозицію). На виході в інформаційному просторі формується сприятливе середовище, у якому починається кругообіг нового/старого знання.

Особливістю сучасної етнокультурної трансмісії є неодмінний процес «сепарування» знань від інформаційного сміття — своєрідного газетного «спаму», від якого не застраховане жодне з видань. Живучість означеного сегменту української традиційності пояснюється ще й тим, що «знання» обов'язково проходить етап верифікації, і тільки після цього запускається потужний механізм його закріплення, адже одна з поширених мотивацій дописувачів: «мені (або ще комусь) допомогло», тому факт позитивного результату є достовірним і перевіреним. Деякі дослідники говорять про «згасання традиційної лікувальної практики», але поки що говорити про це не доводиться. Так, можна побачити розмивання етноспецифічних рис народної лікувальної практики й неминучі ознаки її трансформації. Проте слід враховувати, що знання з народної медицини визначально є консервативними, будь-яка кореляція не можлива без довіри та постійного підтвердження достовірності її рекомендацій, а це своєю чергою знову запускає механізм її відтворення. Народна медицина сьогодні — це все ще жива, активна, затребувана система традиційних знань.

³ Зведені матеріали опитування зберігаються в Українському етнологічному центрі Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України.

⁴ Газети та журнали України. — К. : Центр-Інвест, 2009. — 240 с.

⁵ Див., напр.: Друковані засоби масової інформації України. Ч. I : Газети / уклад. О. Л. Щеголева та ін. – К. : Книжкова палата України ім. І. Федорова, 2005. – 452 с.

⁶ Здоровый образ жизни в Украине [Электронный ресурс]. – 2009. – № 24. – С. 5. – Режим доступа : www.zoj.com.ua.

⁷ Здоров'я і довголіття. – 2009. – № 15. – С. 2.

⁸ Бабушка: всеукраинская газета-целительница. Рецепты от 100 бед. – Кировоград, 2004. – № 37. – С. 3.

⁹ Бабушка: журнал по целительству. – Кировоград, 2004. – № 3. – С. 16.

¹⁰ Там само. – № 9. – С. 3.

¹¹ Народный целитель. – Донецк, 2003. – № 1. – С. 14.

¹² Универсальный домашний лечебник: Головная боль. Бессонница / Л. А. Бочкова, И. Г. Непомнящая. – К., 1999.

¹³ Див. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.inventa-ua.com/arc/ru/2006.htm>.

¹⁴ Бабушка: всеукраинская газета-целительница. – 2004. – № 3. – С. 4, 5.

¹⁵ Там само. – № 42. – С. 5.

¹⁶ Домашний лечебник. – Донецк, 2003. – № 2. – С. 16

¹⁷ Бабушка: всеукраинская газета-целительница. – 2004. – № 9.

¹⁸ Там само. – № 38.

¹⁹ Бабушка: журнал по целительству. – 2004. – № 2.

²⁰ Бабушка: всеукраинская газета-целительница. – Кировоград, 2004. – № 17.

²¹ Бабушка: журнал по целительству. – Кировоград, 2004. – № 2.

²² Там само. – № 12.

²³ Магия здоровья. – Кировоград, 2003. – № 9.

* Авторці вдалося отримати доступ до газетної періодики переважно не пізніше 2004 року видання, адже бібліотеки не мають можливості оперативно розбирати й видавати її в користування читачеві як окремими номерами, так і у вигляді річних підшивок.

ВПЛИВ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ НА ЕТНОНАЦІОНАЛЬНІ ВЗАЄМИНИ В УКРАЇНІ (відображення в ЗМІ)

Оксана Шиприкєвич

УДК 316.647.8:32.019.51(477)

У статті досліджується вплив етнічних стереотипів на етнонаціональні взаємини в Україні. Різноманітні історичні події і постатей різними етносами пояснюється існуванням гетеростереотипів й автостереотипів як різновидів етнічних стереотипів. Простежується зміна автостереотипів та гетеростереотипів українців унаслідок нових історичних реалій в Україні. Наголошується на необхідності уважного вивчення стереотипів, оскільки вони впливають на внутрішню і зовнішню політику, на міжетнічні взаємини, на виникнення і розв'язання конфліктів у суспільстві.

Ключові слова: етнічний стереотип, автостереотип, гетеростереотип, етнонаціональні взаємини, етнополітика.

The article examines the influence of ethnic stereotypes on ethnic and national relations in Ukraine. Different visions of specific historical events and figures of various ethnic groups are explained by the existence of heterostereotypes and self-stereotypes as varieties of ethnic stereotypes. Recognizable change of self-stereotypes and heterostereotypes of Ukrainians is a result of new historic realities in Ukraine. Stressed the need for careful study of stereotypes, because they affect the internal and external policies, the ethnic relations; the emergence and resolving of conflicts in society.

Keywords: ethnic stereotype, self-stereotype (autostereotype), heterostereotype, ethnic and national relations, ethnic politics.

Як результати пізнавальних процесів суспільного буття стереотипи вважають своєрідними упередженнями. Це спрощені стійкі уявлення про характерні риси суспільних груп, які дають змогу певною мірою прогнозувати поведінку їх представників у різних ситуаціях, оскільки перебувають у підсвідомості.

Стереотипи мають особливе значення при міжнаціональному спілкуванні в багатоетнічному суспільстві. У такому разі йдеться про етнічні або національні стереотипи. Вони посідають чільне місце серед соціальних стереотипів, як «сукупність уявлень про представників певного етносу, його моральні та ін-