Самоврядні потенції української ментальності

Творун С. О., канд. істор. наук (ВДПІ),
Корнієнко В. О., канд. істор. наук (ВДТУ)

Національна культура - звичаї, обряди, традиції, що існують на побутовому рівні, мають надзвичайно великий духовний потенціал, сприяють збереженню самосвідомості нації. Одночасно вони можуть бути певною основою формування українського суспільного ідеалу. «Існують звичаї - існує мова, існує нація. Втрачені звичаї, втрачається і мова, нація не існує», писав наш земляк, знаний у світі етнолог, професор СІ. Килимник.* Протягом кількох століть українська національна культура зазнавала утисків і заборони з боку царських чиновників і священиків, а надто в радянський час, коли все українське вважалося націоналістичним, релігійним, примітивним, меньшовартосним. У перші роки незалежності відродження українських традицій, звичаїв і обрядів йшло дуже бурхливо, а подекуди ставало масовою кампанією. У всіх навчальних закладах з'явилися заняття з народознавства, у вузах відкрилися народознавчі кафедри. Проте, поряд з цими позитивними явищами з'явилися і негативні моменти. Масовий вал народознавчих передач, підготовлених непрофе-сіоналами, вилився на телеекрани.

Українське, національне, яке ще й нерідко нав'язувалось, замість захоплення почало викликати у пересічних громадян роздратування, зневагу. Не враховувався і той факт, що етнічна культура мусить розвиватися і змінюватися в часі, відповідати рівню побутової культури населення, яка існує в даний період в конкретній країні. В силу історичних обставин українська обрядова культура зупинилася в своєму розвитку на рівні кінця XIX століття. Впроваджувати її без будь-яких змін і поправок на час просто неможливо. Зміна побутових умов, стилю життя призвела до того, що нинішні господарки не мають ні часу, ні умов, ні навичок, щоб порадувати до свят свої родини традиційними кутею, манзарями, калитою... Тому скільки б ми не розповідали про рецепти традиційних страв, красу народних звичаїв, вони залишаться лише казками про минуле.

Народні традиції, свята, обряди все ж можна відродити серед широких верств населення, впровадити у кожну сім'ю, і зробити це під силу діловим людям: підприємцям, бізнесменам, комерсантам та ще й з економічною вигодою для себе. Такі приклади вже маємо. Перед Великоднем продаються паски і міські жителі їх залюбки купують. Адже ніякі тістечка не замінять в цей день пасочок, які є в магазинах на будьякий смак. Крім великодньої

здоби почали з'являтися у продажі крашанки і наклейки для писанок (на жаль польські), з'явилися великодні набори в кошиках, що позбавляють господарок від зайвих клопотів. Але наші підприємці, здається, крім Великодня більше і свят не знають. А їх є так багато, і кожне неповторне у своїй красі. Покажемо на прикладах, що могли б зробити ділові люди, якби вони вміли мислити по-українськи, і поміркуємо над тим, як можна навчити їх такого мислення.

Спогадом дитинства для багатьох жителів є солодка різдвяна кутя. Але приготувати її у міській квартирі не так просто. Лущена пшениця хоч і буває в магазинах, але не завжди, та й варити її без печі довго, і мак потерти ні в чому (макітра та макогін рідкість у міській кухні). А як було б чудово, якби напередодні Різдвяних свят з'явилися у продажу красиво оформлені пакети з напівфабрикатами: кутею, яку можна було б зварити за п'ять хвилин і маленьким пакетиком з приправою, де були б змелені мак, горіхи та мед, варто лише приправу залити холодною кип'яченою водою, змішати з кутею і страва готова. А на пакеті різноманітні написи типу: «Цоб кутя на покуття», «Просимо всіх і мертвих і живих до святої вечері», «Морозе-морозе, а йди до нас куті їсти, а якщо не приходиш до нас, то і не приходь весною на наші посіви». В комплекті з кутею можна продавати і пакетики з сушнею для узвару (сушеними грушами, чорносливом, родзинками). Напередодні Різдва в хлібних магазинах повинні продаватися книші (хліб з хлібенятком зверху). Саме такий хліб вживали українці на Святий вечір, книш символізує духовну єдність поколінь, а також зв'язок між живими і померлими, забезпечує покровительство померлих предків.

А ще дуже доречним був би рекламний ролик по телебаченню, де показано, як за 3-5 хв. можна приготувати кутю, а далі кадри родинної ідилії: мати несе кутю на стіл і квокає, дітки цяпають, як курчатка, дмухають на стільчики перед тим як сісти, щоб бува душу предка не привалити, дорослі просять і мертвих і живих до святої вечері, батько кличе мороза і т.п. Кожна родина, яка приготує таку кутю і повторить хоча б одне дійство подарує своїм най-ріднішим радість святкового спілкування, якого нам так не вистачає, і кожен, хто знайде хвилинку для такого спілкування за різдвяним столом відчує свою приналежність до народу, який має глибоке коріння, надзвичайно древню і багату культуру.

Несправедливо забуте свято «сороки», або 40 святих, яке відмічається 22 березня, в день весняного рівнодення, коли дітям пекли «жайворонки» (симпатичні коржики у вигляді пташечок), що символізували повернення пернатих з вирію. Скільки радості було б і в сучасної малечі, якби батьки не забули їм в цей день купити смачного коржика, булочку, печиво, або тістечко

у вигляді пташечки. Вироби з тіста можна продавати у красивих упаковках з різноманітними сюрпризами і написами типу: «Пташок викликаю із теплого краю, летіть соловейки на нашу земельку!», «Жайворонки летіть, крильцями сніг розметіть, вес-ну-красну розбудіть!», «Бузьку-бузьку пташе, звесели село наше!». «Ой вилинь, вилинь, гоголю, винеси літо з собою!» А замість реклами твіксу чи снікерсу діти побачать по телевізору, як їх ровесники закликають весну, підкидають вгору і ловлять пташечок з тіста, а потім смачно ними ласують, залишаючи крихти для пернатих. їм неодмінно захочеться вибігти зі своїм пряником на вулицю, похвалитись перед друзями, спробувати і собі закликати весну, щоб швидше прийшла, а потім з'їсти печиво гуртом, не забуваючи поділитися і з птахами. Вже починаємо звикати на зелені свята купувати татарське зілля.

Підприємливі люди пропонують його на кожному стихійному базарчику, і ми не можемо пройти мимо, купуємо пучок і насолоджуємось духмяним запахом Трійці. А от обрядова страва цього дня — манзарі для більшості забута дивина. Наші подільські манзарі схожі на піци, це круглі пироги з начинкою із зелені цибулі, кропу, петрушки перемішаної з солонуватим сиром (іноді в начинку додають і посічені варені яйця). Якими доречними вони б стали у цей день, якби їх продавали на вулицях, у скверах, місцях відпочинку.

Напередодні свята Маковія (14 серпня) популярністю у покупців будуть користуватися «маковейки» - букетики з цілющих квітів і трав (свіжих і засушених), які в цей день освячують. їх можна продавати у квіткових магазинах і гомеопатичних аптеках, а до кожної маковейки ще б інструкцію з переліком трав, що входять до її складу і способами приготування з них лікарських відварів, настойок тощо. В хлібних магазинах цього дня дуже доречним був би маковейський корж (схожий на лаваш із маком) в комплекті з пакетиками молотого маку і меду.

У давнину тертий мак розводили кип'яченою холодною водою, додавали мед, кидали туди шматочки коржа і їли ложкою з макітри. Як говорять літні люди, згадуючи своє дитинство, смак був неперевершеним. Дуже прикро, що розповідаючи студентам про наші традиційні страви манзарі, або коржі, які пекли на Маковія, доводиться порівнювати їх з чужоземними піцами, лавашами, а не навпаки.

Перелік лише обрядових страв з тіста можна продовжувати довго круглу з зубчиками по краю і діркою всередині Калиту їли на Андрія (13 грудня), пампушки «мандрики» на Петра (12 липня), «миколайчики» у вигляді овечок, або лише їх закручених ріжок на Миколу весняного (21 травня), коровай, гуски, шишки на весіллі, калачі на хрестинах і т.п. Щоб

донести цей скарб до сучасного урбанізованого споживача необхідно у всіх економічних, торгових, кулінарних вузах ввести курс практичної етнології. їх випускники — бізнесмени, комерсанти, менеджери, технологи легкої промисловості повинні добре знати специфіку нашої етнічної культури, смаки, уподобання, ментальність українців, адже зараз і найближчим часом головними споживачами їх продукції і послуг будуть не іноземці, а жителі нашої країни. Знання народного календаря, свят, чергування постів і м'ясниць допоможуть підприємцям орієнтуватися у коливаннях попиту на ті чи інші товари і послуги, заздалегідь подбати про своїх клієнтів, запропонувати їм привабливу продукцію. Важливо, щоб продавці могли допомогти споживачеві підібрати товар до родинного свята, урочистої події, для подарунку.

Покупці із задоволенням послухають рекомендації стосовно того, що за традицією мусить дарувати на хрестини, або річок кума, а що кум. Якого кольору мусить бути крижмо і чим його заміняють сьогодні [1], що повинно бути зображено на весільному рушникові і т.п. Працівникам закладів громадського харчування потрібно радити своїм клієнтам, коли для гостей замовляють пампушки, коли калачі і коли коровай. І знати яким мусить той коровай бути, адже по його зовнішньому вигляду судять про долю молодого подружжя, елементарна недбалість у цьому разі може зіпсувати настрій молодим, їх батькам і всім гостям.

А якщо ви подасте на стіл хоча б одну дві традиційні ритуальні страви і підкажете розпорядникам застілля деякі цікаві обряди, свято стане пам'ятним і неповторним, а ваше кафе неодмінно зазнає доброї репутації. Можуть наприклад з'явитися замовлення на обслуговування не лише весіль і поминок, а й хрестин, бо тільки тут подають хрестинні калачі з «квітками» (пучечками засушених пахучих трав з калиною, і колоском пшениці та жита, які за народним повір'ям забезпечують здоров'я, вроду і добробут дитини). На завершення хрестинного застілля куми і всі гості вмочали «квітки» у горілку торкалися ними облич один одного і цілувалися між собою, хто з ким хотів, щоб дитина росла у любові, щоб любила батька і матір, увесь рід і щоб її всі любили.

Наші міста сьогодні заполонили іноземні назви та символи і все через те, що нинішні бізнесмени не знають українського фольклору та народної символіки. А саме наші древні знаки, що сягають своїм корінням в минуле тисячоліття виглядають досить сучасно, стильно і несуть в собі глибокий зміст та національний колорит. Фірмовий знак, візитка, упаковка зкомпоновані з таких символів скажуть українцям в далекій Канаді, Америці чи Росії, що товар з їх Батьківщини, а чужинців просто зацікавлять своєю

оригінальністю, виділять з поміж решти. Цікава назва фірми, окремих товарів, вдало підібрана інтригуюча легенда стосовно них, або навіть стосовно їх місця розташування, струмка, озерця, кринички, деревця, камінця, що знаходяться поруч, зацікавлять клієнтів і збільшать популярність підприємства. Наш фольклор дуже багатий, слід лише уважно почитати народні легенди, пісні, повір'я і знайти підходящі. Адже тільки фірма, яка має своє обличчя може розраховувати на успіх. А іноземних туристів ми можемо зацікавити лише нашою культурою, будь-яке наслідування Заходу виглядає смішно і жалюгідно.

Література:

1. Килимник С Український рік у народних звичаях в історичному освітленні. — Київ 1994. — Книга 2. — Т. 3. — С. 12.

2. Свидницький А. Великдень у подолян // Основа: Южно-русский литературно-ученый вестник. — 1861. — Октябрь, снаряженной РГО. Юго-западный отдел. Материалы и исследования, собранные П.П. Чубинским. - Т.1: Верования и суеверия. Загадки и пословицы. Колдовство. — СПб., 1872; — Т. 3: Народный дневник. — СПб., 1872.

3. Іларіон митрополит. Дохристиянські вірування українського народу // Історично-релігійна монографія. — Київ, 1992.