

БОЖНЮК Аліна,
здобувачка ОС «Магістр»
за спеціальністю ОЗ4 «Культурологія»,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ВПЛИВ ВІДРОДЖЕННЯ ТРАДИЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПОВСЯКДЕННИЙ ПРОСТІР КИЄВА (2022–2024 РОКИ)

У дослідженні урбаністичних трансформацій, спричинених впливом традиційної культури на повсякденний міський простір, важливо окреслити концептуальні рамки, в яких розгортається це явище.

Анрі Лефевр зазначав, що простір не є природно заданим ландшафтом або «контейнером» для людської діяльності, а є соціально сконструйованим явищем. У своїй концепції він виділяє три взаємопов'язані поля простору: фізичне (простір сприйняття), ментальне (простір уяви) та соціальне (простір практик) [5, с. 33–46].

Едвард Соджа, розвиваючи ідеї Лефевра, вводить концепцію «третього простору» (Thirdspace), який не лише поєднує фізичне, ментальне та соціальне, але й виступає як радикально відкритий, гібридний і багатовимірний простір. Цей підхід дає змогу враховувати множинні, нерідко суперечливі ідентичності, досвіди, наративи й практики, особливо ті, що були витіснені або маргіналізовані в межах домінантних просторових уявлень. Таким чином, третій простір функціонує не лише як аналітична категорія, а й як інструмент емансипації — зокрема в постколоніальному контексті, де йдеться про символічне перевпорядкування простору, боротьбу за репрезентацію та переозначення місця «іншого» у міському ландшафті [6, с. 71–92, 126–127].

У цьому контексті Річард Флорида у праці *The Rise of the Creative Class* (2002) наголошує на зростанні впливу креативного класу, якому належать ключові ролі у формуванні економіки та культури сучасного міста. На його думку, саме інклюзивність, відкритість до різних форм самовираження, комфортність інтеграції в міське середовище та можливість проявляти ідентичність ста-

ють вирішальними у привабливості міста для цього класу. Простір більше не виконує лише інфраструктурну функцію — він стає медіатором сенсів і носієм цінностей, і це відкриває потенціал для переозначення його культурними практиками [2].

У концепції постмодерного урбанізму, «Кено-капіталізм» (Keno Capitalism), запропонованій Майклом Діром і Стівеном Фласті, міський простір формується через складну взаємодію локальних та глобальних потоків інформації та постає як ігрове поле, на якому різноманітні урбаністичні елементи — архітектурні об'єкти, комерційні зони, культурні осередки — розміщені без видимої логіки чи системи, немов би випадково. Це підкреслює фрагментовану природу сучасного міського простору [1].

Концепція рефігурації простору, запропонована Губертом Кноблаухом та іншими дослідниками, розглядає простір як поле співіснування різних просторових логік — локальної, національної, транснаціональної, цифрової. Рефігурація означає, що замість одного домінантного порядку простору існує багаторівнева, фрагментована, водночас і матеріальна, і символічна мережа, яка постійно переписується новими агентами та соціальними зв'язками [4, с. 19–33].

Отже, сучасне теоретичне осмислення міського простору як гібридного, фрагментованого та відкритого до нових агентів дає змогу нам проаналізувати процеси повернення традиційної культури в міське середовище Києва у 2022–2024 роках з просторової точки зору. Відбулися трансформації, які засвідчують зміну символічних кодів, культурних орієнтирів і публічних практик. Цей процес не є уніфікованим, а розгортається як багатовимірна мережа змін на різних рівнях — публічному, комерційному і приватному — а його ініціаторами може бути буквально будь-хто: фестивалі, кав'ярні, бренди, спільноти, музеї.

Так, один із наймасштабніших київських фестивалів «Кураж» [15], що регулярно відбувається у форматі маркету з додатковими активностями на території, після початку повномасштабної війни радикально переосмислив власну культурну рамку. У різдвяній програмі спостерігається відмова від колишньої скандинавсько-американської стилістики — Санта-Клауса, ельфи, гноми — на користь репрезентації українських святкових традицій. Замість колишніх атрибутів з'явилися колядники із зірками, маланкарі,

солом'яні павуки, Святий Миколай, вертепи. Йдеться не лише про зміну декору, а про перевизначення самої просторової логіки події: сцена, ярмаркові будиночки, музика, лекторії — усі складові простору стали носіями нової культурної семантики. Фестивальний простір функціонує як тимчасова гетеротопія [3] — місце де за короткий термін можна зануритися в культуру на всіх емоційних та інтелектуальних рівнях.

Схожим чином трансформувався фестиваль гастрономії True&Local, організований мережею «Сільпо» та їхнім власним брендом «Лавка Традицій» [16]. Якщо до 2022 року фестиваль фокусувався на дегустаціях фермерської продукції, то після 2022 року сюди дедалі частіше інтегруються традиційні культурні елементи. Так, весняна подія 2025 року була тематично присвячена гаївкам. Відвідувачі могли скуштувати «жайворонків» — традиційні хлібини у формі пташок, прикрашені стрічками, які випікали навесні [7, с. 84–86], — дізнатися про хлібні хустки, в які зокрема загортали великодні хліби [8], спостерігати за фольклорними виступами, водити хороводи. У лекторії розповідали не лише про традиції, а й про поширені міфи — тим самим відбувалося осучаснення та критичне переосмислення народної культури.

У міських просторах, які активно відвідує креативний клас, простежуються схожі тенденції. У ресторанах чи барах, як Squat 17b [21] або Avangarden [9], з 2022 року відбуваються неформальні, але регулярні події, орієнтовані на традиційну культуру. Це лекції, майстер-класи з писанкарства, вибійки, традиційних ремесел, а також виступи фольклорних гуртів, народні танці, фотодні з етноестетикою. Попри відмінну аудиторію — у Squat 17b це активісти, у Avangarden — поціновувачі мистецтва та кулінарії — традиція постає не як реконструкція минулого, а як частина естетичного досвіду і колективної дії.

Бренди також долучаються до цього процесу, в якому споживання стає частиною культурної самоідентифікації. Milkbar [17], відоме київське кафе, у співпраці з Музеєм Івана Гончара створило проєкт «Панянки» — традиційні пряники, доповнені формою, рецептом і поясненням традиції, яку можна відтворити вдома. Інший проєкт — колаборація з брендом GUNIA [12] — включала випуск великодніх пасок і печива з декором, натхненним візерунками традиційних рушників. Сам бренд GUNIA, який ще до війни

працював з музейними колекціями, після 2022 року став частиною нової хвилі інтересу до фольклорної естетики: відкриття магазину у Львові, додатково до магазину в Києві, вихід на обкладинку українського Vogue, десятки колаборацій.

Масові бренди також долучаються до репрезентації традиційної культури. ORNER [18] випустив пледи з мотивом «дерева життя», dodo socks [10] — хустки з орнаментами подільських килимів, а бренд Jul [11] у співпраці з фольклористкою Яриною Сизик створив різдвяну колекцію з елементами народного вбрання. Такі продукти стають частиною повсякденного життя, втілюючи «тихе» переозначення простору через побут.

Зміни зачіпають і візуальний ландшафт міста. ЦУМ Київ [22] оформлює вітрини, натхненні українськими символами, серед яких — мистецтво Марії Примаченко та сцени з традиційного Різдва. На вулицях з'являються групи молоді, які щедрують і колядують. Подібні практики часто ініціюють неформальні об'єднання, як-от «Коза-Маланка» [14], що ще раз підтверджує роль спонтанної соціальної дії в переозначенні простору і трансформуванні міського середовища у простір живої традиції. Разом з тим, організатором може бути музей. Так, Музей Івана Гончара влаштував ходу з різдвяними зірками, [13]. У 2024 році така хода зібрала тисячі людей у центрі міста.

Нарешті, важливим елементом є спільнотні практики, що виникають на постійній основі. Улітку на вулиці Спаська [20] регулярно збирається громада на співи та народні танці. Софійський заповідник [19], який раніше не використовувався для публічних святкувань, після 2022 року вже двічі став майданчиком для святкування Великодня: з хороводами, традиційними іграми, піснями. У цих прикладах традиція вже не виступає ані як архаїка, ані як вистава — вона є формою культурного буття в міському просторі, що інтегрує людей через спільноту.

Аналіз кейсів демонструє, що після 2022 року в Києві відбувається активна інтеграція традиційної культури в повсякденний міський простір. Цей процес охоплює різні рівні: від інституційних до неформальних, від масових святкувань у публічному просторі до проникнення у комерційний простір. Це вказує на появу множинних агентів впливу, які ініціюють або підхоплюють ці практики.

Ці зміни добре корелюють із концепцією третього простору Едварда Соджа: міський простір постає як поєднання фізичного, уявного й соціального вимірів, водночас не зводяться до жодного з них, — і сприяє культурній емансипації. Традиційна культура в цьому контексті не є «екзотикою» або елементом музейного минулого, а радше — інструментом реконфігурації ідентичностей, засобом символічного переозначення міського середовища. Фестивалі, бренди, креативні простори, випадкові святкування — кожен із кейсів по-своєму репрезентує рефігурацію простору, тобто зсув від уніфікованої просторової логіки до багатоголосої й відкритої до локального і глобального. У межах цієї нової структури традиційна культура виявляється не лише репрезентованою, а й мобілізованою — як інструмент культурної видимості, публічної комунікації, символічного опору та перевідкриття національної ідентичності.

Література

1. Dear M., Flusty S. Postmodern Urbanism. *Annals of the Association of American Geographers*. 1998. Vol. 88, No. 1. P. 50–72.
2. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. 404 p.
3. Foucault M. Of Other Spaces: Utopias and Heterotopias. *Architecture / Mouvement/ Continuité*. 1984. No. 5. P. 46–49.
4. Christmann G., Knoblauch H., Löw M. (Eds.). *Communicative constructions and the refiguration of spaces: theoretical approaches and empirical studies*. London: Routledge, 2022. 266 p.
5. Lefebvre H. *The Production of Space* / transl. by Donald Nicholson-Smith. Oxford : Blackwell, 1991. 454 p.
6. Soja E. *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Oxford : Blackwell, 1996. 352 p.
7. Зайченко В. Вишивка Чернігівщини. Чернігів: РВЦ «Деснянська правда», 1994. 68 с.
8. Щибря В. Від текстилю до лози // Витоки. Весняний цикл традиційної культури. Київ: Інститут народознавства НАН України, 2025. С. 154–159. URL: <https://vytoky.com/wp-content/uploads/2025/04/vytoky-vesnyaniy-tsykl.pdf> (дата звернення: 01.04.2025).

Джерела дослідження

9. *avangarden_kyiv*. Instagram-сторінка ресторану Avangarden [Електронний ресурс]. URL: https://www.instagram.com/avangarden_kyiv/ (дата звернення: 01.04.2025).

10. dodosocks. Instagram-сторінка бренду Dodo Socks [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/dodosocks/> (дата звернення: 01.04.2025).

11. jul.com.ua. Офіційна Instagram-сторінка українського бренду JUL [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/jul.com.ua/> (дата звернення: 01.04.2025).

12. gunia_project. Офіційна Instagram-сторінка бренду GUNIA Project [Електронний ресурс]. URL: https://www.instagram.com/gunia_project/ (дата звернення: 01.04.2025).

13. honchar.museum. Офіційна Instagram-сторінка Національного центру народної культури «Музей Івана Гончара» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/honchar.museum/> (дата звернення: 01.04.2025).

14. koza.malanka. Instagram-сторінка ініціативи «Коза-Маланка» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/koza.malanka/> (дата звернення: 01.04.2025).

15. kurazh.kyiv. Instagram-сторінка фестивалю «Кураж» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/kurazh.kyiv/> (дата звернення: 01.04.2025).

16. lavkasilpoua. Офіційна Instagram-сторінка проєкту «Лавка традицій» мережі «Сільпо» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/lavkasilpoua/> (дата звернення: 01.04.2025).

17. milkbarkyiv. Instagram-сторінка кафе Milkbar (Київ) [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/milkbarkyiv/> (дата звернення: 01.04.2025).

18. orner.ukraine. Instagram-сторінка бренду ORNER [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/orner.ukraine/> (дата звернення: 01.04.2025).

19. ophia_of_kyiv. Офіційна Instagram-сторінка Національного заповідника «Софія Київська» [Електронний ресурс]. URL: https://www.instagram.com/sophia_of_kyiv/ (дата звернення: 01.04.2025).

20. spaska.street. Instagram-сторінка неформального міського об'єднання Spaska Street [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/spaska.street/> (дата звернення: 01.04.2025).

21. squat17b. Instagram-сторінка бару та культурного простору Squat 17b [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/squat17b/> (дата звернення: 01.04.2025).

22. tsum.kyiv. Офіційна Instagram-сторінка ЦУМ Київ [Електронний ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/tsum.kyiv/> (дата звернення: 01.04.2025).