



УДК 316.723[394.25+392](477.8-21)"XX"
DOI <https://doi.org/10.15407/nz2022.01.003>

МАРКУВАННЯ ВЕРНАКУЛЯРНИХ ПРОСТОРІВ ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ МІСТ У КОНТЕКСТІ КУЛЬТУРНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ПОЧАТКУ ХХІ ст.

Надія БАБІЙ

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-9572-791X>,
кандидатка мистецтвознавства, доцентка,
Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника,
вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76000, Україна,
e-mail: nbabij26@gmail.com

Мета дослідження — виявлення нових практик переко-
дування міських просторів.

Предмет дослідження — питання розуміння «вернаку-
лярної культури» та «вернакулярного простору» у місько-
му середовищі. Виокремлені різноманітні, неспоріднені ес-
тетичні програми в середовищах міст Західної України, що
маркують нові практики буденного життя, залучаючи ма-
гістральні шляхи. Виділені умовно три групи реалізаторів
«вермикулярного» маркування: носії «карнавальної» куль-
тури, що імітують хіпстерський спосіб життя, «традиціо-
налісти» — національно та релігійно свідомі консервативні
общини, що орієнтуються на усталену політичну естетику,
«комунікатори», діяльність яких реалізується появою месе-
джевих об'єктів-палімпсестів. Естетика 1990-х використо-
вується як відправна точка для культурних перетворень у
вернакулярних просторах сьогодення.

Ключові слова: вернакулярна культура, вернакулярний
простір, «карнавальна культура», «традиціоналісти», «ко-
мунікатори», магістральні практики, громадський простір.

Nadiia BABII

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9572-791X>

PhD in Art Studies, Associate Professor,
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
57, Shevchenka St., Ivano-Frankivsk, 76000, Ukraine,
e-mail: nbabij26@gmail.com

MARKING OF VERNACULAR SPACES OF WESTERN UKRAINIAN CITIES IN THE CONTEXT OF CULTURAL TRANSFORMATIONS AT THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY

Abstract. The issues of understanding «vernacular culture» and «vernacular space» in the urban environment are consid-
ered. Various, unrelated aesthetic programs in the environments
of the cities of Western Ukraine, which mark new practices of
everyday life, involving the main roads, are singled out. There
are three groups of implementers of «vernacular» labeling: car-
riers of «carnival» culture, imitating the hipster way of life, «tra-
ditionalists» — nationally and religiously conscious conserva-
tive communities, focused on established political aesthetics,
«communicators», whose activities are realized by the emer-
gence of message palimpsests. The aesthetics of the 1990s is
used as a starting point for cultural transformations in the ver-
nacular spaces today.

The purpose of the study is to identify new practices of re-
coding urban spaces.

The main source material is photographic material collected in
field research and own reflective observations of individual ran-
dom and regular street practices and processes. The practical
part uses the technique of «drift» (dérive), which emerged as the
practice of «Internationale Situationniste». «Drift», formulated
by Guy Louis Debord, sees urban spaces as a potential field of
resistance to the existing order in search of a new way of life.
Studying the techniques of space recoding, the author focuses on
the concepts of «vernacular culture» and «vernacular space», for-
mulated in the works of philosophers and anthropologists Max
Lerner, and Margaret Lantis, Phil Wood. A number of diction-
aries is analyzed. Useful considerations on the transformation of
urban spaces by art critics and culturologists Stella Bazanyani
and Bohdan Shumylovych were used. For the convenience of
analysis of various markers and artifacts, conditional terminology
is used to denote autonomous groups; group classification is re-
lated to the type of coding specific to the community.

Conclusions. Vernacular space is the boundary between the
real practices of agents and the imaginary expectations of the
contractors of space, based on their experience, reflexive percep-
tion. Ways of considering markers cause understanding of the
city through actions in its space, the consequence of which is the
creation of a modified city, which is again perceived and under-
stood as an arena of action. There are three types of marking
practices that are important for creating game situations that
provide the necessary emotional contrast for the urban complex.
The conservatism of vernacular cultures creates opportunities for
political manipulation, where players — agents of practice —
become game figures for commercial or political interests.

Keywords: vernacular culture, vernacular space, «carnival
culture», «traditionalists», «communicators», trunk practices,
public space.

Вступ. Культура міст Західної України достатньо вивчена та неодноразово описана науковцями різних напрямів дослідження, однак значна частина змінних культурних практик, пов'язаних із маркуванням міст та магістралей, залишається поза науковим дискурсом. Найперше це стосується буденних практик, що народжуються у мирських повсякденних формах та відіграють важливу роль для формування національної ідентичності. Оказіональна архітектура, вернакулярна архітектура та стихійний дизайн, візуалізація нових буденних практик, що пов'язані із політичними колізіями, емігрантськими переміщеннями, появою замкнених ком'юніті, а разом і все очевидніше паралельне існування розмаїтих міських культур потребує фахового аналізу та уважного вивчення.

Основним джерельним матеріалом є фотоматеріал, зібраний у польових дослідженнях та власні рефлексивні спостереження за окремими випадковими та закономірними вуличними практиками і процесами. У практичній частині використана методика «дрейфу», що постала як практика «Ситуаціоністського інтернаціоналу». «Дрейф», сформульований Гі Дебором, розглядає міські простори як потенційне поле спротиву до існуючого порядку в пошуку нового способу життя [1, с. 20]. Вивчаючи прийоми перекодування простору, автор зосереджується на поняттях «вернакулярна культура» та «вернакулярний простір», сформульовані у працях філософів та антропологів Макса Лернера [2] та Маргарет Лантіс [3], Філа Вуда [4]. Проаналізовані ряд словників [5; 6]. Використані корисні міркування над трансформацією міських просторів мистецтвознавців і культурологів Стелли Базаньяні [7], Богдана Шумиловича [8]. Для зручності аналізу розмаїтих маркерів та артефактів застосована умовна термінологія на позначення автономних груп; класифікація груп пов'язана із типом кодування, характерного для спільноти.

Мета дослідження — виявлення нових практик перекодування міських просторів.

Основна частина. Незважаючи на стрімкий успіх та поширення культурології серед академічних дисциплін, мало хто з дослідників намагається звернути увагу на досить динамічні, часом ефемерні чи такі, що складно піддаються обґрунтуванню способи переживання та розуміння нації за допомогою буденних практик.

Традиційний поділ культури на високу та народну у 1990-х роках на пострадянському просторі доповнився терміном «масова», що мало негативне означення низького смаку, ширпотребу, спричиненого стрімким розвитком капіталізму, демократизацією суспільства. Натомість англо-американська школа змінює риторіку на означення «популярна», вирізняючи автентичне, просторічливе, субкультурне від комерційного. Гіпермодерн остаточно зруйнував межі між високою та низькою культурою, впливаючи засобами глобалізації та взаємопроникнення фінансової та інтелектуальної діяльності [9, с. 85, 87]. Останнім часом на позначення окремих буденних практик урбанізованого суспільства використовується термін «вернакуляр».

Формування ідеї «вернакулярної» культури. Вернакуляр — ідіома, що використовується на позначення буденних контактів всередині групи носіїв мови (культурних практик), що розуміються як автотонні, неофіційні, неформальні.

Термін початково прижився у лінгвістиці, про що свідчать словники. Так, популярний Кембріджський словник (Cambridge Dictionary) визначає термін «vernacular» як іменник, що позначає «форму мови, якою природно користується певна група носіїв, особливо в неформальних ситуаціях» [5].

Популярний транслейтер dictionary.com дає більш розгорнуте трактування слова «вернакуляр». Серед них, у значенні прикметника, означає висловлене мовою рідної місцевості (на відміну від літературної): народна поема чи народний оратор. В значенні іменника на позначення:

- рідна мова чи мова місця;
- мова або словниковий запас, властивий класу чи професії;
- просторічне слово або вираз;
- розмаїття мови у повсякденному вживанні звичайними людьми;
- загальна назва тварини або рослини на відміну від її латинської наукової назви;
- звичаєва архітектура, що ілюструє найпоширеніші прийоми, декоративні особливості та матеріали певного історичного періоду, регіону чи групи людей;
- будь-який засіб чи спосіб вираження, що відображає популярний смак чи місцеві стилі [6].

Культурологічний дискурс запроваджений американською антропологинею Маргарет Лантіс (Marga-

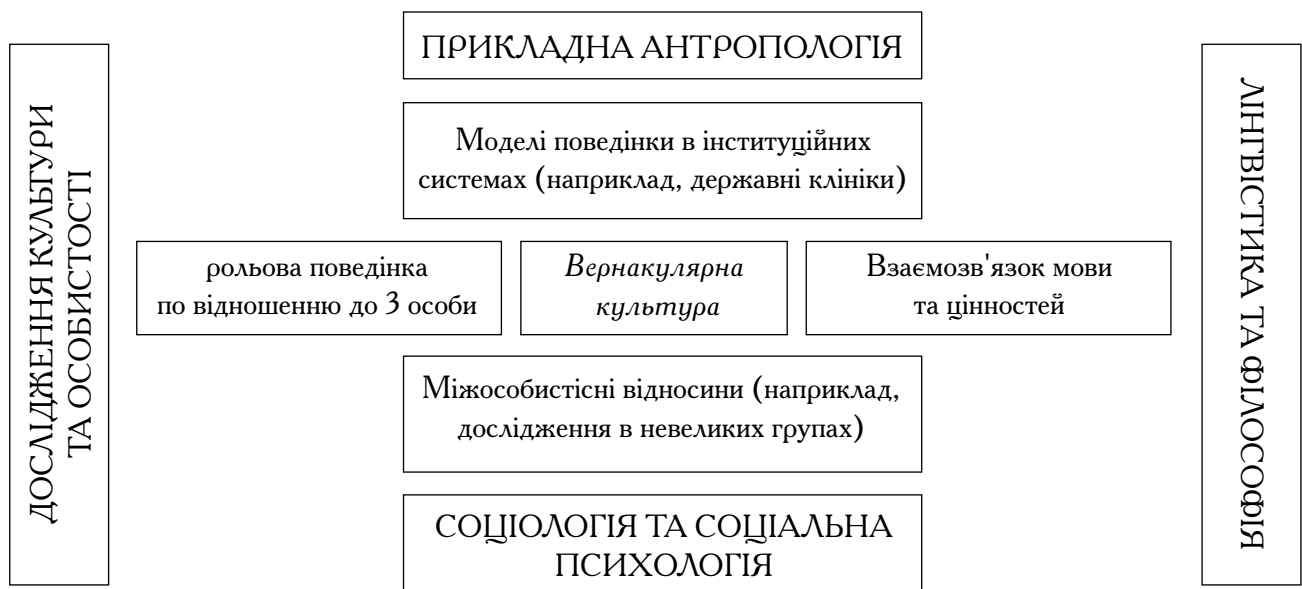


Схема. Приклади досліджень різних аспектів вернакулярної культури (за Маргарет Лантіс)

ret Lantis) у статті «Vernacular Culture» для *American Anthropologist* 1960-го року. Стаття, по суті, опиралась на збірник соціологічних есеїв американського журналіста, за походженням єврея з Білорусі (Мінськ), Макса Лернера: *America as a Civilization: Life and Thought in the United States Today* (1957), в якому порушувались питання новітнього урбанізованого соціуму [2]. Лантіс вказує на важливість оцінки психологічного клімату у суспільстві, комплексної аналітики стосовно культурної поведінки та взаємодії. Концепція вернакулярної культури робить акцент на «ситуативній» структурованій поведінці урбанізованих мешканців та привертає увагу до «житійної», «буденної» культури груп, яку вони відображують, відповідно до чітко визначених місць та ситуацій. Авторка переконує, що за будь-якого буденного сценарію, як то відвідування автовокзалу чи футбольного матчу, групі індивідів властива певна поведінка, що виражається через практики. У статті демонструється комплекс компонентів, властивих вернакулярним групам: цінності та цілі, відповідний час чи місце, загальні знання, системи ставлення та стосунків і, нарешті, спілкування. Тож вернакулярна культура є повноцінним функціоналом, сегментом загальної культури. Лантіс наголошує на очевидній відмінності означення «вернакулярний» від «народного» і «субкультурного», пропонує доповнити цим терміном вивчення компонентів складних культур, особливо в таких дисциплінах, як архітектура. Наво-

дить нові приклади з побуту сучасної її міської цивілізації, де існують функції сприяння спілкуванню, пристосуванню і досягненню консенсусу між незнайомцями, які мають вирішальне значення для урбанізованого соціуму з розвиненою культурою.

Прочитуємо: «Ми маємо справу з «банальним»; тим не менше, «мораль», «традиції», «звичай» — все це деякою мірою неадекватно, по-перше, тому, що вони не припускають будь-якого організуючого принципу; по-друге, тому що їх значення — це в основному традиція, минуле, де відсутня адаптація до сьогодення; по-третє>...<«звичай» — це «концепція здорового глузду, яка послужила матрицею для розвитку концепції культури і залишається дещо більше конативною, суб'єктивною та навантаженою афектами». Отже, нам потрібен новий термін» [3, с. 202].

Вважаючи, що культура живе у поведінці, Лантіс заперечує використання у дослідженнях джерел, що не належать до «ситуативної культури», адже ситуативна поведінка людей, спровокована медійною інформацією (у випадку Лантіс, маються на увазі газети), завжди пов'язана із контекстом місцевої культури [3, с. 212].

Як бачимо зі схеми, культурологічне дослідження вернакулярних проявів ґрунтується на артефактах, чи спостереженнях практик, інших процесів особами, що не є безпосередніми учасниками комунікативного процесу.

Вернакулярні простори. Сучасна культурна географія разом із реальними, вивчає «віртуальні» чи «ментальні» простори, серед яких виділяють міфічні та вернакулярні.

Якщо реальні райони визначаються за ознаками певних об'єктивних характеристик, то ментальні належать до суб'єктивної реальності, що закріплена суспільною свідомістю. Однак межі об'єктивних та суб'єктивних районів доволі плинні та можуть накладатись [10, с. 3]. Ментальні райони, попри свою суб'єктивність, залишають реальні культурні маркери, що дозволяє їх об'єктивізувати у реальності.

В умовах підвищеного рівня конкурентності, майбутнє полісів, за визначенням Філа Вуда залежить від «властивостей міста розпізнавати, розкривати, жити, направляти, використовувати, підтримувати, переробляти творчий потенціал», де творчість визначається як колективний процес [4].

Міфічні райони опираються на нові чи старі міські міфи, що стійко закріпились у культурі (до прикладу, «Станіславський феномен» у Івано-Франківську, «Скриня», республіка «Святого саду» у Львові), тоді як вернакулярні є продуктом сьогочасової буденної суспільної свідомості та не мають офіційного статусу. Регуляторами дійності виступають чинники місця та часу, де час закріплений за визначеними формами.

В утворенні вернакулярних просторів значну роль відіграє щоденний життєвий досвід та практики, у формуванні інших — ініціатива влади, результати наукової діяльності, вплив засобів масової інформації, соціальних мереж [10, с. 7—8]. Один з найцікавіших прикладів маркування просторів радянського періоду доволі неоднозначний з огляду на систему кодування. «Розгорнута мережа автодоріг у 1980-х роках стала величезною публічною галереєю формалістського мистецтва через репрезентацію монументальних творів на автопавільйонах, а для людей, які користувались та досі користуються автозупинками, ця формальна мова належить до буденності» [11, с. 8]. Практики: як старі, так і нові — сприяють перекодуванню реальних просторів.

Проблематика розуміння ірраціональності комунікації всередині міських просторів, долучення актуальних практик до контексту культури народу, що переселився з периферії до великих міст, маркування просторів, присутня вже у світовому науковому

дискурсі 1970-х років, на пострадянському просторі — від 1980-х років.

Концепція соціального простору, сформульована французьким філософом Анрі Лефевром ще 1974-го року [12]. Лефевр виводить відповідність змін простору змінам суспільства і навпаки — простір завжди змінний та залежить від виробництва. Громадський простір є інтегральним явищем, цілісність якого не досягається окремими спорудами чи локальним додаванням творів мистецтва на фасадах та у скверах. Це середовище існує лише в контексті людських взаємовідносин та характеризується демонстративністю. Архітектура та природний рельєф, якщо говорити про практики ленд-арту, мають магічну здатність узвичаювати в собі найрізноманітніші культурно-мистецькі форми через постійність презентаційної площі.

Ситуаційська теорія Гі Дебора (1950-ті) пропонує переосмислення загального уявлення про місто, виходячи з поняття «атмосфер» як тимчасових, плинних складових, що породжуються взаємодією всіх елементів міського середовища із відчуттями мешканців; дрейф — практика віднайдення цих атмосфер з метою конструювання ситуацій. Отже, зміщуючися від усталених пішохідних зон, дрейфуючий відзначає відмінний психологічний клімат, значний перепад густоти населення чи відвідувачів, що не пов'язані із рельєфом, захоплення чи відразу до місця. Ці чинники рідко аналізуються у міських стратегіях як можливості до використання. На думку Гі Дебора, «...різноманітне поєднання атмосфер, подібні до поєднання чистих хімічних речовин у нескінченній кількості сполук, здатні викликати такі ж складні та розмаїті відчуття, як і ті, що породжують решту видовищ <...> кількісні чи якісні відмінності між кварталами міста за характером їх сприйняття не можуть бути повністю витлумачені епохою, архітектурним стилем чи, тим паче, умовами життя» [1, с. 15].

Аналітика культового часопису «Декоративное искусство СССР» у 1980-х роках визначала «графіку міста» як окреме явище, що поєднувала навігацію із комерційною та соціальною знаковими системами — як офіційними, так і самочинними. Феномен набув характеристики неуніверсального, часто стихійного маркувального засобу, що не може розглядатись окремо від маргінального простору та часового

періоду. Методика дрейфу доводила, що надлишок інформації блокується людською психікою, утримуючи увагу лише на основних деталях, тож «спонтанна» графіка міста практично не входила до складу спеціалізованої професійної діяльності та досліджень і розглядалась не як самоцінний, а лише як супутній елемент середовища [13, с. 21].

Стелла Базазьяні, коментуючи О. Іконнікова, зазначає, що «...у сучасній художній культурі (маються на увазі 80-ті рр. — Н. Б.), та і у масовій свідомості загалом, відбувається ...зміщення ціннісних напрямів. Інтерес до міста, що фокусувався на «пам'ятниках» та «творах» — розповсюдився на децю загальніше, узагальнене, розмите, на увесь контекст>...<Речі виявились цікавими не лише самі по собі, а і у своїх взаємозв'язках, у своїй інтеграції до життєдіяльності людини...» [14, с. 2]. Олександр Рубцов у цей же час наводив метафору непрофесійного мистецтва як «естетичного сміття». Натомість автор також зауважує на ключовій ролі ЗМІ, медіа, що продукують середовище масового споживання та створюють специфічний постійний естетичний фон, відмінний від сталих категорій мистецтва [15, с. 41].

У вересні-жовтні 1982-го у Москві та Ташкенті проводився Симпозіум Асоціації мистецьких критиків АІКА ЮНЕСКО «Народне мистецтво в середовищі сучасного міста» [14]. Симпозіум торкався як традиційних, консервативних форм селянського та ремісничого мистецтва, питань глобалізації, що перетворили автентіку на дешеву сувенірну продукцію, так і контраверсійної тематики залучення до контексту народного мистецтва та культури мейл-арту, передвиборчих гасел та плакатів, практик графіті, наївної скульптури, тощо.

Термінологічна база симпозіуму доповнилась синонімічними визначеннями «спонтанного» «дикого» та «громадянського» мистецтва, що позначають композиції, намальовані містянами-непрофесіоналами на стінах та парканах, дитсадках, обгороджувальних щитах, нижніх ярусах будинків. Підіймалось питання долучення такого мистецтва до загального контексту культури, виходячи з його художньої функції: як сприймаються та як «використовуються» такі форми іншими містянами. Важливим підсумком стало визначення, що «... (с)понтанна участь городян у формуванні обличчя вулиць, дворів та майда-

нів — особлива форма побуту народної традиції у житті міст. У капіталістичних країнах ця форма участі непрофесіоналів нерідко набуває політичного забарвлення, як це було у нью-йоркському та лісабонському метро» [14, с. 11].

Думка про політичне залучення «вернакулярної культури» притаманна і сучасним культурним діячам. Так, Девід Бірн підтримує тезу про важливість медіа для утворення вернакулярних угруповань, згадуючи практики мейл- та боді-арту як об'єднувачі для націоналістичних спільнот в артистичному середовищі Югославії [16]. Автор пропонує розглядати вернакулярну культуру з позиції семіотики, де об'єднуючим чинником спільноти окрім вернакулярної мови (мається на увазі діалект, сленг, просторіччя) можуть виступати уподобання в одязові, кулінарних смаках, музиці тощо.

Тож під межами вернакулярних просторів міста розуміємо позиціоновані та уявлені, відтворювані у форматі регулярних культурних чи мистецьких практик взаємовідносини суб'єктів (громадян, індивідуалів чи організованих груп), що реалізуються у фізичних просторах міста та пов'язані із буденністю.

Маркувальні практики у вернакулярних просторах міст Західної України

Маркери, застосовані для позначення вернакулярних просторів задіяні кожною з груп в усіх західноукраїнських містах і містечках, однак різняться за насиченістю та часовими чинниками. Одночасно села у другій декаді ХХІ сторіччя втратили залежність від натурального виробництва та є, по суті, прилеглими міськими просторами. Населення, основна діяльність якого усе частіше задіяна на міських підприємствах та закладах креативної індустрії, демонструє ментальну належність до міської культури, в тому числі, пов'язаної з вермикулярністю.

Для кращого розуміння складних багаторівневих культурних процесів всередині просторів, розподімо вернакулярні групи на кілька категорій, умовно названі: «традиціоналісти», «карнавальна», «комунікативна».

«Традиціоналісти» представлені найчастіше свідомими (в національному та релігійному плані) городянами, мешканцями сіл, що активно підтримують обрядові ритуали, які вважають традиційними та ставлення до громадського простору, міста в загальному, як до вмістилища колективної пам'яті.



Іл. 1. Геогліф «Тризуб» на горі поблизу села Остриня, Тлумацького р-ну, Івано-Франківської області. 2014. Фото опубл.: <https://vikna.if.ua/news/category/if/2014/08/26/21281/view>

Першочергово поштовхом до створення такого типу вермикулярних спільнот стають «Виключні обставини (за Вудом) — такі, як стрімкі політичні зміни, нове керівництво, серйозні політичні чи соціальні конфлікти» [4]. Тож чітко прослідковується періодизація стихійних активностей, пов'язаних із маркуванням міст: 1991 — здобуття Незалежності України, 2003 — Помаранчева революція, 2013 — Революція гідності, 2014 — АТО.

Вернакулярна культура «традиціоналістів» доволі консервативна, типологічно належить до оказіонального дизайну. Естетика сформована переважно у 90-ті роки ХХ століття і хоча й використовує маркери, пов'язані з ідентичністю, суть її зосереджена у пострадянському часі та просторі. Втрата активностей в періоди поміж політичними потрясіннями часто компенсується урівнюванням понять чи маніпуляцією поняттями «шанування традиції» та буденною «порядністю», пов'язаною із «грою в традицію» [17].

Діяльність спільнот реалізовується масштабними, сталими та тривалими практиками, пов'язаними із деконунізацією просторів та магістралей. У маркуванні найчастіше використовуються популярна знаковість (калина, чорнобривці, вишиванка, геральдична символіка, тощо), як динамічні культурно-мистецькі практики: флеш-моби, процесії; так і статичні: інсталяції, ленд-арт, або ж комбінації усіх означених практик із колажевістю поєднання знаків.

Так гірські та горбисті ландшафти Івано-Франківщини, Тернопільщини, Львівщини та Закарпаття зазнають маркувань завдяки практикам ленд-арту, де високі схили відіграють роль картин-

ного поля. Практики супроводжуються регулярними ритуалами у форматі хресної ходи чи громадської процесії-віча, естетизуються через традиційне вбрання. Інституціоналізація відбувається через ЗМІ та соціальні мережі.

Одне з найраніших маркувань створене 1992-го року на схилі гори поблизу села Остриня, Тлумацького р-ну, Івано-Франківської області. Ветераном УПА Анастасієм Козаком на відзначення 1-ї річниці Незалежності України (іл. 1). З білого каменю був викладений геогліф у формі тризуба, що добре проглядається з автошляху [18]. Подібна практика 2016 року реалізована також у с. Олешів, Тлумацького району з ініціативи місцевого жителя Ярослава Кліда.

Практики насадження кущів та дерев у формі текстів були традиційними для 1980 років, приурочувались до Олімпіади-80, що проходила у Москві. Відтоді на багатьох пагорбах західноукраїнського регіону залишилися рештки «дендронаписів», присвячених Леніну, партії, річницям з їздив. В тому числі, на Тячівщині, Закарпатської області, на схилі гори Капуна, досі частково зберігся напис «МИР», висаджений з дерев. Через старіння чагарника, сьогодні проглядається лише у форматі «МИ». Громадськість регіону запропонувала 2015-го року доповнити напис «МИ» геогліфом у формі тризуба, змінивши маркування простору. Однак ініціатива не перейшла проектної стадії.

Подібні ініціативи багаторазово реалізовані 2021 року: у форматі снігового рельєфу Луцькими нацгвардійцями; у форматі лісових насаджень дугласії та модрина в урочищі «Герасими-Дебриця» на території лісового фонду Дорівського лісництва; самшитовий тризуб висаджений лісівниками на території Рогатинського лісгоспу.

Видовищне маркування — засівання квітами чорнобривців та соняхів десятків кілометрів узбіч автодороги Луцьк-Львів. Практики тривають понад 20 років, тож перетворились у перманентний процес. Ініціатор — Заслужений діяч мистецтв України, скульптор, лучанин, Василь Рижук. Індивідуальна практика перетворилась на колективну через створення мережових благодійних організацій «Чорнобривці України» та «Квітухий прапор України» [19].

Помаранчева революція 2003-го зафіксована масовим маркуванням одягу причетних, просторовими

інсталяціями помаранчевих знамен, використанням у побуті помаранчевого кольору ялинок та новорічних іграшок із революційною атрибуцією, популярністю хіп-хопу «Разом нас багато» Івано-Франківського гурту «Гринджоли».

Від 2014-го року популярними та масовими є варіації помалювання на жовто-блакитний мостів та шляхопроводів, малих архітектурних форм, в тому числі, монументальних бетонних в'їзних знаків 1980-х років, що часто мають складну конструкцію та доповнені традиційними бруталістичними рельєфами селянок, робітників, вояків, шахтарів і т. п. Процес окреслений у соціальних мережах як «патріотичний флешмоб». Окрім перемалювання, вертикальні стелли часто доповнюються трафаретами за типом «вишиванки» без приналежності до етнорегіону, у випадку наявної п'ятикутної зірки на касці вояка — знак замінюється на намальований тризуб (іл. 2). Часто спостерігаємо додаткове декорування бетонних знаків (с. Лище, Луцького р-ну, м. Любомль, с. Мовники Литовезької ОТГ), що в описі значиться як «ексклюзивн(а) художн(я) роботу в українському стилі [20], чи робота художника (с. Мовники). Можемо прослідкувати і соціальний склад причетних до «традиціоналістичних» маркувань, що в кожному конкретному випадку варіюється між офіційними особами — керівниками шкіл, головами сільрад чи очільниками ОТГ (м. Новоград-Волинський), школярами чи студентами коледжів (с. Лище), соціальними працівниками, громадськими активістами (м. Горохів, с. Устилуг) або активістами, що популяризують себе як анонімні рейтери (м. Луцьк).

Формальної демаркації зазнають і пострадянські мозаїки на фасадах чи провінційна скульптура. Так у м. Нововолинськ, Волинської області мозаїки на кутах будинків майдану Незалежності зазнали формальних пристосувань до нових реалій: геральдика СРСР затерта бетонним розчином, червоні прапори, викладені смальтою, перефарбовані у жовто-блакитний, зірочки на фуражах та будьонівках змінені на тризуби. Найцікавіший приклад демаркації — помалювання гіпсових скульптур піонерів перед будинком школяра. Скульптури побілені з тонуванням уніформи та піонерських галстуків під пластовий однострій (іл. 3).

Практики побілки чи помалювання міської скульптури 1950—1960-х років доволі традиційні. У Івано-



Іл. 2. В'їзний знак до міста Горохова, розмальований активістами, 2015 (Волинська обл.) Фото опубл.: <https://www.volynnews.com/news/society/u-misti-na-volyni-iake-mayedushu-vyshly-vyiznyy-znak/>



Іл. 3. Гіпсові скульптури піонерів, перемальовані у пластові однострої; м. Нововолинськ, Волинської обл. 2021. Фото автора

Франківську, Острозі, с. Підпечари, Івано-Франківської ОТГ самодіяльної естетизації у формі золочення, бронзування, підфарбовування очей, краватки, інше, щороку зазнають погруддя Т. Шевченка. Процес триває орієнтовно з 1970-х років, що вказує на постійність вернакулярної спільноти. Пам'ятник Богданові Хмельницькому у с. Кунин, Львівської обл.,



Іл. 4. Скульптура С. Зінця «Ангел Скорботи», оздоблена бронзуванням та доповнена лампадами. 2021. Івано-Франківськ. Фото автора



Іл. 5. Приклад карнавального маркування простору: внутрішній двір, вул. Льва, 2, Львів, 2021. Фото автора

активісти ГО «Твори добро» 2021 року колоритно розмалювали, перетворивши на героя поп-культури. Подібної трансформації зазнають і сучасні скульптури, залучені спільнотами до «своїх» маркерів. Так, символічні роботи С. Зінця та Ю. Миська, виконані 1999 року під час скульптурного пленеру в Івано-Франківську, набули релігійного кодування: їх щороку вибілюють та обставляють лампадами, робота Зінця частково побронзована (іл. 4).

Філософ Володимир Єшкілев визначає за цим типом культури схильність до гри як «...діяльніст(і),

яка не спрямована на захист життя від якоїсь безпосередньої загрози. Це ігрове моделювання «побутових протоколів» минулого, метою якого є закріплення певних маркерів ідентичності через ритуал, а також підсвідоме задоволення від зримої присутності позитивної історичної тягlosti» [17].

Культура «карнавалу»

Тип маркування характерний для більших міст з нерівномірним зонуванням. Носіями культури виступають хіпстерські кола, що наслідують декаданс та андеграундні практики 1960-х років, часто залучаючи аутцайдерські практики та артефакти. Для визначеного типу характерна провокативність, складне семантичне та змістовне навантаження, що різко контрастує із контекстом. Мета маркувальних практик учасників «карнавальних» спільнот — епатаж, протиставлення нових експериментів та можливостей усталеним культурним нормам. Систематична провокація як можливість перетворити життя у «суцільну захоплюючу гру та негуманне використання популярних розваг (за умови неможливості перенаправлення на створення цікавіших ситуацій)» [1, с. 12].

У контексті описаної міської культури, гравці прагнуть перетворити простір на репрезентативну площанку. А. Іванова, поділяє маркери «карнавальної культури» на три основні категорії: мобільну (фестивальні практики, доповнені оказіональною архітектурою), «комерційні» (задіяні в естетизації закладів малого бізнесу) та «креативні», що вирізняється безкорисливою ініціативою, реалізовується у рамках вибудовування селфі-брендингу з прицілом на кар'єрне зростання [21, с. 110].

Початки маркування «карнавальної» культури пов'язані з 1990-ми роками — часом масової маніфестації андеграундних субкультур в урбаністичне поле: популярності набувають батярське спрямування та рок. На думку Б. Шумиловича «...львівське сучасне мистецтво стартувало саме з діалогів та дискусій, які хоч і не сприймалися владою серйозно, згодом мали неабияку силу змінити культурну ситуацію. Мистецтво Львова того часу проходило швидку еволюцію, і між 1987 роком, коли була організована знаменита виставка «Запрошуємо до діалогу», та 1990 роком, коли у місті був фестиваль «Вивих», відбулося багато знакових подій» [8].

У Івано-Франківську відправною точкою для носіїв «карнавальної культури» стало міжнарод-

не біенале сучасного мистецтва «Імпреза» 1989—1997 років, Чернівцях — «Червона рута» 1989, у Луцьку — підлітковий рейтерський рух анонімних графітчиків (1987), що згодом поширився на львівське середовище та реалізований сьогодні численими фестивалями графіті та муралізму.

Туристоорієнтовані практики найкраще репрезентовані у Львові серією атракцій, тематичних ресторацій, інсталяціями, скульптурою, тощо. Пік комерційного маркування відбувся 2012 року, коли Львів, за дослідженнями впливового британського видання *Financial Times*, увійшов до десяти кращих міст майбутнього Європи [22, с. 297].

У Чернівцях, Луцьку, Івано-Франківську, Тернополі культурні кола об'єднуються навколо регіональних літературних та урбаністичних фестивалів. Чисельні дійства та часті видовища як у центральній частині міста, так і у віддалених мікрорайонах, промзонах щоразу демонструють нові маркери вернакулярної культури, що зміщують часові рамки презентації з денного на нічний час, з реальних локацій на віртуальні.

Відзначимо маркери, пов'язані з міськими аутцайдерами, до яких можна занести як загальні, пов'язані із «привласненням» спільних просторів: дворів, прибудинкових територій, частин паркової зони та перетворення їх на своєрідні музеї чи клуби, міні-готелі; так і індивідуальні, у яких конкретний персонаж набуває міфологічних характеристик завдяки діяльності вернакулярної спільноти (іл. 5).

Проект «Славик» з ініціативи львівського вуличного фотографа Юрка Дячишина 2011—2012 років перетворився з перформативного у репрезентативний: фото «модного» безхатка від 2017-го року, окрім віртуального простору «Slavik's fashion», мігрують міськими дворами, вітринами магазинів, тротуарами, стали елементом львівської поп-культури та епатажним міфом нетрадиційного Львова, отримали всесвітній медійний розголос [23] (іл. 6).

Персонаж «Пане, дайте пару копійок» завдяки численим медійним та виставковим практикам став яскравим маркером креативних просторів Івано-Франківська. Його слова розібрані на цитати та меми. Відомий жебрак неодноразово поставав у фотопроєктах Ростислава Шпука, став прототипом для арт-об'єктів Євгена Самборського (іл. 7), персона-



Іл. 6. Slavik's Fashion street art in Lviv, 2021. Фото Юрка Дячишина. URL: <https://www.facebook.com/SlaviksFashion/photos/a.157958276183276/20055558590214>



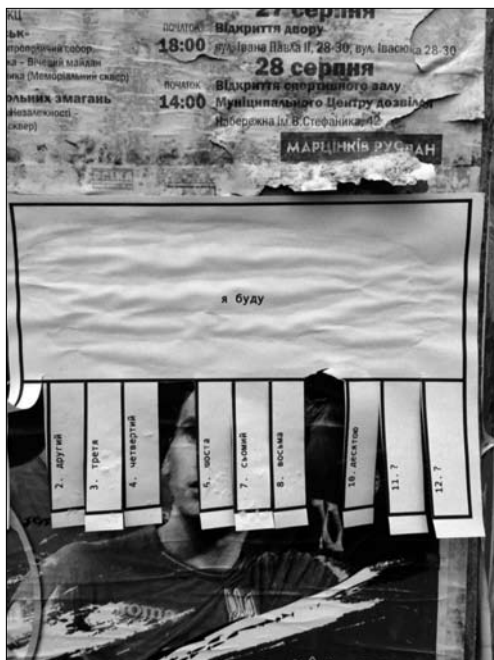
Іл. 7. Арт-об'єкт «Пане, дайте пару копійок». 2011. Фото Євгена Самборського. URL: <http://artmedium.com.ua/archives/1523>

жем анімаційного фільму, створеного під час літнього дитячого табору, увічнений літературними есе та медіафайлами.

Карнавальна спільнота міста відповідає за урухомлення громади, має «...як культурний, так і політичний характер, бо політики багато чого запозичили від «вар'ятів культури», зокрема — ідеї для масової мобілізації публіки (через фестивалі чи колективні співання тощо)» [8].



Іл. 8. «Настінне» вираження комунікативних активностей, 2021, вул. І. Франка, Івано-Франківськ. Фото автора



Іл. 9. Проект «Я буду». Івано-Франківськ, квітень 2020. Фото надане Анною Потьомкіною

«Комунікативна» культура

Тип маркування характерний виключно для культури більших міст і не зустрічається у селах та малих містечках. Учасники процесу не належать до визначеної професії, різні за віковою категорією, культурними та політичними вподобаннями. Об'єднує умовну спільноту віра у силу «настінного» вираження своїх запитів та притягальна сила визначеного місця.

Від 1990-х років міські рекламні тумби набули значення комерційних об'єктів, тож соціальні потреби в письмовій комунікації почали реалізовуватись

громадянами на самозахоплених об'єктах громадського простору: конструкціях зупинок громадського транспорту, фасадах МАФів, ринвах будинків, що виходять на центральні вулиці, міських брамах, електричних будках тощо. Останнє десятиріччя демонструє стійке переселення маркерів до центральної частини історичних міст. У процесі часто поєднані як традиційні форми: писані чи друковані оголошення, рекламні плакати, так і альтернативні гасла, нанесені спреєм чи пензлем (іл. 8).

І хоча фактично йдеться про банальний вандалізм, тривале використання для практик сталих архітектурних об'єктів перетворює їх на міські палімпсести, фактично тривимірні скульптури, що інтерпретуються стороннім спостерігачем як складний структурний, позавимірний погляд на місто. «Комунікативна» культура у своєму комплексному вираженні може бути розглянута як випадкова гра культурними кодами та розбір культуротворчих механізмів.

Архаїчність практик, їхня аутсайдерська приналежність у час глобальних соціальних мереж може розцінюватись як яскравий приклад стійкості соціологічного мистецтва та соціальної культури. Факти звернення творчої еліти до цих культурних форм свідчать про зміни суспільної думки, яка стає готовою для адекватного сприйняття дійсності, фіксації знань про себе, яких вона досі соромилась чи розцінювала як маловартісні.

Ю. Андрухович присвятив міським палімпсестам одне зі своїх есе, в якому загалом критично описує свій уявний діалог із анонімними «настінними» опонентами: «Враження таке, що професійні кілери Франіка почали документувати свої діяння публічно. Хоча не тільки вони. Політичні експерти також. Як і політичні аналітики, політичні технологи і просто політологи» [24].

Молоді митці-урбаністи, натомість, відкидають псевдоетичні та псевдоестетичні константи, свідомо долучаючись до «комунікативної» спільноти. Спорожнілі через карантинні обмеження у березні-травні 2020 року простори історичних центрів стали ідеальним місцем діяльності митців. Топографії були включені у перформативний процес, замінивши своїми змістами виконавців. Нічим не пов'язані між собою гасла, теги, меседжі, стали одномоментно зримими. Загальний текст прочитувався у рухомому спогляданні, що була притаманна раніше лише виставко-

вим площам чи галереям. Активістки культурного центру «Асортиментна кімната» створили своєрідний «вброс у хаос» за допомогою акуратних роздрукованих постерів за тематикою «Аліси» Льюїса Керола, що були поклеєні поверха міських графіті та оголошень [25, с. 137]. Головний меседж мисткинь полягав у важливості не втратити себе у навколишньому абсурді в час колективного підпорядкування та руху за течією.

У іншому експерименті молоді мистці Франківська протестували проти обмежень колективних зібрань (не більше десяти чоловік), запроваджених владою. У місті на самочинних рекламних тумбах розклеювались стандартні відривні оголошення із закликом «Я буду». Відривні елементи ретельно пронумеровані, перші десять з дванадцяти — підписані порядковими числівниками від «перший» до «десятий», два останні — лише «?» (іл. 9).

Висновки. Вернакулярний простір є межею зіткнення реальних практик агентів та уявних очікувань контрагентів простору, що базуються на їхньому досвіді, рефлексивному сприйнятті. Способи розглядування маркерів спричинюють розуміння міста через дії у його просторі, наслідком чого є творення модифікованого міста, що знову сприймається та розуміється як арена дій запропонованої гри.

Межові маркери «Традиціоналістичної культури» у періоди політичних потрясінь є важливими свідченнями самоорганізації громади, що спирається на культуру ідентичності. Однак в наступні періоди це ігрове моделювання набуває протокольної банальності, в якій відбувається підміна ритуалу на гру в ритуал. Як наслідок, зміна елементів-символів не вирішує проблеми демаркації простору, сформованого для чужорідної ідеології. Консервативність вернакулярної культури породжує можливості до політичних маніпуляцій, де гравці — агенти практик — стають ігровими фігурами для комерційних чи політичних інтересів.

«Карнавальна спільнота» міста відповідає за урхомлення громади та творення атмосфер поза житловими просторами. Маркери вирізняються складним змістовним та семантичним навантаженням, практики пов'язані з епатажем та провокацією, діяльність реалізовується у індивідуальній чи колективній творчості. Творчість породжує нові креативності, створюючи все більше спільнот та залучаючи щора-

зу нових людей і ресурси, початково закриті та недоступні місту. Карнавальна культура належить до самовідновлювальних ресурсів. Гра, створена «карнавальними» маркерами, забезпечує необхідний для міського комплексу емоційний контраст.

«Комунікативна культура» є прикладом своєрідного «імпресіоністичного втручання» у міський простір, де кожен об'єкт має свою власну колористичну домінанту, що змінюється щоденно завдяки новому учаснику. Контрагент «вмикає» асоціації, пов'язані з меркантильними пропозиціями, освітнім характером, війовничим життям чи кривавою репутацією об'єкту. Пафос щоразу оновленої версії символізує привласнення і переінакшення культурних кодів уявних родоначальників практики.

1. Дебор Ги-Эрнест. *Психогеография*. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017. 112 с.
2. Lerner Max. *America as a civilization; life and thought in the United States today*. New York: Simon and Schuster, 1957.
3. Lantis M. Vernacular Culture. *American Anthropologist*. 1960. № 62. Pp. 202—216.
4. Вуд Ф. *Круговорот городского творчества*. URL: <https://www.culture29.ru/upload/medialibrary/575/5752b40de121145269f1c4249770f0f5.pdf> (дата звернення 15.09.2021).
5. *Vernacular*. URL: <https://dictionary.cambridge.org.vernacular> (дата звернення 15.09.2021).
6. *Vernacular*. URL: <https://www.dictionary.com/browse/vernacular> (дата звернення 15.09.2021).
7. Базазьяни С. Среда и монументальное искусство в координатах 80-х годов. *Декоративное искусство СССР*. 1986. № 4. С. 2—5.
8. Шумилович Б. *1993 у Львові: трансгресії та естетичні ритуали переходу*. 2018. URL: <https://zbruc.eu/node/80025> (дата звернення 15.09.2021).
9. Лютий Т. Масова і популярна культура: проблема демаркації. *Наукові записки НАУКМА. Філософія та релігієзнавство*. 2019. Том 3. С. 85—99.
10. Калущков В. О типах районов в культурной географии. *Культурная и гуманитарная география*, 2013. Т. 2. № 1. С. 3—9.
11. Бабій Н. *Самоцінність монументального мистецтва в системі сучасного розвитку міської культури Західної України*. 2020. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8787/1/THE%20SELF-VALUE%20OF%20MONUMENTAL%20ARTS%20IN%20THE%20SYSTEM%20OF%20MODERN%20URBAN%20CULTURAL%20DEVELOPMENT%20OF%20WESTERN%20UKRAINE.pdf> (дата звернення 15.09.2021).

12. Лефевр А. *Производство пространства*. Москва: Streike Press, 2015. 432 с.
13. Пясковский Ю. Город говорит с человеком. *Декоративное искусство СССР*. 1986. № 1 (338). С. 21—26.
14. Народное искусство в среде современного города. Изложение докладов. *Декоративное искусство СССР*. 1983. № 5 (306). С. 2—15.
15. Рубцов А. Самоценность не альтернатива синтезу. *Декоративное искусство СССР*. 1981. № 7. С. 42—44.
16. Byrne D. *Vernacular culture and nationalism*. 2016. URL: <https://davidbyrne.com/journal/vernacular-culture-and-nationalism> (дата звернення 17.09.2021).
17. Єшкілев В. *Гра в традицію*. 2021. URL: https://matrix-info.com/gra-v-tradytsiyu/?fbclid=IwAR01vzyUe0_k9OMRbWcPiy-TTNTAyyPgIYMeekcsyxWR_vvaEpJJq2eBD7c (дата звернення 19.09.2021).
18. *Тризуб, якого видно з космосу, зробив ветеран УПА*. 2011. URL: https://www.youtube.com/watch?v=p9dC_ImRXbM&ab_channel=5канал (дата звернення 15.09.2021).
19. *Українець посіяв 700 кілометрів чорнобривців і соняшників уздовж доріг*. 2021. URL: <https://lviv1256.com/news/ukrajnets-prykrasuv-kvitamy-chotyry-desyatyky-kilometriv-trasy-lutsk-lviv/> (дата звернення 15.09.2021).
20. *Вїзд до Любомля — в патріотичних кольорах*. 2014. URL: <https://www.volynnews.com/news/society/vyizd-do-liubomla-v-patriotychnykh-kolorakh/> (дата звернення 15.09.2021).
21. Иванова А. Карнавальний дизайн, культура «сделай сам» и «новая норма» в городской среде. Владивосток; Хабаровск. *Вестник ТОГУ*. 2017. № 3 (46). С. 109—118.
22. Козлова І. Структура соціального простору міста в контексті туристоорієнтованості країни: місце і значення публічного простору. *(Не)Задоволення публічними просторами. Урбаністичні Студії III*. Київ: Всесвіт, 2016. С. 296—304.
23. *Slavik's fashion*. URL: <https://www.facebook.com/SlaviksFashion> (дата звернення 19.09.2021).
24. Андрухович А. Слова слова слова. *Збруч*. 2017. URL: <https://zbruc.eu/node/63290> (дата звернення 22.01.2021).
25. Babii N. Popular culture as a source of ideas in the urban spaces of Western Ukraine during the pandemic. *Culture and Arts in the Modern World*. Issue 22. 2021. Pp. 129—144.
- Lantis, M. (1960). Vernacular Culture. *American Anthropologist*, 62, 202—216.
- Wood Phil. *The cycle of urban creativity*. Retrieved from: <https://www.culture29.ru/upload/medialibrary/575/5752b40de121145269f1c4249770f0f5.pdf> (Last accessed: 15.09.2021) [in Russian].
- Vernacular*. Retrieved from: <https://dictionary.cambridge.org/vernacular> (Last accessed: 15.09.2021).
- Vernacular*. Retrieved from: <https://www.dictionary.com/browse/vernacular> (Last accessed: 15.09.2021).
- Bazaziani, S. (1986). Wednesday and monumental art in the coordinates of the 80s. *Decorative art of the USSR*, 4, 2—5 [in Russian].
- Shumylovych, B. (2018). *1993 in Lviv: transgressions and aesthetic rituals of transition*. Retrieved from: <https://zbruc.eu/node/80025> (Last accessed: 15.09.2021) [in Ukrainian].
- Lyuty, T. (2019). Mass and popular culture: problem of demarcation. *Scientific notes of NaUKMA. Philosophy and religious studies* (Vol. 3. pp. 85—99) [in Ukrainian].
- Kalutskov, V. (2013). On the types of regions in cultural geography. *Cultural and humanitarian geography*, 1 (Vol. 2, pp. 3—9) [in Russian].
- Babii, N. (2020). The self-value of monumental arts in the system of modern urban cultural development of Western Ukraine. Retrieved from: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8787/1/THE%20SELF-VALUE%20OF%20MONUMENTAL%20ARTS%20IN%20THE%20SYSTEM%20OF%20MODERN%20%20URBAN%20CULTURAL%20DEVELOPMENT%20OF%20WESTERN%20UKRAINE.pdf> (Last accessed: 15.09.2021) [in Ukrainian].
- Lefebvre, A. (2015). *Proizvodstvo prostranstva* [The Production of Space]. Moskva: Streike Press [in Russian].
- Pyaskovsky, Yu. (1986). The city speaks to a man. *Decorative art of the USSR*, 1 (338), 21—26 [in Russian].
- (1983). Folk art in the midst of a modern city. Presentation of reports. *Decorative art of the USSR*, 5 (306), 2—15 [in Russian].
- Rubtsov, A. (1981). Self-worth is not an alternative to synthesis. *Decorative art of the USSR*, 7, 42—44 [in Russian].
- Byrne, D. (2016). *Vernacular culture and nationalism*. Retrieved from: <https://davidbyrne.com/journal/vernacular-culture-and-nationalism> (Last accessed: 17.09.2021).
- Eshkilev, V. *Game in tradition*. 2021. Retrieved from: https://matrix-info.com/gra-v-tradytsiyu/?fbclid=IwAR01vzyUe0_k9OMRbWcPiy-TTNTAyyPgIYMeekcsyxWR_vvaEpJJq2eBD7c (Last accessed: 19.09.2021) [in Ukrainian].
- (2011). *Trizub, yakogo vidno z kosmosu, зробив ветеран УПА (The trident, which can be seen from space, was made by a UPA veteran)*. Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=p9dC_ImRXbM&ab_channel=5канал (Last accessed: 15.09.2021) [in Ukrainian].
- (2021). *UkraYinets posIyav 700 kIlometrIv chornobrivtsIv i sonyashnikiv yzdovzh dorig (Ukrainian sowed 700 kilo-*

REFERENCES

- Guy, Louis Debord. (2017). *Psychogeography*. Moscow: Ad Marginem Press [in Russian].
- Lerner, Max. (1957). *America as a civilization: life and thought in the United States today*. New York: Simon and Schuster.

- meters of marigolds and sunflowers along roads*). Retrieved from: <https://lviv1256.com/news/ukrajnets-prykrasyy-kvitamy-chotyry-desyatky-kilometriv-trasy-lutsk-lviv/> (Last accessed: 15.09.2021) [in Ukrainian].
- (2014). *V'Yizd do Lyubomlya — v patrIotichnih kolorah* (*Entrance to Lyuboml — in patriotic colors*). Retrieved from: <https://www.volynnews.com/news/society/vyizd-do-liubomlia-v-patriotychnykh-kolorakh/> (Last accessed: 15.09.2021) [in Ukrainian].
- Ivanova, A. (2017). Carnival Design, «Do-It-Yourself» and «New Norm» Culture in the City Environment. Vladivostok; Khabarovsk. *Vestnik TOGU*, 3 (46), 109—118 [in Russian].
- Kozlova, I. (2016). The structure of the social space of the city in the context of the tourist orientation of the country: the place and importance of public space. In (Not) Satisfaction with public spaces. *Urban Studies III* (Рр. 296—304). Kiev: Vsesvit [in Ukrainian].
- Slavik's fashion*. Retrieved from: <https://www.facebook.com/SlaviksFashion> (Last accessed: 19.09.2021) [in Ukrainian].
- (2020, 28 January). Andrukhovych, Yu. (2017). Words words words. *Zbruch*. Retrieved from: <https://zbruc.eu/node/63290> (Last accessed: 22.01.2021) [in Ukrainian].
- Babii, N. (2021). Popular culture as a source of ideas in the urban spaces of Western Ukraine during the pandemic. *Culture and Arts in the Modern World* (Issue 22, pp. 129—144).