

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ І ПРИКЛАДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

ЗАРУВНИЙ ОЛЕКСАНДР СТАНІСЛАВОВИЧ

Допускається до захисту:

в. о. завідувача кафедри
інформаційних систем управління,
д-р екон. наук, професор

_____ Ольга АНІСІМОВА

« ____ » _____ 20__ р.

МЕМОРІАЛЬНІ КНИГАРНІ ЯК ПРОСТІР КОЛЕКТИВНОЇ ПАМ'ЯТІ

Спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Керівник:

Галина ЛУКАШ, д-р філол. наук,
професор, професор кафедри
інформаційних систем управління

Оцінка: ____ / ____ / ____

(бали за шкалою ЄКТС / за національною шкалою)

Голова ЕК: _____

Вінниця, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕМОРІАЛЬНОЇ КНИГАРНІ ЯК ПРОСТОРУ КОЛЕКТИВНОЇ ПАМ'ЯТІ	9
1.1. Концепція «місць пам'яті» у сучасному гуманітарному дискурсі,	9
1.2. Книгарня як соціокомунікаційний феномен колективної пам'яті	11
1.3. Концептуалізація поняття «меморіальна книгарня» та спроба його типологізації	15
РОЗДІЛ 2. КНИГАРНЯ «ГЕРОЇ» ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ КОМЕМОРАЦІЇ В УКРАЇНІ	20
2.1. Історія створення та концепція книгарні-меморіалу «Герої»	20
2.2. Концепція «живої пам'яті»: візуальні та наративні маркери пам'яті в інтер'єрі	22
2.3. Комунікаційна стратегія закладу: від книготоргівлі до волонтерського та просвітницького хабу	26
РОЗДІЛ 3. МЕМОРІАЛЬНА КНИГАРНЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ РЕГЕНЕРАЦІЇ ТА ПІДТРИМКИ НАРАТИВУ ПАМ'ЯТІ	30
3.1. Роль меморіальної книгарні у формуванні локальної ідентичності	30
3.2. Взаємодія меморіальної книгарні з іншими інституціями пам'яті та культури	33
3.3. «Книгарня-меморіал» як інструмент соціальної регенерації та підтримки наративу пам'яті	36
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	45

АНОТАЦІЯ

Зарувний О.С. Меморіальні книгарні як простір колективної пам'яті. Спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця, 2026. 50 с.

У бакалаврській роботі досліджено феномен меморіальних книгарень як специфічних соціокультурних просторів, у межах яких формується, транслюється та підтримується колективна пам'ять. Теоретико-методологічну основу дослідження становить концепція «місць пам'яті», що розглядається у сучасному гуманітарному дискурсі як особливий інструмент символічного конструювання історичного досвіду. У роботі обґрунтовано розуміння книгарні не лише як комерційного закладу книготоргівлі, а як багатофункціонального соціокомунікаційного середовища, здатного інтегрувати культурні, освітні та меморіальні практики.

Запропоновано авторське трактування поняття «меморіальна книгарня» та здійснено спробу їх класифікації за функціональними, просторовими й комунікаційними ознаками. Особливу увагу приділено аналізу книгарні «Герої» у місті Вінниця як інноваційної моделі комеморації, що поєднує символічні, наративні та візуальні практики з активною громадянською позицією. Розглянуто історію створення закладу, його концептуальні засади, а також інтер'єрні рішення як носії «живої пам'яті».

Встановлено, що меморіальні книгарні виконують функцію не лише збереження пам'яті, але й її актуалізації через комунікативні стратегії, що включають просвітницькі заходи, волонтерську діяльність та формування спільнот. У роботі доведено, що такі простори сприяють зміцненню національної ідентичності та підтримують наратив пам'яті в умовах сучасних викликів.

Ключові слова: меморіальна книгарня, колективна пам'ять, місця пам'яті, комеморація, соціальна комунікація.

Табл. 1. Рис. 3. Бібліограф.:43 найм.

SUMMARY

Zaruvnyi O.S. Memorial Bookstores as a Space of Collective Memory. 3122 Library, information and archive. Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2026. 50 p.

This bachelor's thesis examines the phenomenon of memorial bookstores as specific sociocultural spaces within which collective memory is formed, transmitted, and sustained. The theoretical and methodological foundation of the study is the concept of "sites of memory," considered in contemporary humanities discourse as a

distinctive tool for the symbolic construction of historical experience. The paper substantiates an understanding of the bookstore not only as a commercial book-retailing facility but also as a multifunctional social-communication environment capable of integrating cultural, educational, and memorial practices.

An authorial interpretation of the concept of a “memorial bookstore” is proposed, along with an attempt to classify such spaces according to functional, spatial, and communicative characteristics. Particular attention is given to the analysis of the “Heroes” bookstore in Vinnytsia as an innovative model of commemoration that combines symbolic, narrative, and visual practices with an active civic stance. The study examines the history of the establishment, its conceptual foundations, and interior design solutions as carriers of “living memory.”

It has been established that memorial bookstores perform not only the function of preserving memory but also of actualizing it through communication strategies that include educational initiatives, volunteer activities, and community-building practices. The study demonstrates that such spaces contribute to strengthening national identity and support memory narratives in the context of contemporary challenges.

Keywords: memorial bookstore, collective memory, sites of memory, commemoration, social communication.

Table 1. Figures 3. Bibliography: 43 sources.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: проблема збереження і трансляції колективної пам'яті набула особливої гостроти для українського суспільства в умовах повномасштабного збройного вторгнення Росії. Загибель тисяч захисників, системне знищення культурних пам'яток і цілеспрямована атака на культурну ідентичність України перетворили питання «як пам'ятати?» на питання екзистенційне – не лише в академічному, але й у суспільному сенсі. У цьому контексті виникають нові форми комеморації: меморіальні заклади, засновані родинами загиблих захисників, що поєднують функцію пам'яті, культурного простору і громадянської дії. Однією з найбільш концептуально зрілих і публічно помітних таких ініціатив є книгарня «Герої» у Вінниці, відкрита у січні 2024 року батьками і сестрою загиблого воїна і журналіста Миколи Рачка.

Феномен меморіальної книгарні є явищем, що перебуває на перетині кількох дисциплінарних традицій – студій пам'яті, соціології культури та урбаністики, – але досі не набув самостійного наукового осмислення. Зарубіжна традиція студій пам'яті представлена фундаментальними працями П'єра Нора, що увів «концепцію місць пам'яті», Моріса Гальбвакса, що обґрунтував соціальну природу колективної пам'яті, Яна і Алейди Ассманн, які розробили типологію культурної і комунікативної пам'яті та концепцію «просторів пам'яті» [3]. Соціологічний вимір книгарні як «третього місця» теоретично обґрунтований у праці Рея Олденбурга. Роль книгарні у формуванні локальної ідентичності і регенерації міського простору досліджена у роботах Бет Дрісколл, а також у шотландських дослідженнях Одрі Лейнга [6; 35].

Попри значний масив досліджень у суміжних галузях, цілий ряд питань залишається поза увагою науковців. Наразі не запропоновано термінологічного визначення «меморіальної книгарні» як самостійного культурно-інституційного феномена, відмінного від «книгарні при музеї», «тематичної книгарні» або «незалежної книгарні з суспільною місією», а також не проаналізовано

специфіку «книгарні воєнної пам'яті» – закладу, що виникає в умовах незавершеного збройного конфлікту і поєднує емоції вшановування і жалоби, культурний опір й громадянське будівництво одночасно.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні механізму перетворення меморіальних книгарень на осередки збереження та трансляції колективної пам'яті.

Для досягнення мети визначено такі завдання дослідження:

- виявити теоретичні підходи до осмислення колективної пам'яті у сучасному гуманітарному дискурсі та визначити методологічний потенціал концепції місць пам'яті П'єра Нора для аналізу книжкової інфраструктури;
- узагальнити теоретичні погляди на книгарню як соціокомунікаційний феномен, дослідивши еволюцію її функцій від комерційного об'єкта до «третього місця» та культурного осередку;
- розробити термінологічне визначення «меморіальної книгарні» і запропонувати її типологію
- дослідити історію заснування та концепцію книгарні «Герої» у Вінниці як меморіального простору, присвяченого пам'яті Миколи Рачка;
- проаналізувати систему візуальних і наративних маркерів пам'яті в інтер'єрі книгарні «Герої» крізь призму концепції «живої пам'яті»;
- проаналізувати роль меморіальної книгарні у формуванні локальної ідентичності та визначити перспективи її взаємодії з іншими інституціями пам'яті – бібліотеками, музеями, закладами освіти.

Об'єкт дослідження: сучасні публічні простори, орієнтовані на збереження та репрезентацію історичного минулого.

Предмет дослідження: способи інтеграції історичної пам'яті в комерційно-культурний простір меморіальних книгарень (на прикладі книгарні «Герої» у Вінниці).

Методи дослідження: теоретичну базу дослідження становлять: метод теоретичного аналізу і синтезу – для опрацювання наукової літератури та формування концептуальної рамки; типологічний метод – для класифікації

меморіальних книгарень; метод одиничного випадку – для аналізу книгарні «Герої» як унікального випадку; контент-аналіз медіаматеріалів і публікацій у соціальних мережах – для дослідження комунікаційної стратегії закладу; семіотичний аналіз – для інтерпретації візуальних і наративних маркерів меморіального простору; а також порівняльний аналіз - для зіставлення книгарні «Герої» з аналогічними ініціативами в Україні за кордоном.

Теоретичне значення дослідження полягає у введенні до наукового обігу терміна «меморіальна книгарня» і розробці його дефінітивного визначення та типології; у концептуалізації нової категорії – «книгарні воєнної пам'яті» – як специфічного феномена суспільства, що переживає активний збройний конфлікт; у застосуванні теоретичного інструментарію студій пам'яті (передусім концепції місця пам'яті) до нетипового об'єкта – комерційної книготорговельної установи; у теоретичному обґрунтуванні зв'язку між функцією «третього місця», меморіальною функцією і роллю агента соціальної регенерації. Результати дослідження розширюють і доповнюють міждисциплінарне поле на перетині студій пам'яті та соціології.

Практичне значення здобутих результатів: першочергово, сформульована модель «книгарні-меморіалу» може бути використана як методологічний орієнтир для засновників аналогічних ініціатив в Україні та в інших суспільствах, що переживають збройні конфлікти чи постконфліктне відновлення. По-друге, запропонована типологія меморіальних книгарень може слугувати підґрунтям для розробки державних і муніципальних програм підтримки незалежних книгарень із меморіальною місією. По-третє, аналіз комунікаційної стратегії книгарні «Герої» може стати практичним посібником для менеджерів культурних установ, що прагнуть вибудувати сталу взаємодію між меморіальним простором і широкою громадою.

Структура роботи: кваліфікаційна (бакалаврська) робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. У першому розділі розглядаються теоретико-методологічні засади дослідження: концепція місця пам'яті у сучасному гуманітарному дискурсі, книгарня як

соціокомунікаційний феномен колективної пам'яті та термінологічне визначення поняття «меморіальна книгарня». Другий розділ присвячено аналізу книгарні «Герої» як інноваційної моделі комеморації в Україні: розглянуто історію та концепцію закладу, систему меморіальних маркерів простору і комунікаційну стратегію. Третій розділ узагальнює результати дослідження: аналізується роль меморіальної книгарні у формуванні локальної ідентичності, її взаємодія з іншими інституціями та формулюється модель «книгарні-меморіалу» як інструменту соціальної регенерації. Завершується робота висновками, що підсумовують результати дослідження, та списком використаних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕМОРІАЛЬНОЇ КНИГАРНІ ЯК ПРОСТОРУ КОЛЕКТИВНОЇ ПАМ'ЯТІ

1.1. Концепція «місць пам'яті» у сучасному гуманітарному дискурсі,

Проблема колективної пам'яті в сучасних гуманітарних науках набула статусу одного з центральних дослідницьких питань. Впродовж останніх десятиліть пам'ять перестала бути суто психологічним або нейрологічним феноменом - вона розглядається як соціальна конструкція, культурний механізм і політичний ресурс. Серед безлічі підходів до розуміння колективної пам'яті концепція «місць пам'яті», розроблена французьким істориком П'єром Нора, посідає особливе місце: її визнано методологічним фундаментом для широкого кола студій – від національної ідентичності до аналізу конкретних культурних об'єктів.

Витоки теоретичного осмислення колективної пам'яті сягають праць французького соціолога Моріса Гальбвакса. У фундаментальній роботі «Соціальні рамки пам'яті» (*Les cadres sociaux de la mémoire*, 1925) та посмертно виданій «Колективній пам'яті» (*La Mémoire collective*, 1950) Гальбвакс обґрунтував тезу про принципово соціальний характер людської пам'яті: індивід запам'ятовує й відтворює минуле лише в межах тих соціальних груп, до яких належить [1]. Пам'ять, отже, є не природженою здатністю ізольованого суб'єкта, а функцією групової належності – сімейної, релігійної, класової, національної. Ця ідея стала відправною точкою для всієї наступної традиції досліджень колективної пам'яті.

П'єр Нора розвинув і водночас переосмислив спадщину Гальбвакса, запровадивши концепт *lieux de mémoire* у серії монументальних колективних томів «Місця пам'яті» (*Les Lieux de Mémoire*, 1984–1992). Програмна стаття

«Між пам'яттю та історією» (1989) стала теоретичним маніфестом нового напрямку [2]. У ній Нора формулює принципове розрізнення між живою пам'яттю і кодифікованою історією: пам'ять – це «живе явище», пов'язане з сучасністю, тоді як історія становить собою реконструкцію неповоротного минулого. У сучасну добу, стверджує дослідник, жива пам'ять зазнає незворотної ерозії під тиском модернізації, прискорення соціальних змін.

Саме в цій точці розриву між пам'яттю і забуттям виникають місця пам'яті. За визначенням Нора, місце пам'яті – це будь-яка значуща одиниця матеріального, функціонального чи символічного характеру, у якій завдяки людській волі або дії часу кристалізується пам'ять певної спільноти [2]. Місця пам'яті існують у трьох взаємопов'язаних вимірах: матеріальному (фізичний або конкретний об'єкт), функціональному (здатність накопичувати та передавати пам'ять) і символічному (здатність уособлювати суспільно значущий досвід). Три ці виміри не є взаємовиключними – навпаки, їхнє накладання і формує специфіку місця пам'яті як феномена.

Прикметно, що концепт Нора від самого початку не мав чіткої типологічної замкненості. Сам автор зізнавався, що уникав формального визначення переліку місць пам'яті, залишаючи цю категорію відкритою для дослідницької інтерпретації [3]. Серед класичних прикладів – національні символи (прапор, гімн), архітектурні пам'ятки, визначні дати й особи. Однак концептуальна рамка дозволяє включити до неї й набагато менш очевидні об'єкти – книги, практики, місця, якщо вони виконують функцію акумуляторів і трансляторів колективного досвіду.

Концепція Нора здійснила значний вплив на суміжні дисципліни, розширившись далеко за межі французької національної історіографії. Особливо важливим виявився її потенціал у дослідженнях культурної пам'яті, розвинутих у роботах Яна та Алейди Ассманн. Ян Ассманн у праці «Культурна пам'ять: письмо, запам'ятовування і політична уява» (*Das kulturelle Gedächtnis*, 1992) розмежував комунікативну пам'ять (охоплює близьке минуле, приблизно 80–100 років, і спирається на живу взаємодію між носіями досвіду) та культурну пам'ять

(звернена до далекого, сакралізованого минулого і потребує інституційних форм зберігання) [4]. Алейда Ассманн, у свою чергу, розробила концепцію «просторів пам'яті» (Erinnerungsräume), приділивши особливу увагу матеріальним і медіальним носіям пам'яті, серед яких книга й бібліотека відіграють особливу роль [5].

Дослідники також звертали увагу на критику та обмеження концепції Нора. Так, Стівен Легг відзначав пасивну концепцію пам'яті, підкорену офіційній, санкціонованій державою версії минулого [6]. Дж. Олік та Дж. Роббінс вказували на ризик розмиття меж: якщо будь-який об'єкт потенційно є носієм пам'яті, концепт *lieux de mémoire* втрачає аналітичну специфічність [7]. Проте, серед дослідників з цього приводу існують різні думки. Зокрема, Сабіна Маршалл зазначала, що цінність поняття полягає саме у наголошуванні на тому, що пам'ять завжди прив'язана до конкретних матеріальних і просторових форм - вона не існує у порожнечі і потребує фізичних носіїв [3].

Для цілей дослідження принципово важливою є саме ця теза: пам'ять потребує місць. Концепція Нора дозволяє розглядати книгарню не лише як комерційне підприємство чи культурну установу у вузькому значенні, але й як потенційне місце пам'яті – простір, в якому матеріальні об'єкти (книги), соціальні практики (читання, спілкування, вшанування) та символічні значення (культурна ідентичність, спадщина) зливаються в єдину конфігурацію, що служить збереженню й трансляції колективного досвіду.

1.2. Книгарня як соціокомунікаційний феномен колективної пам'яті

Осмислення книгарні виключно як торгового підприємства є, з наукової точки зору, редукцією, яка обмежує розуміння цього феномена. Упродовж своєї тривалої історії книгарня функціонувала одночасно на кількох рівнях – економічному, культурному, соціальному та комунікативному – і саме це поліфункціональне буття робить її повноцінним об'єктом гуманітарних досліджень. У другій половині XX - на початку XXI ст. відбулося концептуальне

переосмислення ролі книгарні у суспільстві: від місця продажу товару – до осередку культурного виробництва й простору формування ідентичності.

Теоретичним підґрунтям для такого переосмислення стала концепція «третього місця» (third place), запропонована американським соціологом Реєм Олденбургом у праці «Велике добре місце» (The Great Good Place, 1989). Олденбург визначив третє місце як узагальнене позначення широкого різноманіття громадських просторів, що приймають регулярні, добровільні, неформальні та радісно очікувані зустрічі індивідів поза межами дому та роботи [8]. На відміну від першого місця (дім) і другого (робота/навчання), третє місце характеризується нейтральністю, горизонтальністю соціальних стосунків і першістю розмови як основного виду діяльності. До його ознак належать: відкритість і доступність, неформальна атмосфера, присутність постійних відвідувачів, близькість до місця проживання, а також ігровий і невимушений характер взаємодії.

Книгарні прямо фігурують у переліку Олденбурга поряд із кафе, барами та перукарнями [9]. Ця обставина принципова: дослідник розглядав книгарню не лише як місце придбання товару, а як простір суспільної взаємодії, де відбувається неформальний інтелектуальний обмін. Незалежна книгарня із власним обличчям, постійною аудиторією та укоріненістю в локальну культуру – це в більшості відповідає вимогам «великого доброго місця». Посилаючись на книгу Олденбурга, власник незалежної книгарні «Books & Books» Мітчелл Каплан зауважив, що саме ця праця сформулювала те, чим насправді є незалежна книгарня в часи, коли її існування перебуває під загрозою [10].

Дослідники, що розвивали теорію Олденбурга, наголошували: занепад третіх місць має безпосередні негативні наслідки для суспільного здоров'я, соціальної згуртованості та громадянської участі. Дослідження свідчать, що закриття третіх місць у мікрорайонах скорочує можливості соціальної підтримки, відчуття приналежності й повсякденної взаємодії [11]. Цей аргумент набуває особливої ваги в контексті обговорення ролі книгарень: коли незалежний

книжковий магазин зникає з певного кварталу чи міста, зникає не просто торгова точка - зникає унікальне місце суспільного зближення.

Паралельно з теорією третього місця розвивалося й уявлення про «культурне третє місце». Амандін Бессон визначає їх як гібридні й відкриті простори обміну знаннями та культурою, в яких відвідувач: читач, глядач, студент – опиняється в центрі процесів навчання, виробництва й поширення культури та знань [13, с.8]. Культурні треті місця прагнуть поєднувати різні форми знання – академічне й повсякденне, письмове й цифрове – і позиціонують себе між «високими» культурними інституціями та локальними спільнотами. У цьому сенсі сучасна незалежна книгарня, що поєднує книготоргівлю, авторські читання, виставки, дискусійні клуби й освітні ініціативи, яскраво відповідає моделі культурного третього місця.

З комунікативної точки зору книгарня є особливим вузлом соціального обміну. На відміну від бібліотеки, з якою вона має багато спільного, книгарня функціонує в умовах ринкових відносин, що накладає специфічні обмеження та водночас відкриває певні можливості. Комерційна необхідність залучати й утримувати покупців спонукає власників незалежних книгарень до активного формування спільноти: організації подій, кураторського добору асортименту відповідно до потреб місцевої аудиторії, особистого спілкування з відвідувачами. Дослідники фіксують, що книгарня, яка глибоко інтегрована у соціальну тканину мікрорайону, утворює рекурсивний зв'язок: вона приваблює людей, які цінують літературу й різноманіття, а ті своєю чергою підтримують і легітимізують її існування [14].

Особливо показовою для аналізу соціокомунікаційної ролі книгарні є книга американського історика Евана Фрісса «Книгарня: Історія американської книгарні» (The Bookshop: A History of the American Bookstore, 2024). На численних прикладах автор демонструє, як книгарні протягом американської історії ставали центрами суспільного й політичного життя, а не лише торгівлі [15]. Через продаж книжок, памфлетів і газет вони ставали осередками поширення революційних ідей та місцями формування публічної сфери.

Особливу увагу Фрісс приділяє книгарням як просторам для маргіналізованих або альтернативних спільнот. У книзі розглядаються спеціалізовані книгарні афроамериканських, лівих та ЛГБТК+ спільнот – зокрема Oscar Wilde Bookshop і Drum and Spear. Вони виконували роль безпечних просторів, де формувалися контркультурні мережі, виникали нові політичні ідентичності та циркулювали ідеї, які не мали місця в офіційному культурному просторі.. Однак це не обмежувалося лише політичним дискурсом – Фрісс показує, що «повсюдний образ затишного книжкового магазину робить нас сліпими до його влади», тоді як правильна книга, вручена правильній людині у правильний момент, здатна змінити не лише окреме життя, але й суспільство загалом. Ця теза підкреслює: книгарня є простором дієвого культурного впливу.

Для концептуалізації книгарні як феномена колективної пам'яті важливим є ще один теоретичний аспект – поняття соціальної інфраструктури. Третє місце розглядається дослідниками як складник соціальної інфраструктури спільноти – тієї системи фізичних просторів і мереж, що забезпечують неформальну взаємодію та підтримують суспільну солідарність. Нерівномірний розподіл третіх місць по різних районах і їхнє поступове зникнення від результатів різних впливів ставить питання про доступність культурної пам'яті як суспільного блага. Це питання безпосередньо пов'язане з тематикою меморіальних книгарень – можливістю збереження й трансляції колективного досвіду без фізичних просторів, відкритих для широкої аудиторії. Книгарні демонструють, що можуть бути успішними прикладами просторів, які об'єднують людей спільних поглядів і не лише.

Таким чином, книгарня постає як поліфункціональний соціокомунікаційний феномен, у якому перетинаються ринкові відносини, культурне виробництво, суспільна взаємодія й механізми колективної пам'яті. У прикладах третіх місць, що першочергово не мали на меті збереження пам'яті можна зрозуміти, що ця роль не завжди є задумом, а інколи може бути й незалежно набутою сутністю. Еволюція функцій книгарні – від суто комерційного об'єкта до «третього місця», а потім до простору активного формування культурної ідентичності й пам'яті -

відображає загальнішу трансформацію ролі культурних інституцій у суспільствах, що, зокрема, перебувають в умовах війни, тому стають простором не лише для нових викликів, а й нових ролей і сенсів.

1.3. Концептуалізація поняття «меморіальна книгарня» та спроба його типологізації

Уведення до наукового обігу поняття «меморіальна книгарня» потребує як теоретичного обґрунтування, так і чіткого термінологічного розмежування з суміжними поняттями. Поняття виникло на перетині трьох концептуальних полів: студій пам'яті, соціологічного вчення про третє місце та місць пам'яті. Їхнє поєднання дозволяє описати новий тип культурної установи, що формується у відповідь на виклики сучасної культури пам'яті.

У класичних студіях пам'яті поняття «меморіальний» вживається щодо об'єктів, практик або просторів, цілеспрямовано призначених для збереження, вшанування й передачі пам'яті про певні події, особистості або спільноти. Поняття «культура пам'яті» розуміється визначається Астрід Ерлл як «історично та культурно мінливі характеристики колективної пам'яті», тобто специфічна для даного суспільства і часу сукупність форм, практик та інституцій, що регулюють ставлення до минулого [17, с.176]. Культура пам'яті не є монолітною: у будь-якому, навіть найодноріднішому суспільстві одночасно співіснують кілька спільнот пам'яті, кожна з яких по-своєму осмислює й передає колективний досвід.

У контексті цих визначень «меморіальна книгарня» може бути осмислена як такий тип книготорговельної установи, що свідомо бере на себе функцію простору колективної пам'яті, тобто функцію *lieux de mémoire*. Місце пам'яті повинне мати матеріальний, функціональний і символічний виміри одночасно. Застосовуючи цю тричленну схему до книгарні, отримуємо такий результат: матеріальний вимір – фізичний простір, книжкові фонди, зокрема тематично

організовані збірки, присвячені певним подіям, особистостям або спільнотам; функціональний вимір – практики курування, просвітницької роботи, організації заходів пам'яті, видавничі ініціативи; символічний вимір – програмна ідентичність установи, її самопозиціонування як зберігача певної традиції або форми культурної спадщини (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Концептуалізація поняття «меморіальна книгарня» (згенеровано NotebookLM).

Пропонується таке визначення: *меморіальна книгарня* – це книготорговельна установа, яка поряд з основною комерційною функцією цілеспрямовано виконує функцію простору колективної пам'яті, акумулюючи, зберігаючи й транслуючи значущий для певної спільноти культурний і соціальний досвід через добір книжкових фондів, організацію меморіальних та просвітницьких заходів, збереження символічно значущого простору і формування ідентичності спільноти навколо спільних цінностей і пам'яті.

Важливо наголосити, що запропонований концепт не є синонімом «книгарні при музеї», тобто місця, що тиражує сувенірно-освітні матеріали, приурочені до конкретного меморіального об'єкта. Меморіальна книгарня є самодостатньою установою, яка не обов'язково приписана до якогось наявного меморіалу, - вона сама визначає себе як місце пам'яті.

Показовим прикладом книгарні пам'яті за кордоном є «Меморіальна книгарня Оскара Вайлда» (Oscar Wilde Memorial Bookshop), відкрита у 1967 р. в Грінвіч-Вілідж у Нью-Йорку. Заснована Крейгом Родвеллом, вона стала першою тривало діючою книгарнею для ЛГБТ-спільноти на Сході США і перетворилася на центр руху за права гомосексуальних людей, особливо після протестів Стоунволл у 1969 р. [17] Назва книгарні була програмною: Оскар Вайлд позиціонувався як «перший гомосексуал у новітній час, хто публічно відстоював права гомосексуальних людей». Родвелл моделював простір за зразком читалень Christian Science, прагнучи створити позитивний, підбадьорливий образ спільноти. Книгарня функціонувала як громадська дошка оголошень, інформаційний центр і символічне місце суспільної легітимації, тобто виконувала всі три виміри місця пам'яті.

З точки хору каталогізації можна використовувати такі критерії для класифікації книгарень:

За ступенем набуття моральної функції можна розрізняти: книжні з первинно меморіальною функцією (де пам'ять є явно задекларованою місією установи від моменту відкриття – як-от книгарня «Герої» у Вінниці) та книжні з набутою меморіальною функцією (що з часом, за рахунок присутності в культурному ландшафті та накопиченої символічної цінності як, стали сприйматися). місце пам'яті – як-от «Shakespeare and Company» в Парижі, яка перетворилася на символ цілої літературної доби, не маючи цього задуму від початку).

За суб'єктом-засновником і характером ініціативи доцільно розрізняти чотири типи: книжкові родинної ініціативи (засновані найближчими загиблими або визначальними як акт жалоби і культурного вшанування); книгарні громадської ініціативи (заснований спільнотою – літературним колом, культурною організацією, волонтерською мережею – навколо спільної пам'яті); книжні інституційної ініціативи (відкриті музеї, університети або культурні фонди як частина ширшої меморіальної програми); і книгарні індивідуальної ініціативи (де власник свідомо обирає меморіальний профіль як форму особистої

культурної позиції, не маючи прямого особистого зв'язку зі вшановуваною пам'яттю). Ця основа класифікації є аналітично важливою, оскільки суб'єкт-засновник значною мірою визначає характер меморіального наративу: родинна ініціатива тягне до персональної, афективно насиченої пам'яті; громадська – до ідентитарної і солідарнісної; інституційна – до нормативної і репрезентативної.

За типом пам'яті, що зберігається і транслюється, можна виокремити: книгарні персональної пам'яті (присвячені конкретній людині або колу людей); книгарні подієвої пам'яті (пов'язані зі значною суспільною або культурною подією – революцією, політичним повстанням, трагедією); книгарні пам'яті (що служать пам'яті ідентичності конкретної спільноти – мовної, етнічної, гендерної, субкультурної); книгарні локальної пам'яті (зосереджені на регіональній або місцевій культурній спадщині). Окремо варто виокремити книжкові поліфонічні пам'яті – заклади, що свідомо містять кілька рівноправних меморіальних наративів, не зводячи їх до єдиного, якщо додати додаткових між собою.

Для способу актуалізації пам'яті в просторі закладу доцільно розрізняти: артефактні книгарні (де пам'ять зберігається передусім через матеріальні артефакти – особисті речі, фотографії, предмети, що належали вшановуваній особі або пов'язані з підтвердженням); наративні (де ключовим інструментом є усний або письмовий наратив – розповіді, написи, книги-свідчення, і саме він утримує простір пам'яті); подієві (де меморіальна функція реалізується передусім через регулярні практики – читання, вшанування, зустрічі, що відбуваються в певній даті чи за певним ритмом); та поліфункціональні (де пам'ять не сконцентрована в жодному конкретному елементі, а розлита по всьому простору – через тематичний добір книг, кольорову гамму, архітектурне рішення, назву, мову спілкування). Більшість реально існуючих меморіальних книгарень поєднують кілька способів актуалізації, проте один, як правило, є домінуючим і шукаючи загальний «режим пам'яті» простору.

За географічним і соціальним контекстом доцільно розрізняти книгарні в поствоєнних або постколоніальних суспільствах, де книга й книготоргівля мають особливе символічне навантаження в контексті відновлення культурної

ідентичності, та книжні у стабільних суспільствах, де меморіальна функція є радше культурним вибором, ніж потребою. Перший тип, до якого належить книгарня «Герої», є більш вразливим і водночас більш суспільно значущим: він за рахунок гостроту незабутньої втрати, необхідно продовжувати повне функціонування і свідоме відмову відкласти пам'ять «на після».

Таблиця 1.1 – Типологія меморіальних книгарень (укладено автором)

Критерій типології	Розкриття змісту критерія
За ступенем набуття моральної функції	- книгарні з первинно меморіальною функцією: книгарня «Герої» у Вінниці; - книгарні з набутою меморіальною функцією: «Shakespeare and Company» в Парижі
За суб'єктом-засновником і характером ініціативи	- книгарні родинної ініціативи; - книгарні громадської ініціативи; інституційної ініціативи; книгарні індивідуальної ініціативи
За типом пам'яті, що зберігається і транслюється	книгарні персональної пам'яті; книгарні подієвої пам'яті; книгарні пам'яті ідентичності конкретної спільноти: мовної, етнічної, гендерної, субкультурної); книгарні локальної пам'яті; книгарні поліфонічні пам'яті
Для способу актуалізації пам'яті в просторі закладу	артефактні книгарні; наративні; подієві; поліфункціональні
За географічним і соціальним контекстом	книгарні в поствоєнних або постколоніальних суспільствах; книгарні у стабільних суспільствах.

Слід визнати, що запропоноване термінологічне визначення і класифікація мають попередній характер: феномен меморіальної книгарні є порівняно новим і ще недостатньо вивченим у науковій літературі. Проте саме ця новизна свідчить про актуальність дослідження. Культура пам'яті, за словами Астрід Ерлль, є «відносно недавнім неологізмом», що виник унаслідок інтенсифікації досліджень пам'яті в 1990-х роках [18, с.6] Концептуалізація меморіальної книгарні є внеском у цей розвиток: вона пропонує нову аналітичну категорію для опису простору, де книга, громада і пам'ять зустрічаються в єдиному фізичному та смисловому вузлі.

РОЗДІЛ 2.

КНИГАРНЯ «ГЕРОЇ» ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ КОМЕМОРАЦІЇ В УКРАЇНІ

2.1. Історія створення та концепція книгарні-меморіалу «Герої»

29 січня 2024 року у центрі Вінниці відчинила двері книгарня «Герої» - книгарня, відкриття якої стало публічним жестом культурної комеморації. Книгарня розташована за адресою вул. Миколи Оводова, 17/3 і з першого дня роботи привернула до себе увагу як місцевої спільноти, так і загальноукраїнських медіа. Її поява вписується в ширший контекст феномена, який дослідники студій пам'яті Київської школи економіки характеризують як нові «форми комеморації», що народжуються в Україні в умовах активної війни: інституції пам'яті, засновані не державою, а родинами загиблих, які у такий спосіб реалізують особисте горе як суспільну культурну дію [19].

Книгарня «Герої» присвячена пам'яті Миколи Рачка - журналіста, філолога, воїна, якому на момент загибелі було 27 років. Микола Рачок народився у Вінниці, закінчив Вінницький технічний ліцей, здобув вищу освіту в Національному університеті «Києво-Могилянська академія» за спеціальністю «філологія». Ще в студентські роки він виявив себе людиною слова у повному розумінні: брав участь у студентських виданнях, став першим випусковим редактором науково-популярного журналу «Куншт», а згодом - журналістом найбільшого автомобільного онлайн-порталу «InfoCar», де, за словами колег, «практично поодинці створив україномовну версію ресурсу» [20]. Навіть на передовій, перебуваючи у складі 58-ї окремої мотопіхотної бригади імені гетьмана Івана Виговського, він завжди мав поруч з собою книги.

З перших днів повномасштабного вторгнення Росії в Україну, 24 лютого 2022 року, Микола Рачок добровільно вступив до лав Збройних Сил України -

попри відсутність бойового досвіду та військової спеціальності. Його побратими згадують, що він свідомо йшов у бій і відмовився від пропозиції взяти тривалішу відпустку після важких тижнів на Луганщині. 19 липня 2022 року під час бою із загоном «вагнерівців» на Донеччині Микола Рачок загинув. У тому бою його підрозділу вдалося зупинити прорив ворога і знищити противника. Йому назавжди залишилося 27 років [21].

Після загибелі сина батьки та старша сестра Антоніна вирушили до Києва, де мешкав Микола, і знайшли його щоденники. В одному з них, датованому приблизно 2019 роком, коли він повернувся зі строкової служби, містився ретельно складений «список мрій». Серед двадцяти одного пункту – відкриття книгарні, заснування видавництва і, останнім рядком, – «побувати у зоні бойових дій». Останнє він виконав першим. Родина вирішила здійснити решту його мрій [22]. Рішення відкрити книгарню в пам'ять про Миколу Рачка має кілька вимірів. По-перше, це прямо виражена воля самого Миколи: конкретний задум, зафіксований письмово ще за його життя. По-друге, це спосіб, у який родина переосмислює та перетворює особисту втрату на суспільно значущий проєкт.

Наприкінці серпня 2023 року було знайдено приміщення у центрі міста, у жовтні того ж року – викуплено у власність. Принциповою умовою для родини була саме купівля, а не оренда: «Це його місце» – формулювання, що має глибоко символічний зміст. Локація виявилася промовистою: будівля розташована поруч із Вежею – місцем, яке Антоніна описує як «місце сили» Миколи, де брат і сестра часто зустрічалися, ходили до однієї кав'ярні та гуляли.

Назва книгарні народилася не одразу. Серед розглянутих варіантів фігурували «Крамола» (у значенні бунту) – назва, яку сам Микола планував дати своєму видавництву, та «Kester's», як Кестер із «Трьох товаришів» Ремарка, улюбленого персонажа Миколи Рачка (він навіть написав бакалаврську дипломну роботу про автомобіль Отто Кестера «Карл» як образ-ідеологему роману). Однак врешті родина прийняла рішення назвати книгарню – «Герої»: ця назва більш відкрита, зрозуміла без попередньої літературної підготовки, і водночас – точна [23].

Концепцію закладу сформульовано лаконічно: «Місце, де завжди раді залюбленим у слово». Але за цим формулюванням стоїть більш складна меморіально-культурна програма. Книгарня проєктувалася одразу в кількох режимах функціонування: як книготорговельний заклад з кураторсько дібраним асортиментом (понад 50 видавництв станом на серпень 2024 року); як меморіальний простір, де кожен куточок щось означає; як місце громадської взаємодії – майданчик подій, читацький клуб, простір для зустрічей між військовими і цивільними. Дизайн витримано у стилістиці «navy blue» у британському дусі відповідно до естетичних уподобань Миколи Рачка. З першого дня роботи книгарня викликала виразний суспільний відгук: якщо напередодні відкриття сторінка закладу в Instagram налічувала близько 1200 підписників, то через два дні після відкриття - вже понад 2600.

Таким чином, книгарня «Герої» постає як унікальний феномен, в якому органічно поєднуються три виміри, виокремлені П'єром Нора як конститутивні ознаки місця пам'яті: матеріальний (фізичний простір із власницьким статусом, книжкові фонди, предмети, що належали Миколі), функціональний (кураторська, просвітницька й комеморативна діяльність) і символічний (книгарня як уособлення людини, чиє існування було нерозривно пов'язане зі словом, знанням та Україною). При цьому її виникнення відповідає тій моделі «низових меморіальних ініціатив», яку дослідниця Лабораторії студій пам'яті KSE характеризує як особливо важливу в сучасному українському контексті: «сімейна пам'ять, нові форми комеморації і комодифікація меморіальних практик» виходять за межі державних програм і стають суспільним феноменом, що творить культуру пам'яті [19].

2.2. Концепція «живої пам'яті»: візуальні та наративні маркери пам'яті в інтер'єрі

Якщо концепція книгарні «Герої» визначає її загальну ідеологію, то простір закладу є тим матеріальним середовищем, в якому ця ідеологія набуває

конкретних, сприйнятних органами чуття форм. Аналіз інтер'єру «Героїв» крізь призму сучасної теорії меморіальної архітектури та студій пам'яті дозволяє виокремити систему візуальних і наративних маркерів, що перетворюють книгарню на справжнє місце пам'яті.

Теорія меморіальної архітектури, сформована впродовж останніх десятиліть, виходить з тези, що спогад не існує в абстракції - він потребує матеріальних носіїв, просторових форм і сенсорного досвіду. Сучасні меморіали дедалі частіше відмовляються від монументальності на користь «мови відсутності»: абстрактної геометрії, негативного простору, матеріального контрасту, - що дозволяє відвідувачеві не споглядати, а переживати, перебуваючи всередині меморіальної ситуації [24]. Дослідники Госін Чень та Ванвіфа Сунета виокремлюють п'ять вимірів трансформації меморіальних просторів: функціональна тема, морфологія і стиль, просторові відносини, досвід відвідувача та символічне значення - і наголошують, що саме їхнє поєднання визначає ефективність меморіального простору [25].

Крізь цю рамку простір «Героїв» читається як цілісна меморіальна програма. Всередині книгарні відвідувача зустрічає портрет Миколи Рачка поруч з яким завжди є квіти. Ці зображення виконують функцію, яку дослідники меморіального дизайну описують як «гуманізацію пам'яті»: замість абстрактного символу - конкретне обличчя, конкретна людина з конкретною історією. Також у книгарні є альбом спогадів про Миколу Рачка, з яким може ознайомитись кожен бажаючий. Ефект впізнаваності і особистого зв'язку, який виникає навіть у тих відвідувачів, що ніколи не знали Миколу особисто, є однією з найважливіших функцій цього маркера.

Центральним просторовим елементом меморіальної програми є особлива полиця над диваном. На ній стоять книги, що не продаються, - особисті книги Миколи Рачка, привезені з його київської квартири. Зліва - ті, які він особисто читав і любив; у центрі - книжки, які принесли його друзі: ті, що він колись давав їм почитати. На полиці заправа представлені книги, особисто підписані авторами, які проводили презентації власної творчості у просторі книгарні – зазвичай книги

підписують особисто для Миколи – в такий спосіб демонструючи свою пошану до місця, в якому знаходяться та до людини, в честь якої це місце було створене. Ця полиця не є виставковим стендом у звичайному сенсі - вона є матеріальним архівом читацької особистості людини, яка більше не може взяти книгу з полиці сама. Можна говорити про аналогію з концептом «реліквії» у широкому культурологічному розумінні: предмети, що торкалися рук людини, зберігають символічний слід її присутності й продовжують «говорити» від її імені [26]. Так на полиці з книгами також присутні деякі особисті речі Миколи, що в свою чергу доповнює глибину проживання особистого контакту з історією книгарні.

Концепт «живої пам'яті», що виникає у зв'язку з книгарнею «Герої», є дотичним до теорії Яна Ассманна про відмінність між «комунікативною» і «культурною» пам'яттю. Комунікативна пам'ять існує в живій взаємодії між носіями спільного досвіду і поступово зникає разом із ними. Культурна пам'ять потребує інституційних форм збереження - текстів, ритуалів, просторів. Книгарня «Герої» функціонує саме на межі цих двох режимів: поки живі ті, хто знав Миколу особисто, вона є простором комунікативної пам'яті (друзі, побратими, колеги приносять сюди свої спогади і речі), розповідь про історію книгарні новим відвідувачам розширює рамки звичайного досвіду через споглядання; у довготривалій перспективі вона має потенціал стати місцем культурної пам'яті - тобто інституційно зафіксованим носієм образу людини, яку наступні покоління знатимуть через книги, фотографії та розповіді [27, с.15]. Зокрема, в 2025 році сім'я Миколи видала друком його щоденникові нариси, які він писав та публікував під час проходження строкової служби – це оди з багатьох ініціатив покликаних продовжувати комеморативний наратив та кристалізувати пам'ять.

Наратив пам'яті у «Героях» не обмежується матеріальними артефактами - він активно виробляється у процесі живого спілкування. Антоніна Люлька зазначала, що кожному новому відвідувачеві, хто ще не знає історії закладу, вона або співробітники її розповідають. Ця практика усного переказу є, з точки зору антрополога пам'яті Пола Конертон, «комеморативною церемонією» у

мікромасштабі: повторюваний наратив, що відтворюється в одному й тому самому просторі, набуває меморіального характеру і зміцнює колективну пам'ять про подію та особистість [28]. Таким чином, кожен акт розповіді про Миколу Рачка в стінах «Героїв» є одночасно меморіальним актом і актом ідентифікації - закріплення образу людини в колективній пам'яті спільноти.

Окремого аналізу заслуговує екслібрис - книжковий знак у вигляді печатки, яку покупці можуть самостійно поставити на придбану книгу. Логотип книгарні зображує Миколу Рачка у двох образах: з книжкою та в окопах - і оточеного персонажами його улюблених творів: Шерлоком Холмсом, Алісою з Країни Чудес, Дамблдором, Маленьким принцом та королем Артуром. Цей образотворчий вибір є вкрай промовистим: він зображає Миколу одночасно як людину культури і як воїна, не дозволяючи цим двом іпостасям конкурувати. Герой і читач - в одній людині, на одному логотипі. Екслібрис як матеріальний об'єкт, що переходить з книгарні до домівки покупця - він переносить пам'ять про «Героїв» і Миколу у приватний простір людини, яка принесла книгу додому[29].

Функція «живої пам'яті» в інтер'єрі підсилюється продуманою просторовою організацією. Книгарня передбачає зони для читання та роботи - м'який диван, крісла, столи, де можна залишитися з книгою чи ноутбуком. Це принципово важливо: простір не ставить відвідувача в позицію споглядача меморіальної виставки, а запрошує його до активного перебування, роботи, повсякденного ритму. Пам'ять про Миколу Рачка таким чином вбудовується не у виняткову, урочисту ситуацію, а у звичайне існування. Це точно відповідає тій моделі «зануреної пам'яті» (embedded memory), яку Алейда Ассманн описує як найбільш стійку форму культурного запам'ятовування: пам'ять, що вплетена у повсякденне, не потребує спеціальних зусиль для активації - вона відтворюється сама [30, с.123].

Таким чином, візуальні та наративні маркери пам'яті в інтер'єрі книгарні «Героїв» утворюють цілісну систему, що функціонує одночасно на кількох рівнях: іконічному (портрети, фотографії, логотип), реліктивному (особисті книги

Миколи), наративному (усні розповіді про засновника) і ритуальному (екслібрис як особиста меморіальна дія покупця). Сукупність цих рівнів конститує те, що можна назвати «живою пам'яттю» у дусі Алейди Ассманн: пам'яттю, що не консервується у склі музейної вітрини, а продовжує дихати в живому просторі книгарні - завдяки людям, що приходять, читають, розмовляють і несуть у руках книги з екслібрисом книгарні.

2.3. Комунікаційна стратегія закладу: від книготоргівлі до волонтерського та просвітницького хабу

Книгарня «Герої» від перших місяців свого існування вийшла за межі того функціонального мінімуму, який задає книготорговельний заклад. Із самого відкриття заклад проектував себе як «більше, ніж книгарня» - і ця програмна установка послідовно реалізується через комунікаційну стратегію, що охоплює кілька принципово важливих напрямів: подієвий, міжгрупових діалог (між військовими і цивільними), просвітницький та медійний.

Подієва активність є серцевиною публічної комунікації «Героїв». Вже через кілька тижнів після відкриття книгарня запустила регулярні читачські клуби - станом на серпень 2024 року їх функціонувало чотири на регулярній основі. Натхненником одного з клубів стала серія видавництва «Віхола» «Неканонічний канон». Паралельно проводяться авторські читання, воркшопи, зустрічі з письменниками і представниками видавництв з різних міст України, презентації нових книг. Ця подієва насиченість принципово відрізняє «Героїв» від звичайного книжкового магазину: заклад перетворюється на активного виробника культурних подій, а не лише дистриб'ютора книжкової продукції. Саме такий тип поведінки дослідники Інституту управління місцями Манчестерського столичного університету ідентифікували як «мультифункціональне ініціювання» - характерну рису книгарень, що виконують роль місцетворців [31].

Проте найважливішим і найбільш самотутнім напрямом комунікаційної стратегії «Героїв» є організація зустрічей між військовими і цивільними. Сестра Миколи Антоніна Люлька описує це так: «Книгарня є місцем, де цивільні можуть відкрито спілкуватися з військовими й ставити їм ті питання, які, можливо, бояться поставити за інших умов»[26]. До закладу запрошуються військові, що перебувають на фронті або у ротації: бійці, медики, що працюють на лінії зіткнення, волонтери, військові психологи. Ці зустрічі не є формальними конференціями чи публічними лекціями - вони більше нагадують неформальні, відверті розмови, де два різних досвіди реальності - цивільний і фронтовий - зустрічаються в нейтральному, безпечному просторі.

Антоніна відверто артикулює педагогічний і соціально-терапевтичний смисл цих зустрічей: «Ми пояснюємо, чому ми так чи інакше бачимо реальність, і запитуємо, як це бачення відрізняється від бачення військових. Я думаю, що це правильні моменти... Книгарня зокрема працює для того, щоб ми вчилися співіснувати». Цей аспект діяльності «Героїв» виходить за межі звичної культурної просвіти і набуває рис соціальної медіації в умовах розколу досвідів, характерного для суспільства на стані активної війни.

Не менш важливим є педагогічний вимір комунікаційної стратегії, пов'язаний з молодшим поколінням. Антоніна зазначає, що вона регулярно спостерігає, як батьки приводять до «Героїв» дітей і намагаються пояснити їм, чия ця книгарня, чому вона відкрита. «Це монументальна праця - пояснити», - резюмує вона, - «але є ті дорослі, які знаючи бекграунд книгарні, просто заходять зробити кілька інстаграмних фото. І я дозволяю собі сказати, що це створено не для того». У цій репліці відчитується принципова позиція: «Герої» вочевидь не є розважальним місцем - це простір з місією, і ця місія потребує від відвідувача певної включеності та усвідомленості.

Медійна та цифрова комунікація закладу реалізується насамперед через Instagram-профіль, що станом на травень 2026 року нараховує понад 8300 підписників і містить понад 413 публікацій. Сторінка стала ключовим каналом анонсування подій, трансляції меморіального наративу та формування спільноти

підписників, що виходить за межі Вінниці. Показово, що ще до відкриття книгарні, напередодні першого робочого дня, сторінка мала 1200 підписників - а через два дні після відкриття їх стало 2600: медійна хвиля публікацій про «Героїв» у провідних українських медіа (The Village Україна, 20 хвилин, Голос України, Chytomo та ін.) сформувала загальноукраїнський інтерес до закладу ще до того, як він встиг розробити власну сталу аудиторію.

Цей феномен відповідає тому, що дослідники меморіалізації в Україні описують як «медійну меморіалізацію»: новостворені місця пам'яті набувають суспільної легітимності значною мірою завдяки медійному висвітленню, яке розширює їхню аудиторію далеко поза межі фізичного простору закладу.²⁴ Водночас ця медійна легітимність є ресурсом і викликом: книгарня стає впізнаваною, але ризикує бути зведеною до «красивої локації», а не простору смислів. Антоніна Люлька усвідомлює цей ризик і свідомо протистоїть йому, наполягаючи на наративі та місії.

Окремого аналізу заслуговує волонтерський вимір діяльності «Героїв». Книгарня функціонує як точка збору підтримки для фронту - в широкому сенсі: не лише матеріальної, а й моральної та інформаційної. Зустрічі з військовими є формою «волонтерства уваги» - надання фронтовикам простору, де вони можуть говорити з цивільними людьми, відчувати себе почутими і поверненими у тканину суспільного життя. Це перегукується з функцією, яку Платформа пам'яті «Меморіал» описує для інших ініціатив, заснованих родинами загиблих: вони одночасно зберігають пам'ять і підтримують живих - виконуючи «подвійну роботу горювання і солідарності» [32].

Важливою ознакою зрілості комунікаційної стратегії є те, що «Герої» не замикаються на власній меморіальній місії, а виходять у ширший загальноукраїнський контекст книжкової культури. Книгарня є простором, де відбуваються заходи, не пов'язані безпосередньо з пам'яттю про Миколу Рачка, - авторські зустрічі, презентації видавництв, дискусійні клуби. Це свідчить про те, що меморіальна місія не є самодостатньою закритою системою, а

відкривається назовні, інтегруючи «Героїв» в загальну культурну екосистему регіону та країни.

З теоретичної точки зору, комунікаційна стратегія «Героїв» унаочнює те, що дослідники описують як «активне меморіальне виробництво» в умовах активної війни: замість пасивного збереження пам'яті - її постійне, динамічне відтворення і трансляція через нові форми і нові аудиторії [33]. Книгарня не чекає завершення війни, щоб почати пам'ятати і будувати культурне майбутнє - вона робить це прямо зараз.

Узагальнюючи, комунікаційна стратегія книгарні «Герої» являє собою органічний синтез трьох функціональних режимів: книготоргівельного (кураторський добір асортименту з понад 50 видавництв, продаж книг з екслібрисом), меморіального (простір пам'яті, подієва програма, наратив) і громадянського (зустрічі між фронтом і тилом, простір для соціального навчання і взаємного розуміння). Саме це поєднання, а не кожен з компонентів окремо, конститує «Героїв» як інноваційну модель комеморації і відповідає тому образу «культурного третього місця», яке описують сучасні соціологи культури: простору, що водночас є і місцем обміну знаннями, і місцем формування спільноти, і місцем збереження колективного досвіду [34].

РОЗДІЛ 3.

МЕМОРІАЛЬНА КНИГАРНЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ РЕГЕНЕРАЦІЇ ТА ПІДТРИМКИ НАРАТИВУ ПАМ'ЯТІ

3.1. Роль меморіальної книгарні у формуванні локальної ідентичності

Питання про те, яким чином місця пам'яті формують локальну ідентичність, не є суто академічним: воно безпосередньо визначає, для кого і навіщо існує будь-яка меморіальна інституція. Теоретичний аналіз, проведений у першому розділі, та приклад книгарні «Герої», описаний у другому, дозволяють тепер перейти до узагальнюючих спостережень про механізм, завдяки якому меморіальна книгарня стає чинником формування і зміцнення локальної ідентичності – ідентичності місця, спільноти та часу (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Формування меморіальною книгарнею ідентичності місця, спільноти та часу (згенеровано NotebookLM)

Локальна ідентичність є складним, багаторівневим феноменом. У найзагальнішому розумінні вона описує те, як мешканці певної території - міста,

кварталу, регіону – усвідомлюють свою належність до цього місця, що саме вони вважають його визначальними рисами і яким чином це місце відрізняється від усіх інших. Дослідники плейс-менеджменту описують три взаємопов'язані складники локальної ідентичності: об'єктивні характеристики місця (фізичне середовище, інфраструктура, архітектура), суб'єктивні наративи про місце (колективні спогади, легенди, культурні маркери) і практики повсякденного перебування (ритуали, зустрічі, спільна діяльність). Меморіальна книгарня, як свідчить аналіз «Героїв», може впливати на всі три складники одночасно.

Вплив на об'єктивне середовище місця найбільш відчутний у контексті так званої «регенерації вулиці». Дослідження Саги Сондерланд, Нікоса Нтуніса та Гері Варнабі переконливо показало: незалежні книгарні є непропорційно впливовими «якорями» громадського простору: вони притягують пішохідний потік, підвищують привабливість локацій оточення і сигналізують про культурний рівень та автентичність місця [14]. Поява «Героїв» у центрі Вінниці поруч із Вежею є промовистим прикладом цього механізму: книгарня посіла конкретну точку на ментальній карті міста і наділила її новим символічним змістом.

Ще глибшим є вплив меморіальної книгарні на суб'єктивні наративи про місце. Книгарня «Герої» вписала ім'я Миколи Рачка у загальний дискурс вінницького культурного простору. До відкриття «Героїв» багато вінничан не знали про існування молодого журналіста і воїна, вихідця з їхнього міста. Тепер його ім'я і образ наявні у міському просторі – через фізичний заклад, через медійні згадки, через усні розповіді. Це є прикладом того, що Бет Дрісколл описала як «культурну відмінність» місця: книгарня стає маркером, що відрізняє певний локус від знеособленого комерційного простору і наділяє його власною культурною генеалогією [35, с 402].

Особливо важливим у формуванні локальної ідентичності є аспект «включення в ширший наратив». Книгарня «Герої» виникла не у культурному вакуумі: вона є частиною загального українського феномена «меморіальних закладів», де родини загиблих воїнів перетворюють приватне горе на публічну

комеморацийну дію. Поряд із кав'ярнею «Паломник» у Харкові та іншими подібними ініціативами «Герої» формують новий тип місць пам'яті, специфічний для України доби повномасштабної війни. Водночас книгарня вписує Вінницю до загальноукраїнської і навіть міжнародної розмови про те, яким чином суспільства зберігають пам'ять в умовах незавершеного конфлікту.

Практики повсякденного перебування, що культивуються «Героями», є третім механізмом впливу на локальну ідентичність. Щомісячні читацькі клуби, регулярні зустрічі з військовими, презентації книг – усі ці практики формують аудиторію, яка повертається до книгарні знову і знову. Дослідники третього місця наголошують: саме повторюваність відвідувань і формування «постійних клієнтів» перетворює комерційний простір на справжнє місце суспільної взаємодії. «Люди, які приходять сюди частіше, – зазначає Антоніна Люлька, – поступово стають частиною цього простору, і вони починають приводити своїх друзів, розповідати про Колю іншим» [20]. Так виникає мережа носіїв «живої пам'яті» – людей, для яких «Герої» є не просто улюбленою книгарнею, а місцем особистої причетності до конкретного наративу.

Вагомим аспектом формування локальної ідентичності є також функція «легітимації культурних претензій» міста. Вінниця – обласний центр на Поділлі, що не має традиційно «столичного» культурного іміджу. Поява закладу, який привернув загальноукраїнську увагу і став предметом публікацій у провідних культурних медіа, є символічним ресурсом для формування нового образу міста – міста, де відбуваються значущі культурні події, де виникають нові форми пам'яті і де цивільне суспільство реагує на виклики часу творчо і рефлексивно. Це відповідає тому, що дослідники моделі «книжкового міста» (booktown model) описують як «soft power локальної культурної ініціативи»: нездатна конкурувати з великими містами за економічними показниками, локальна культурна установа може набути непропорційно великого символічного впливу завдяки автентичності своєї місії.

Нарешті, необхідно відзначити специфічно часовий вимір формування локальної ідентичності крізь меморіальну книгарню. «Герої» відкрилися у

конкретний момент – у розпалі повномасштабної війни, коли суспільство перебуває у стані колективного горювання, тривоги і пошуку точок опори. Книгарня виникла як відповідь на цей момент - і вписала його у простір міста. Мешканці Вінниці, що відкривали «Героїв» у перші місяці після відкриття, знатимуть: це місце народилося у 2024-му, у часі великої війни. Ця темпоральна прив'язаність є невіддільною частиною ідентичності і місця, і закладу – вона нагадуватиме про цей час навіть тоді, коли він стане далеким минулим.

3.2. Взаємодія меморіальної книгарні з іншими інституціями пам'яті та культури

Будь-яка культурна інституція існує не ізольовано, а в екосистемі – в мережі взаємозв'язків з іншими установами, організаціями та ініціативами, що формують культурний ландшафт певного середовища. Меморіальна книгарня не є винятком: щоб повноцінно виконувати функцію місця пам'яті і культурного осередку, вона потребує партнерств, діалогів і взаємодоповнень з інституціями, які опрацьовують схожі або суміжні функції. Аналіз цих взаємодій дозволяє краще зрозуміти місце меморіальної книгарні у ширшій архітектурі культурної пам'яті.

Теоретичним підґрунтям для аналізу таких взаємодій є концепція GLAM - аббревіатура, що об'єднує галереї (Galleries), бібліотеки (Libraries), архіви (Archives) і музеї (Museums) як сукупність «інституцій пам'яті», що займаються збором, збереженням та трансляцією культурної спадщини. Концепція GLAM описує не лише перелік установ, а й ідею їхньої конвергенції: дослідники фіксують, що межі між цими типами інституцій поступово розмиваються, вони дедалі частіше реалізують спільні проекти, будують спільну інфраструктуру, обмінюються колекціями і цифровими ресурсами [36]. Меморіальна книгарня є «позасистемним» гравцем у цьому просторі: вона не входить до жодної з чотирьох категорій GLAM, але може взаємодіяти з усіма.

Найближчою до книгарні за профілем є бібліотека. Обидві установи оперують книгою як основним культурним об'єктом, обидві є просторами читання і навчання, обидві потенційно виконують функцію третього місця. Проте між ними існують суттєві функціональні відмінності, що роблять взаємодію продуктивною, а не конкурентною. Бібліотека є установою зберігання і безкоштовного доступу до книг; книгарня - установою продажу та кураторського рекомендації. Бібліотека, особливо публічна, як правило, не спеціалізується на подієвій діяльності у тій мірі, в якій це робить активна незалежна книгарня. Натомість бібліотека має архівні ресурси, потенціал міжбібліотечної взаємодії і інституційну стабільність, яких нерідко бракує приватній ініціативі [37].

Для книгарні «Герої» партнерство з бібліотеками існує в особливий спосіб. Хоч і книгарня прямо не співпрацює з місцевими бібліотеками, однак на регулярній основі долучається до комплектування бібліотек для військових госпіталів та надсилає книги на передову. В такий спосіб книгарня водночас долучається до підтримки тих, кому книги допомагають морально і також поширює власну історію за межами закладу.

Взаємодія з музеями і меморіальними комплексами є ще одним перспективним напрямом. Дослідники GLAM-конвергенції звертають особливу увагу на феномен «розмиття кордонів»: сучасні музеї дедалі частіше включають книготорговельні точки до своїх просторів, усвідомлюючи, що можливість придбати книгу є природним продовженням музейного досвіду. Зворотній рух, коли книгарня набуває рис музею, є менш поширеним, але, як показує «Герої», цілком реальним. Поєднання книжкового асортименту з елементами музейної виставки (фотографіями, особистими речами, тематичними стендами) перетворює «Героїв» на гібридний простір, що виконує функції обох типів установ.

Особливо значущою є потенційна взаємодія з цифровими платформами пам'яті. В Україні функціонує кілька ресурсів, що акумулюють пам'ять про загиблих захисників: «Книги пам'яті» університетів та організацій, платформа Memorial.UA, регіональні ініціативи зі збору свідчень і документів. Книгарня

«Герої», яка вже є фізичним вузлом пам'яті про Миколу Рачка, також у свій спосіб долучається до формування загального цифрового дискурсу – поруч із входом до книгарні присутня меморіальна табличка із онлайн-доступом до платформи Меморіал, де бажаючі можуть ближче познайомитися з історією Миколи. Це слугує прикладом «гібридної меморіалізації» – поєднання фізичних і цифрових форм збереження пам'яті, яке є найефективнішим з точки зору охоплення і довготривалості [38].

Взаємодія з закладами освіти є окремим і надзвичайно важливим виміром. Книгарня «Герої» вже демонструє органічне тяжіння до освітнього контексту: батьки приводять дітей, пояснюють їм, чия це книгарня і чому вона особлива. Проте цей процес досі є стихійним, не інституалізованим. Системна взаємодія зі школами, коледжами та університетами Вінниці могла б перетворити стихійні відвідини на структуровані освітні програми. У цьому контексті покажемо є факт, що Микола Рачок сам був вихованцем вінницької освітньої системи, випускником Вінницького технічного ліцею, а згодом студентом КМА. Книгарня, присвячена людині з таким освітнім маршрутом, має природній «педагогічний зв'язок» зі своїм містом (рис. 3.1).

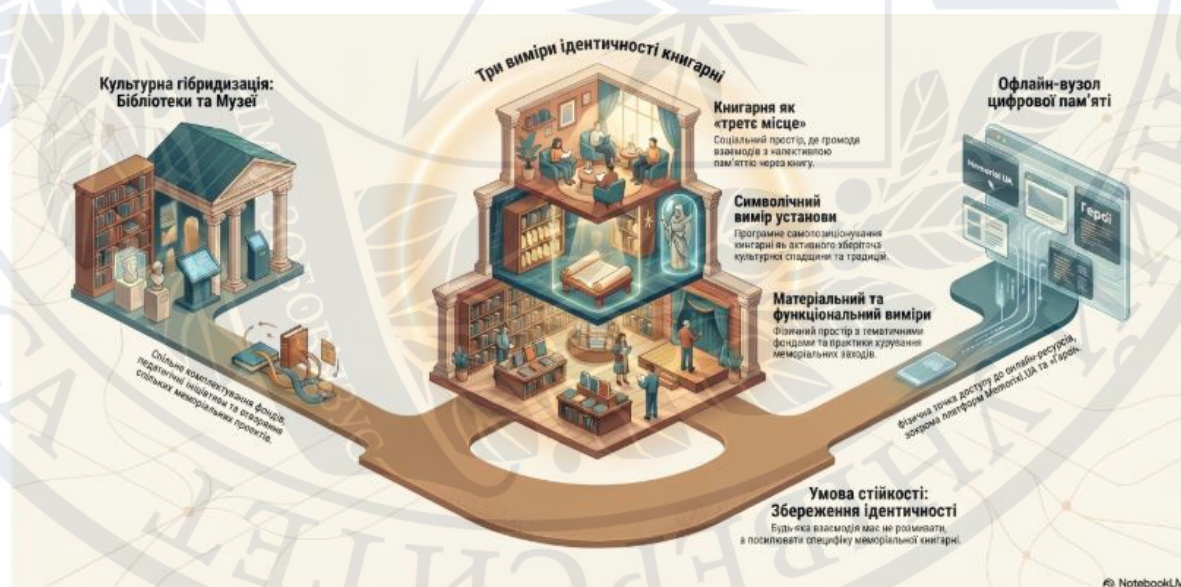


Рисунок 3.2 – Взаємодія меморіальної книгарні з культурними інституціями міста (згенеровано NotebookLM)

Дослідники конвергенції GLAM-інституцій наполягають: найбільш стійкими є не разові партнерства, а системні, інституційно закріплені взаємодії, що ґрунтуються на спільних ресурсах і поділеній місії [39]. Для «Героїв» це означає необхідність переходу від ситуативних контактів (запросили такого-то письменника, провели таку-то зустріч) до стратегічних альянсів з двома-трьома ключовими партнерами, наприклад, Вінницькою обласною універсальною науковою бібліотекою, Вінницьким обласним краєзнавчим музеєм, університетами міста. Такі альянси здатні забезпечити книгарні і ресурсну підтримку, і розширення аудиторій, і довготривалу інституційну легітимність.

Важливо відзначити, що взаємодія з іншими інституціями має відбуватися без розчинення власної ідентичності «Героїв». Ризик будь-якого партнерства - поглинання меншого гравця більшим або перетворення унікальної ініціативи на типовий «культурний захід». Книгарня «Герої» має виразне власне обличчя, місію і аудиторію - і будь-яка взаємодія має зміцнювати, а не розмивати цю специфіку. Дослідники бібліотечно-музейного партнерства підкреслюють: успішна взаємодія є «взаємним посиленням», а не злиттям ідентичностей. [40] Меморіальна книгарня зберігає свою силу саме тому, що є собою - а не частиною чогось більшого.

3.3. «Книгарня-меморіал» як інструмент соціальної регенерації та підтримки наративу пам'яті

Підсумовуючий підрозділ дослідження ставить за мету здійснити концептуальний синтез: сформулювати модель «книгарні-меморіалу» як аналітичну категорію і перевірити її пояснювальний потенціал на матеріалі прикладу «Героїв», а також визначити роль цієї моделі в ширшому контексті соціальної регенерації та підтримки наративу пам'яті в Україні доби повномасштабної війни.

Поняття «соціальна регенерація» у культурологічному та соціологічному дискурсі позначає процеси відновлення і зміцнення соціальних зв'язків,

суспільної довіри та культурного капіталу спільноти - особливо після травматичних, дезінтеграційних подій. Дослідники міської соціології зафіксували: культурні інституції, насамперед ті, що мають властивості «третього місця», є ефективними каталізаторами соціальної регенерації. Вони не «лікують» суспільство безпосередньо, але створюють простори, в яких регенерація стає можливою: простори, де люди зустрічаються, розмовляють, обмінюються досвідом і знаходять спільну основу [41]. У розрізі концепції «місць пам'яті» соціальна регенерація отримує ще один вимір: вона відбувається не лише в горизонтальному просторі суспільних зв'язків, але і у вертикальному - через відновлення і зміцнення зв'язку між теперішнім і минулим, між живими і тими, кого більше немає.

Для суспільства, що переживає активну збройну агресію, проблема соціальної регенерації набуває особливої гостроти. Трансформація практик пам'яті в Україні після 2022 року, фіксує кілька паралельних процесів: з одного боку, масштабне і безпрецедентно швидке виробництво нових форм комеморації (меморіальні заклади, цифрові архіви, «книги пам'яті», монументальні ініціативи); з іншого - суспільне напруження між «режимом горювання» і «режимом боротьби», між потребою зупинитися і оплакати та необхідністю продовжувати боротьбу. Меморіальна книгарня пропонує специфічний вихід із цього напруження: вона не вимагає від відвідувача зупинитися у скорботі - вона інтегрує пам'ять у живий, діяльний простір, де купують книги, обговорюють ідеї і зустрічаються люди. Таким чином, модель «книгарні-меморіалу» є формою «активної пам'яті» - пам'яті, що не консервується, а продовжує жити і діяти.

Саме тут виявляється структурна перевага моделі книгарні-меморіалу перед традиційними формами комеморації. Монумент, меморіальна дошка або офіційний музей закріплюють пам'ять у певному, відносно нерухомому форматі: вони запрошують до споглядання. Книгарня - запрошує до дії. Кожна придбана книга з екслібрисом книгарні - є активним продовженням її пам'яті. Пол Конертон у книзі «Як суспільства пам'ятають» наполягав: найстійкішою є не та

пам'ять, що зафіксована у тексті чи монументі, а та, що «вбудована у тіло» - в ритми повсякденних практик, жестів і дій. Книгарня, ймовірно, ближча до цієї «тілесної» пам'яті, ніж будь-яка інша меморіальна інституція.

Феномен підтримки «наративу пам'яті» є окремим і надзвичайно важливим виміром функції книгарні-меморіалу. Наратив пам'яті - це не просто перелік фактів про людину або подію: це пов'язана, осмислена розповідь, що наділяє минуле значенням і встановлює зв'язок між подіями та цінностями. Дослідники комунікативних практик пам'яті, вивчаючи специфіку наративного виробництва в умовах війни, наголошують: наратив пам'яті про загиблих є одночасно формою пошанування і формою смислотворення - він відповідає на питання, чим саме є для нас прожиття цієї війни [42].

У «Героях» наратив пам'яті підтримується кількома взаємоузгодженими каналами. Перший – просторовий: весь інтер'єр книгарні є візуальним текстом, що розповідає про Миколу Рачка. Другий – усний: персонал і засновниця переказують цю розповідь кожному, хто ще не знає. Третій – матеріальний: особисті книги Миколи, екслібрис із його образом, логотип з його улюбленими персонажами. Четвертий – подієвий: кожна зустріч з військовими, кожен читацький клуб, кожна авторська презентація є ще однією ітерацією наративу - черговим «нагадуванням» про те, чому це місце існує.

Особливої аналітичної уваги заслуговує питання про стійкість і довготривалість цієї моделі. Меморіальна книгарня як бізнес-проект є вразливою інституцією: вона залежить від комерційного успіху, що в умовах воєнної економіки є ненадійним підґрунтям. Водночас її меморіальна місія є потенційно сильнішим чинником стійкості, ніж чисто ринкові механізми: відвідувачі, для яких «Герої» є місцем пам'яті і громадянської ідентичності, мотивовані підтримувати заклад не лише як споживачі, але і як учасники спільного проекту. Приклад незалежних книгарень Шотландії демонструє дещо схожий механізм: книгарні, що є «частиною ідентичності місця», мають вищий рівень лояльності покупців і стійкіші в умовах ринкових криз, ніж ті, що є лише торговими точками [43].

Перевіряючи пояснювальний потенціал моделі «книгарні-меморіалу» на матеріалі «Героїв», можна стверджувати: приклад підтверджує основні теоретичні припущення, сформульовані у першому розділі, і водночас збагачує їх кількома непередбаченими висновками.

Водночас аналіз кейсу виявляє кілька нових аспектів, що розширюють первинну теоретичну рамку. По-перше, «Герої» демонструють, що меморіальна книгарня може виникати не в результаті культурної програми чи інституційного рішення, а як приватна, родинна дія жалоби, що набуває публічного виміру. Це означає, що модель «книгарні-меморіалу» може бути заснована на органічній єдності особистої втрати і культурного вибору. По-друге, «Герої» показують, що меморіальна функція і комерційна функція не є антагоністичними: книгарня успішно продає книги і водночас є місцем пам'яті, причому саме меморіальна місія зміцнює комерційну привабливість закладу, а не послаблює її. По-третє, у контексті активної війни меморіальна книгарня набуває специфічної функції «майданчика міжгрупового діалогу» між військовими і цивільними, яка не є характерною для меморіальних книгарень у мирних суспільствах.

Постає питання: чи є «Герої» унікальним феноменом, що не підлягає узагальненню, чи ж вони є одним із проявів ширшої тенденції? Аналіз свідчить на користь другого. В Україні з 2022 по 2026 рік виник цілий ряд закладів, що поєднують комерційну або некомерційну діяльність із меморіальною місією: кав'ярні, ресторани, галереї, простори, засновані родинами загиблих або ветеранами. Кожен із них є проявом того, що дослідники назвали «меморіалізацією знизу»: суспільство саме, без директиви від держави, виробляє нові форми вшанування, що відповідають потребам живих, а не нормам офіційної комеморативної риторики. Книгарня «Герої» є, мабуть, найбільш повно реалізованим і концептуально зрілим прикладом цього феномена, і саме тому заслуговує на те, щоб стати моделлю, тобто прикладом для аналізу і, потенційно, для наслідування.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження є першою спробою теоретичного аналізу меморіальної книгарні як специфічного типу культурного простору, що поєднує функції місця пам'яті, «третього місця» і агента соціальної регенерації. Обраний об'єкт – феномен меморіалізації у сучасній українській культурі в її низових, родинно ініційованих формах і предмет дослідження – книгарня «Герої» у Вінниці виявилися надзвичайно продуктивними для формулювання нових аналітичних категорій і перевірки наявних теоретичних концепцій на матеріалі актуальних культурних процесів. Результати дослідження узагальнено у таких висновках.

Колективна пам'ять є соціальним феноменом, що потребує матеріальних носіїв, просторових форм і регулярно відтворюваних практик. Аналіз теоретичної традиції від Моріса Гальбвакса до П'єра Нора, Яна та Алейди Ассманн показав, що пам'ять не зберігається сама по собі: вона потребує місць, ритуалів, інституцій та живих спільнот, здатних її відтворювати. Концепція *lieux de mémoire* П'єра Нора, що виокремлює матеріальний, функціональний і символічний виміри місця пам'яті, забезпечила методологічний фундамент дослідження і дозволила сформулювати критерії ідентифікації меморіальної книгарні як повноцінного місця пам'яті.

Книгарня є поліфункціональним соціокомунікаційним феноменом, що не може бути зведений до суто комерційної установи. Починаючи від теорії «третього місця» Рея Олденбурга і концепції «культурного третього місця» Науковці послідовно фіксують: незалежна книгарня є простором суспільної взаємодії, культурного виробництва і формування локальної ідентичності. Еволюція функцій книгарні від комерційного об'єкта до «третього місця» та «якоря культурної ідентичності» відображає загальнішу трансформацію ролі культурних інституцій у постіндустріальних суспільствах і готує ґрунт для появи нового типу закладу – меморіальної книгарні.

Термін «меморіальна книгарня» є теоретично обґрунтованим і аналітично самостійним: він описує специфічний перетин функцій - книготорговельної, меморіальної і соціально-комунікаційної, що не збігається з жодною з наявних категорій. Запропоноване дослідження визначення: меморіальна книгарня – це книготорговельна установа, яка поряд з основною комерційною функцією цілеспрямовано або органічно набутих чином виконує функцію простору колективної пам'яті, акумулюючи, зберігаючи і транслуючи значущий для певної спільноти культурний і соціальний досвід через кураторський добір книжкових фондів, організацію меморіальних та просвітницьких заходів, збереження символічно значущого фізичного простору та підтримку живого наративу. Запропонована типологія розрізняє меморіальні книгарні за ступенем ініціації (первинна чи набута меморіальна функція) та соціальним контекстом (мирне суспільство чи суспільство у стані збройного конфлікту). Особливою аналітичною категорією виокремлено «книгарню воєнної пам'яті» – заклад, що виникає в умовах незавершеного конфлікту і поєднує горювання, культурний опір і громадянське будівництво одночасно.

Книгарня «Герої» у Вінниці є унікальним за генезою і концептуально зрілим прикладом меморіальної книгарні. Відкрита 29 січня 2024 року батьками і сестрою загиблого воїна і журналіста Миколи Рачка, вона виникла не з державної ініціативи і не в рамках офіційної культурної програми, а як приватна родинна дія горювання, що набула публічного, загальносуспільного виміру. Книгарня відповідає критеріям місця пам'яті у всіх трьох вимірах: матеріальному (фізичний простір з власницьким статусом, особисті книги Миколи Рачка, меморіальні артефакти), функціональному (кураторська, просвітницька і комеморативна діяльність) і символічному (програмна ідентичність закладу як уособлення людини, чиє існування було нерозривно пов'язане зі словом і Україною). Виникнення «Героїв» як результату ініціативи знизу є особливо значущим свідченням зрілості українського цивільного суспільства в умовах воєнного часу.

Простір книгарні «Герої» утворює цілісну і внутрішньо узгоджену систему візуальних та наративних маркерів пам'яті. Фотографії при вході здійснюють «гуманізацію пам'яті»; особисті книги засновника на меморіальній полиці є матеріальним архівом читацької особистості; екслібрис з образом Миколи Рачка переносить пам'ять з публічного простору книгарні до приватного простору домівки покупця; усні розповіді персоналу є «комеморативними церемоніями» у мікромасштабі у термінах Пола Конертон. Сукупно ці маркери конституують феномен «живої пам'яті» - пам'яті, що функціонує на межі між комунікативною (жива взаємодія носіїв досвіду) і культурною (інституційно закріпленою) пам'яттю у термінах Яна Ассманна, і має потенціал трансформуватися з першого типу в другий у міру того, як живі носії безпосереднього досвіду відходять.

Комунікаційна стратегія книгарні «Герої» становить собою органічний синтез трьох функціональних режимів: книготорговельного, меморіального і громадянського. Подієва активність (чотири регулярних читацьких клуби, авторські зустрічі, презентації видавництв) виводить заклад у позицію активного виробника культурних подій; організація неформальних зустрічей між військовими і цивільними перетворює книгарню на майданчик соціальної медіації в умовах розколу досвідів між фронтом і тилом; медійна та цифрова присутність (понад 8300 підписників в Instagram) розширює меморіальний наратив далеко поза фізичні межі закладу. Особливо значущим є свідоме протистояння «інстаграмізації» меморіального простору: засновниця послідовно утверджує культуру осмисленого відвідування на противагу поверховому фотографуванню, що свідчить про рефлексивне ставлення до власної меморіальної місії. Меморіальна книгарня є ефективним агентом формування локальної ідентичності через три взаємопов'язані механізми. Перший – об'єктивний: книгарня є «якорем вулиці», що трансформує фізичне середовище місця і підвищує його культурну привабливість. Другий – наративний: книгарня вписує нові імена, образи і події у культурний словник міста, збагачуючи його символічний ландшафт. Третій – практичний: регулярні події і постійні

відвідувачі формують мережу носіїв «живої пам'яті», для яких книгарня є місцем особистої причетності до конкретного нарративу. Поява «Героїв» також виконує функцію «легітимації культурних претензій» Вінниці як міста, де відбуваються значущі культурні події і де цивільне суспільство творчо і рефлексивно відповідає на виклики воєнного часу.

Меморіальна книгарня є «позасистемним» гравцем у секторі GLAM-інституцій (галерей, бібліотек, архівів і музеїв), здатним взаємодіяти з кожною з них не на конкурентних, а на взаємодоповнювальних засадах. Аналіз показав, що найбільш продуктивними напрямками партнерства є: взаємодія з бібліотеками (у форматі просвітницьких програм, спільного комплектування і педагогічних ініціатив), взаємодія з музеями (у форматі «гібридизації» просторів і спільних меморіальних проєктів) та взаємодія з цифровими платформами пам'яті (у форматі офлайн-вузла для онлайн-ресурсів, зокрема платформи Memorial.UA, до якої «Герої» вже долучилися). Принциповою умовою стійких партнерств є збереження власної ідентичності закладу: взаємодія має посилювати, а не розмивати специфіку меморіальної книгарні.

Сформульована модель «книгарні-меморіалу» як аналітична категорія і практичний інструмент відповідає специфічній суспільній потребі, що виникає в суспільствах у стані активного збройного конфлікту: потребі у формах пам'яті, що не вимагають зупинятися у скорботі, а інтегрують вшанування у живий, діяльнісний повсякденний ритм. Структурна перевага книгарні-меморіалу перед традиційними формами комеморації (монументами, меморіальними дошками, офіційними музеями) полягає у тому, що вона культивує «тілесну пам'ять» – пам'ять, вбудовану у повсякденні практики купівлі, читання, розмови і зустрічі, а не закріплену у нерухомих формах споглядання. Це відповідає загальному феномену «меморіалізації знизу», що є характерною рисою українського цивільного суспільства в умовах повномасштабної війни.

Меморіальна функція книгарні і її комерційна функція не є антагоністичними, навпаки, вони взаємопосилуються. Книгарня «Герої» є прикладом того, як меморіальна місія стає конкурентною перевагою, а не

комерційним тягарем: відвідувачі, для яких заклад є місцем пам'яті і громадянської ідентичності, є більш лояльними і більш стійкими покупцями, ніж ті, кого приваблює лише асортимент. Дослідники незалежних книгарень Шотландії зафіксували схожий механізм для книгарень, що стали «частиною ідентичності місця». Водночас залежність від комерційного успіху в умовах воєнної економіки залишається структурною вразливістю моделі, що потребує вироблення механізмів підтримки: як з боку держави і муніципалітетів, так і з боку партнерських інституцій і широкої читацької спільноти.

Таким чином, кваліфікаційна (бакалаврська) робота досягла поставленої мети: здійснила аналіз феномена меморіальної книгарні як простору колективної пам'яті і обґрунтувала модель «книгарні-меморіалу» як інноваційного інструменту соціальної регенерації та підтримки наративу пам'яті в сучасному українському контексті. Виконання всіх сформульованих завдань дослідження підтверджується результатами трьох розділів. Введена аналітична категорія «меморіальна книгарня» і запропонована типологія є внеском у міждисциплінарне поле на перетині студій пам'яті та соціології культури і можуть бути застосовані як у подальших академічних дослідженнях, так і в практиці розвитку культурних інституцій. Книгарня «Герої» у Вінниці залишається живим прикладом того, що пам'ятати і продовжувати жити - не суперечливі, а нероздільні дії, і що простір книги є одним із найбільш природних місць для цього єднання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Halbwachs M. Collective Memory and Forgetting. URL: https://www.academia.edu/26738548/Maurice_Halbwachs_Collective_Memory_and_Forgetting (дата звернення: 01.05.2026).
2. Nora P. Between Memory and History: Les Lieux de Memoire. URL: https://is.muni.cz/el/1423/jaro2013/SOC564/um/40802691/Nora_Between_Memory_and_History.pdf (дата звернення: 01.05.2026).
3. Іщенко Є. Концепція «місць пам'яті» п'єра нора в контексті досліджень про колективну пам'ять. *Питання культурології*. Home Page. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221044> (дата звернення: 03.05.2026).
4. Assmann, J. (2011). Communicative and Cultural Memory. In: Meusburger, P., Heffernan, M., Wunder, E. (eds) *Cultural Memories. Knowledge and Space*, vol 4. Springer, Dordrecht. URL https://doi.org/10.1007/978-90-481-8945-8_2 (дата звернення: 03.05.2026).
5. Assmann, Aleida. *Erinnerungsräume: Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*, München: C.H.BECK Literatur - Sachbuch - Wissenschaft, 2018. URL <https://doi.org/10.17104/9783406729911> (дата звернення: 03.05.2026).
6. Legg, S. (2005). Contesting and Surviving Memory: Space, Nation, and Nostalgia in Les Lieux de Mémoire. *Environment and Planning D: Society and Space*, 23(4), 481-504. URL <https://doi.org/10.1068/d0504> (дата звернення: 03.05.2026).
7. K. Olick J., Robbins J. Social Memory Studies: From “Collective Memory” to the Historical Sociology of Mnemonic Practices. URL: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev.soc.24.1.105> (дата звернення: 05.05.2026).
8. Ray Oldenburg. Home – Project for Public Spaces. URL: <https://www.pps.org/article/roldenburg?utm-source=> (дата звернення: 05.05.2026).

9. Christensen C. My favorite definition of a “third place”. URL: <https://greatgoodplace.org/my-favorite-definition-of-a-third-place/> . (дата звернення: 05.05.2026).

10. OLDENBURG R. THE GREAT GOOD PLACE. URL: https://raggeduniversity.co.uk/wp-content/uploads/2025/03/1_x_The-Great-Good-Place-Cafes-Coffee-Shops-Bookstores-Bars-Ray-Oldenburg-.pdf?utm_source= . (дата звернення: 06.05.2026).

11. The Importance of Book-Centered Spaces as Third Places. BOOK RIOT. URL: <https://bookriot.com/book-centered-spaces-as-third-places/> (дата звернення: 06.05.2026).

12. Closure of ‘third places’? Exploring potential consequences for collective health and wellbeing - PubMed. PubMed. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31622919/> (дата звернення: 08.05.2026).

13. Shamael M. Wajeeh Dabbagh. The Role of Third Place in Revitalizing the Interior Spaces of the Academic Libraries through the Concept of Identity. URL: https://www.researchgate.net/publication/343969154_The_Role_of_Third_Place_in_Revitalizing_the_Interior_Spaces_of_the_Academic_Libraries_through_the_Concept_of_Identity. (дата звернення: 08.05.2026).

14. Sønderland Saga, R., Ntounis, N., Warnaby, G., Gregory, C., & Parker, C. (2024). Booksellers as placemakers: Innovative roles of independent booksellers in high street retailing. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 39(1-2), 42-60. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/02690942241291000> (дата звернення: 08.05.2026).

15. Joan Gaylord. How bookstores became cornerstones of American culture. The Christian Science Monitor. URL: <https://www.csmonitor.com/Arts-Culture/Books/2024/0829/the-bookshop-evan-friss> (дата звернення: 08.05.2026).

16. Astrid Erll: Kollektives Gedächtnis und Erinnerungskulturen. In: Ansgar Nünning, Vera Nünning (Hg.): Einführung in die Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. Stuttgart 2008, S. 156–185, hier S. 176. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=nAdhDgAAQBAJ&pg=PP5&hl=ru>

[&source=gb_s_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false](#)

(дата звернення: 08.05.2026).

17. Davis A. Oscar Wilde Memorial Bookshop. URL: <https://www.nyclgbtsites.org/site/oscar-wilde-memorial-bookshop/>. (дата звернення: 09.05.2026).

18. Erll, Astrid. (2011). Memory in Culture. URL: https://www.researchgate.net/publication/316268845_Memory_in_Culture (дата звернення: 09.05.2026).

19. Memory in Action: Grassroots, Institutional and Artistic Dimensions of War Memorialization in Ukraine // Memory Studies Association. 2026. URL: <https://www.memorystudiesassociation.org/event/memory-in-action-grassroots-institutional-artistic-dimensions-of-war-memorialization-in-ukraine/> (дата звернення: 05.05.2026).

20. Микола Рачок. *Київська-Могиланська академія. Книга пам'яті*. URL: <https://web.ukma.edu.ua/index.php/uk/memory-book/racok-mikola> (дата звернення: 09.05.2026).

21. Книгарню «Герої» на честь загиблого захисника відкрили у Вінниці його рідні. *The Village Україна*. 31.01.2024. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/347359-knigarnyu-geroyi-na-chest-zagiblogo-zahisnika-vidkrili-u-vinnitsi-yogo-ridn> (дата звернення: 09.05.2026).

22. У Вінниці відкрили книгарню «Герої» у пам'ять про журналіста і воїна Миколу Рачка. *Vinnytsia.city*. 31.01.2024. URL: <https://vinnytsia.city/u-vinnytsi-vidkryly-knygarnyu-geroyi-u-pam-yat-pro-zhurnalista-i-voyina-mykolu-rachka/> (дата звернення: 09.05.2026).

23. Книгарню «Герої» відкрили у Вінниці батьки полеглого воїна. *ViTA TV*. URL: <https://vitatv.com.ua/misto/tut-vse-dlya-noho-pro-noho-knyharnyu-heroyi> (дата звернення: 09.05.2026).

24. Memorial Architecture: Designing with Absence and Loss // INJArch. 2025.
URL: <https://injarch.com/memorial-architecture-designing-with-absence-and-loss/>
(дата звернення: 09.05.2026).
25. Design transformations in monuments and memorials as monumental buildings: new perspectives on the place-making model. npj Heritage Science. 2024.
URL: <https://www.nature.com/articles/s40494-024-01446-4> (дата звернення: 10.05.2026).
26. Лесик, В. «Герої» – не просто книгарня. Як у Вінниці втілюють мрію загиблого військового Миколи Рачка. *Chytomo*. 06.08.2024. URL: <https://chytomo.com/heroi-ne-prosto-knyharnia-iak-u-vinnytsi-vtiliuiut-mriiu-zahyblogo-vijskovoho-mykoly-rachka/> (дата звернення: 10.05.2026).
27. Assmann, J. Cultural Memory and Early Civilization: Writing, Remembrance, and Political Imagination. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. P. 15–19.
https://books.google.com.ua/books?id=kxltuUm1KDcC&pg=PR5&hl=ru&source=gb_s_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false (дата звернення: 12.05.2026).
28. Connerton, P. How Societies Remember. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. P. 44–71. URL: <https://hemisphericinstitute.org/images/courses/spring-2009/connerton.pdf> (дата звернення: 12.05.2026).
29. Кіхтенко В. Книгарню «Герої» на честь загиблого захисника відкрили у Вінниці його рідні. *The Village Україна*. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/347359-knigarnyu-geroyi-na-chest-zagiblogo-zahisnika-vidkrili-u-vinnitsi-yogo-ridni>. (дата звернення: 12.05.2026).
30. Assmann, A. Cultural Memory and Western Civilization: Functions, Media, Archives. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. P. 123–131. URL: <https://archive.org/details/culturalmemorywe0000assm> (дата звернення: 13.05.2026).
31. Sønderland Saga, R. et al. Booksellers as Placemakers: Innovative Roles of Independent Booksellers in High Street Retailing // Local Economy. 2024. Vol. 39 (1–2). P. 42–60. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/02690942241291000>. (дата звернення: 13.05.2026).

32. Підтримати ініціативи пам'яті. *Memorial.UA*. URL: <https://memorial.ua/initiatives> (дата звернення: 13.05.2026).
33. Kharkhun V. Warring Memory: Exhibiting the Russo-Ukrainian War in Ukraine's National Museums. *Nationalities Papers*. Published online 2025:1-25. doi:10.1017/nps.2025.10089 URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/nationalities-papers/article/warring-memory-exhibiting-the-russoukrainian-war-in-ukraines-national-museums/FF5DE79ABFACA944E4EB23C91B4EAAE3> (дата звернення: 13.05.2026).
34. The Hypothesis of Cultural Third Places. *The Conversation*. URL: <https://theconversation.com/the-hypothesis-of-cultural-third-places-93509> (дата звернення: 14.05.2026).
35. Driscoll, B. Local Places and Cultural Distinction: The Booktown Model. *European Journal of Cultural Studies*. 2018. Vol. 21 (4). P. 401–417. URL: https://www.researchgate.net/publication/305634963_Local_places_and_cultural_distinction_The_booktown_model. (дата звернення: 14.05.2026).
36. GLAM Convergence Revisited: An Examination of User Perception and Experience. *Journal of Library Administration*. Taylor & Francis. 2024. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01930826.2023.2281340>. (дата звернення: 16.05.2026).
37. Beyond the Silos of the LAMs: Collaboration Among Libraries, Archives and Museums. *OCLC Research*. URL: <https://www.oclc.org/research/activities/lamsurvey.html> (дата звернення: 16.05.2026).
38. Микола Рачок загинув у бою з «вагнерівцями» на Донеччині. *Memorial.UA*. *Memorial.UA*. URL: <https://memorial.ua/obituaries/militaries/rachok-mykola-6633> (дата звернення: 16.05.2026).
39. Collaboration among Galleries, Libraries, Archives, Museums Explored. *Association of Research Libraries*. 2020. URL:

<https://www.arl.org/news/collaboration-among-galleries-libraries-archives-museums-explored-in-research-library-issues/> (дата звернення: 14.05.2026).

40. Orr, S. Remembering Things Differently: Museums, Libraries and Archives as Memory Institutions. *Museum Management and Curatorship*. 2004. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0964775042000242260>. (дата звернення: 17.05.2026).

41. Bookshops Are Vital for High Street Regeneration, Study Finds. *Manchester Metropolitan University*. 15 September 2021. URL: <https://mmu.ac.uk/news-and-events/news/story/bookshops-are-vital-high-street-regeneration-study-finds> (дата звернення: 17.05.2026).

42. Communicative Practices of Perception and Memory of Russian–Ukrainian War. *Studies in East European Thought*. Springer. 2025. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11212-025-09712-2> (дата звернення: 17.05.2026).

43. Laing, A., Royle, G. Indies in Scotland: Exploring the Unique Role of Independent Bookshops. *Publishing Research Quarterly*. 2020. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7574990/>. (дата звернення: 19.05.2026).