

УДК 316.334.56

**УЛИЧНОЕ ИСКУССТВО КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО ОПТИМИЗМА
И ТРАНСФОРМАЦИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ Г. ВОЛОГДЫ)**

Жданова А.Э.

Вологодский научный центр Российской академии наук, г. Вологда

Уличное искусство – это важный инструмент развития и повышения привлекательности городского пространства, который выступает не только средством самовыражения художника, но и способом получения эмоций для жителей города, а также источником формирования комфортной городской среды. Эмпирическую базу исследования составили данные авторского онлайн-опроса 2025 г. Выборка стихийная (N=146 человек). Респонденты – жители г. Вологды в возрасте 14–55 лет. Выявлено, что вологжане положительно относятся к уличному искусству и считают, что оно оказывает позитивное влияние на настроение горожан.

Ключевые слова: город, граффити, местное сообщество, муралы, настроение, стрит-арт, уличное искусство

DOI 10.22281/2542-1697-2026-05-03-36-44

Введение. В настоящее время уличное искусство все чаще становится фактором, влияющим на положительное преобразование городского пространства, не выступая источником проявления вандализма. Такой вид искусства в урбанистике становится формой благоустройства и способом самовыражения своих ценностей города и его жителей. Создание подобного рода объектов может стать одной из визитных карточек города для привлечения туристов. Особое значение занимает изучение общественного мнения по отношению к уличному искусству: как оно влияет на восприятие городской среды? на настроение местных жителей? поддерживают ли жители такие практики искусства и благоустройства в своем городе? Процесс вовлечения горожан в решение вопросов городского развития является важным фактором в процессе создания комфортной, эстетически привлекательной городской среды. Это позволяет учитывать интересы и потребности жителей, эффективно использовать их ресурсы и формировать позитивный имидж города.

Стрит-арт представляет собой значимый инструмент, способствующий развитию или трансформации городского пространства. Он способен «оживить» унылые и непривлекательные стены, а также привлечь внимание к актуальным проблемам, таким как сохранение исторических памятников или экологические вопросы. Многие города являются относительно молодыми и имеют однородную застройку, в то время как работы граффитистов могут значительно разнообразить визуальный облик целых микрорайонов. Кроме того, граффити, стрит-арт и муралы могут превращать города в подобие музея под открытым небом. Это делает их привлекательными для туристов.

По данным ВЦИОМ более четверти россиян (27%) считают граффити видом современного искусства, тогда как большая часть (45%) говорит о нейтральном статусе граффити, что это не является искусством, но такие рисунки могут быть уместны в отдельных случаях [1]. В исследовании ВЦИОМ 2025 г. треть респондентов (27%) дали ответ о том, что хотели бы больше узнать про уличное искусство.

Теоретический обзор. В рамках отечественной гуманитарной социологии парадигма уличного искусства представляет собой относительно новый объект научного дискурса. Если ввести поисковой запрос, по ключевым словам, на сайте научной электронной библиотеки Elibrary.ru, то можно отметить, что большинство публикаций связаны с понятием «графффити» (табл. 1). Первые публикации начинаются с 1995 года. Основное внимание исследователей к данной теме сформировалось в период 2011–2013 гг. История уличного искусства восходит к древнейшим временам, включая наскальные рисунки, выполнявшие коммуникативные и ритуальные функции. В Древнем Риме и средневековой Европе также встречались элементы, характерные для уличного искусства, в виде надписей и изображений на стенах.

Таблица 1 - Количество научных публикаций, связанных с темой уличного искусства (данные с сайта Elibrary.ru на 20.07.2026 г.)

Ключевое слово	Количество публикаций	Год начала публикаций
граффити	1056	1995
стрит-арт	738	2011
уличное искусство	392	2013
паблик-арт	278	2011
муралы	64	2019
диджитал-арт	26	2019

Современное уличное искусство зародилось в 1960-х годах в США как форма граффити. Как подчеркивали в своем исследовании Г. Чалфент и Д. Пригофф: «Граффити как искусство начинает расцветать тогда, когда райтеры, захотевшие стать известными, спустились в подземку...» [2].

Изначально под уличным искусством понимали все, что относилось к современному искусству, реализованному в городском пространстве. В 80-е годы прошлого века стрит-арт и граффити являлись тождественными понятиями. Однако с течением времени они превратились в обособленные формы художественного самовыражения. Сегодня под стрит-артом понимается «стиль и разновидность современного изобразительного искусства, в котором фоном для размещения работ художников служит окружающее людей пространство городов» [3]. Основное отличие стрит-арта от граффити заключается в том, что уличное искусство ориентировано на публику, в нем заложен смысл, уникальный посыл, адресованный обществу. В граффити нет сюжета и изобразительного материала, это шрифт – написание тега или эмблемы райтера или его команды, понятное лишь узкому кругу лиц [4].

Уличное искусство имеет широкое распространение и различные виды. Оно может включать в себя муралы, стрит-арт инсталляции, стикер-арт, постер-арт, трафаретный стрит-арт и янбомбинг (вязаные украшения). Авторы могут использовать различные техники и материалы (краски, трафареты, наклейки, ткань, дерево, металл и др.). Цели стрит-арт могут быть различные: от самовыражения художника, до украшения городского пространства и диалогом с местным сообществом. В основном используют тематику исторических или культурных событий, природных мотивов, изображение известных личностей, однако также могут быть тематики для привлечения внимания общественности к экологическим, политическим и социальным проблемам.

В этом смысле понятие стрит-арта тесно переплетается с другими разновидностями искусства, сферой бытования которых является городское пространство – «паблик-арт» и «мурализм». Публичное искусство, в отличие от стрит-арта, инициируется сверху и санкционируется властью – его заказчиком, как правило, выступает государство или орган местного самоуправления. Такое искусство характеризуется масштабностью исполнения, мощным социальным посылом и часто реализуется в рамках официальных проектов и мероприятий [5]. Стрит-арт, напротив, инициируется снизу и чаще всего носит анонимный, несанкционированный и спонтанный характер.

Под муралами, в свою очередь, понимаются настенные произведения живописи большого размера. В своей работе В.А. Гріднева подчеркивает, что «мурал-арт является коммуникатором между художником и зрителем. Он может эффективно использоваться как для эстетического развития городской среды, так и для передачи, распространения сложных комплексов идей, систем ценностей, форм мировосприятия и настроений» [6].

Несмотря на родственность трех понятий, в научном дискурсе нет единого мнения об их соотношении. Некоторые ученые склонны рассматривать стрит-арт, паблик-арт и мурализм в качестве обособленных форм городского искусства [7]. Другие исследователи, напротив, называют публичное искусство и мурализм «классическим примером уличного искусства, созданного в институциональном контексте» [8]. В дальнейшей работе мы будем придерживаться именно этого подхода, применяя понятие «стрит-арт» ко всем формам искусства в городской среде.

Сегодня уличное искусство стало глобальным феноменом, инструментом городского развития, формирующим идентичность места и привлекающим туристов.

Во-первых, стрит-арт формирует новый художественный язык городской культуры, преобразая облик города и создавая точки притяжения для его жителей и гостей [9]. Оно укрепляет идентичность города, отражая его неповторимый дух и характер. Благодаря уличному искусству заброшенные пространства могут получить «вторую жизнь». Ветхие здания, бывшие символами городского упадка, становятся холстами для уличных художников и возрождаются в новом облике, улучшая визуальное восприятие города.

Во-вторых, уличное искусство может быть инструментом, стимулирующим экономическое развитие территории. Фестивали стрит-арта (например, фестиваль «Стенография» в г. Екатеринбург, фестиваль «ФормART» в Приволжском федеральном округе) становятся узнаваемыми символами городов и способствуют привлечению уличных художников и туристов со всего мира.

Наконец, ключевой особенностью стрит-арта является его способность поднимать важные общественные темы, выступать инструментам протеста и социальной активности. Уличное искусство взаимодействует с обществом, заставляет задуматься, воздействует на формирование социальных установок и убеждений. Например, муралы с изображением редких исчезающих животных повышают уровень осведомленности общества об экологических проблемах [10].

Несмотря на потенциал уличного искусства для улучшения городского пространства и формирования идентичности города, его популяризация может сталкиваться с рядом трудностей.

Основная проблема заключается в несанкционированной природе уличного искусства. Произведения уличных художников, не относящиеся к публичному искусству, могут расцениваться как вандализм. Такой стрит-арт провоцирует негативную реакцию среди жителей домов, собственников зданий и представителей публичной власти. Кроме того, протестный характер уличного искусства препятствует его экспонированию в городской среде. Некоторые художники охотно соглашаются на сотрудничество с официальными институтами, однако такое сотрудничество влечет за собой утрату протестной сущности стрит-арта [11].

Кроме того, восприятие стрит-арта сильно разнится среди экспертов в области уличного искусства и обычных горожан. То, что одним кажется острым социальным высказыванием, другими людьми может восприниматься как слишком агрессивное и отталкивающее произведение живописи. Рядовые городские жители могут быть не заинтересованы в содержательной составляющей стрит-арта – для них уличное искусство выступает инструментом декорирования городского пространства [12]. По этой причине для многих жителей особую важность имеет эстетическая сторона стрит-арта, образ которого часто не соотносится с их представлениями о красоте.

Наконец, несанкционированный характер стрит-арта делает его не таким долговечным, как произведения публичного искусства, на реставрацию которых чаще всего выделяются средства.

Тем не менее, уличное искусство остается ярким феноменом развития городского пространства. Цель настоящей статьи – исследовать отношение жителей г. Вологда к уличному искусству и оценить его потенциал для развития городской среды.

Методология исследования. Социологический онлайн-опрос «Уличное искусство как фактор влияния на комфортную городскую среду», был проведен в 2025 году среди жителей г. Вологды от 14 лет до 55 лет. Выборка стихийная (N=146 человек). Автор принимал непосредственное участие в разработке инструментария и апробации исследования. Для оценки силы связи применялся коэффициент Крамера (V). Для интерпретации полученных значений критерия V Крамера о силе связи между признаками использовалась принятая шкала (табл.2).

В таблице 3 представлено распределение респондентов по полу и возрасту. Всего

было опрошено 146 жителей г. Вологды.

Таблица 2 – Интерпретация значений критерия V Крамера

Значение критерия V Крамера	Сила взаимосвязи
$<0,1$	Несущественная
$0,1 - <0,2$	Слабая
$0,2 - <0,4$	Средняя
$0,4 - <0,6$	Относительно сильная
$0,6 - <0,8$	Сильная
$0,8 - 1,0$	Очень сильная

В таблице 3 представлено распределение респондентов по полу и возрасту. Всего было опрошено 146 жителей г. Вологды.

Результаты исследования. Если рассматривать вопрос информированности населения о существовании различных видов уличного искусства таких как граффити, муралы, стрит-арты и инсталляции, то можно отметить положительный тренд. Большая часть вологжан, которые участвовали в опросе, имеют представление об уличном искусстве. Так 79% респондентов дали ответ, что они «слышали некоторые новости» об этих видах искусства, 19% опрошенных интересуются новостями из данной сферы и регулярно получают информацию об уличном искусстве. Доля тех, кто не знаком с данным направлением мала, и составляет лишь 3%. Можно сделать вывод, что уличное искусство становится все более популярным и заметным в городе.

Таблица 3 – Распределение респондентов в г. Вологде по полу и возрасту, в %

Пол	
Мужской	26,7
Женский	73,3
Возраст	
14–17 лет	23,3
18–35 лет	37,7
36–55 лет	26,7
55 и старше	12,3

Исходя из полученных данных, можно говорить о наличии сильной связи между отношением горожан к уличному искусству и оценкой влияния данного вида искусства на настроение жителей. V Крамера = 0,570 ($p < 0,001$, табл. 4). Респонденты, которые положительно относятся к стрит-арту также отмечают и его позитивное влияние на настроение горожан (94%). Но в то же время 50% респондентов приписывают уличному искусству негативное влияние. Можно предположить, что данный вопрос носит выраженный субъективный характер эмоционального опыта респондентов от взаимодействия с уличным искусством.

Таблица 4 – Отношение респондентов к уличному искусству в зависимости от оценки его влияния на настроение жителей города, в %

Влияние уличного искусства на настроение жителей города	Отношение к уличному искусству (граффити, муралы, инсталляции, стрит-арты)	
	Положительно	Отрицательно
Позитивное и скорее позитивное	93,9	0,0
Негативное и скорее негативное	0,0	50,0
Затрудняюсь ответить	6,1	50,0
V Крамера	0,570 ($p < 0,001$)	

Один из тезисов уличного искусства – это создание привлекательного образа

городской среды. В этом утверждении вологжане солидарны, т.к. по данным опроса удельный вес тех, кто считает, что уличное искусство делает городскую среду более привлекательной составляет большую часть от числа всех респондентов, а именно 89% (53% – «скорее да, чем нет», 36% – «однозначно да»). Удельный вес отрицательных оценок не превышает 7%. Можно предположить, что уличное искусство в г. Вологде выполнено качественно, гармонично вписывается в архитектуру города и отражает его уникальность.

Если рассматривать эмоции, которые стрит-арт вызывает у вологжан, а также влияние на их настроение, то они имеют различный характер. Значение V Крамера для негативных эмоций равно 0,422 ($p < 0,001$, табл. 5), что говорит о наличии сильной связи между данными переменными. В данной группе 25% респондентов испытывают негативные эмоции от уличного искусства считают его влияние на настроение жителей также негативным. В то время как такие эмоции как интерес и любопытство демонстрируют умеренную связь (V Крамера = 0,262 ($p < 0,05$)) и чаще они проявляются у тех, кто видит позитивное влияние стрит-арт (92%). Также статистическая значимость выявлена среди позитивных эмоций и позитивного влияния данного искусства на настроение вологжан – 92% позитивных ответов, V Крамера = 0,345 ($p < 0,01$). В целом, чем позитивнее респондент оценивает эффект уличного искусства, тем более позитивной становится его эмоциональная лексика, что подтверждает гипотезу об эмоциональной валидности отношения.

Таблица 5 – Распределение респондентов по характеру называемых эмоций в зависимости от оценки влияния уличного искусства на настроение жителей, в %

Влияние уличного искусства на настроение жителей города	Эмоции горожан от уличного искусства		
	негативные эмоции	интерес, любопытство	позитивные эмоции
Позитивное и скорее позитивное	62,5	91,8	92,0
Негативное и скорее негативное	25,0	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	12,5	8,2	8,0
V Крамера	0,422 ($p < 0,001$) относительно сильная	0,262 ($p < 0,05$) средняя	0,345 ($p < 0,01$) средняя

Интересно отметить, что между оценкой условий проживания и оценкой городской среды, после появления в ней объектов стрит-арт искусства статистической связи обнаружено не было (табл. 6). Как среди респондентов, оценивающих условия проживания как хорошие и положительно настроенных к данному виду искусства (92%), так и среди тех, кто считает их плохими и отрицательно к нему относящихся (85%). Отрицательное отношение находится на уровне 4–8%. Можно сделать вывод, что даже те горожане, которые недовольны условиями проживания, в значительной мере склонны позитивно воспринимать художественные преобразования в городской среде. Следовательно, оценка жителями подобных проектов базируется на культурно-эстетических критериях, а не на их функциональной пользе для улучшения условий проживания.

Таблица 6 – Связь между общим отношением к уличному искусству и оценкой условий проживания в городе, в %

Отношение горожан к уличному искусству	Оценка условий проживания в городе	
	хорошие и скорее хорошие	плохие и скорее плохие
Положительное	92,0	84,6
Отрицательное	4,0	7,7
Затрудняюсь ответить	4,0	7,7
V Крамера	нет взаимосвязи	

Также статистическая значимость выявлена в отношении готовности респондентов

поддержать дальнейшее развитие уличного искусства и оценки условий проживания (табл. 7). Коэффициент V Крамера равен 0,305 ($p < 0,001$), что говорит о наличии умеренной связи. В группе с хорошей оценкой среды проживания 92% респондентов высказались «за», при плохой – 85%. Данная связь фиксирует, что все же запрос на дальнейшее развитие стрит-арта чувствителен к восприятию городской среды.

Таблица 7 – Запрос населения на увеличение числа муралов и граффити в зависимости от оценки условий проживания, в %

Запрос населения на увеличение муралов и граффити на стенах многоквартирных домов и общественных пространствах	Оценка условий проживания в городе	
	хорошие и скорее хорошие	плохие и скорее плохие
Да	92,0	84,6
Нет	4,0	7,7
Затрудняюсь ответить	4,0	7,7
V Крамера	0,305 ($p < 0,001$)	

Анализ динамики оценки городской среды под влиянием появления муралов не выявил статистически значимых различий между группами респондентов с различной оценкой условий проживания (табл. 8). Парадоксально, но в обеих группах преобладает мнение, что городская среда в г. Вологде с появлением муралов изменилась в худшую сторону. Хотя вышеописанные ответы респонденты говорят об однозначно позитивном отношении к стрит-арт. Возможно респонденты связывают такое творческое проявление с актами вандализма или нелегальными рисунками и надписями. Отсутствие связи с оценкой условий проживания указывает на то, что данная динамика имеет общий для всех групп характер и, вероятно, обусловлена более глубинными установками относительно допустимых форм уличной эстетики. Данный вопрос следует более детально рассмотреть в дальнейших исследованиях.

Таблица 8 – Динамика оценки городской среды в зависимости от влияния уличного искусства в группах с разной оценкой условий проживания (в %)

Оценка городской среды с появлением на улицах города стрит-артов, муралов и граффити	Оценка условий проживания в городе	
	хорошие и скорее хорошие	плохие и скорее плохие
Изменилась в лучшую сторону	34,9	23,1
Изменилась в худшую сторону	57,1	61,5
Не изменилась, осталась нейтральной	2,4	0,0
Затрудняюсь ответить	1,6	7,7
V Крамера	нет взаимосвязи	

Несмотря на то, что уличное искусство это свобода и творчество самого художника вологжане сходятся во мнении, что такой вид искусства должен быть согласован с местной администрацией и получено официальное разрешение, например, на создание мурала на стене жилого многоквартирного дома. Исходя из данных опросов видно, что 56% респондентов говорят о том, что официальные разрешения должны быть получены всегда и во всех случаях, 40% – разрешение должно быть получено в определенных случаях (табл. 9).

На рисунке 1 представлен рейтинг наиболее привлекательных тем для уличного искусства в г. Вологде. Можно отметить, что в большинстве случаев вологжанам нравятся муралы, которые отражают историю города (69%) либо изображения природных мотивов и пейзажей (63%). Также для населения города привлекательными кажутся объекты, посвященные известным личностям (39%) или русскому фольклору (37%).

В целом, полученные данные свидетельствуют о высокой эмоциональной включенности жителей в восприятии уличного искусства на территории г. Вологды.

Таблица 9 – Мнение респондентов относительно получения официального разрешения художникам для создания своих работ, в %

Варианты ответов	%
Да, всегда	56,2
Да, в определенных случаях	39,7
Нет, не должны	2,7
Затрудняюсь ответить	1,4

Основной вывод заключается в наличии позитивных чувств и эмоций у горожан, вызываемых объектами стрит-арт. Несмотря на различные условия проживания, большая часть респондентов говорит о позитивном отношении к данным художественным практикам, формируя запрос на дальнейшее развитие данного направления в городе. Полученные паттерны рекомендуется учитывать при разработке муниципальных программ по курированию стрит-арта, с акцентом не на количественном увеличении, а на повышении художественного качества и контекстуальной интеграции муралов в архитектурную среду.

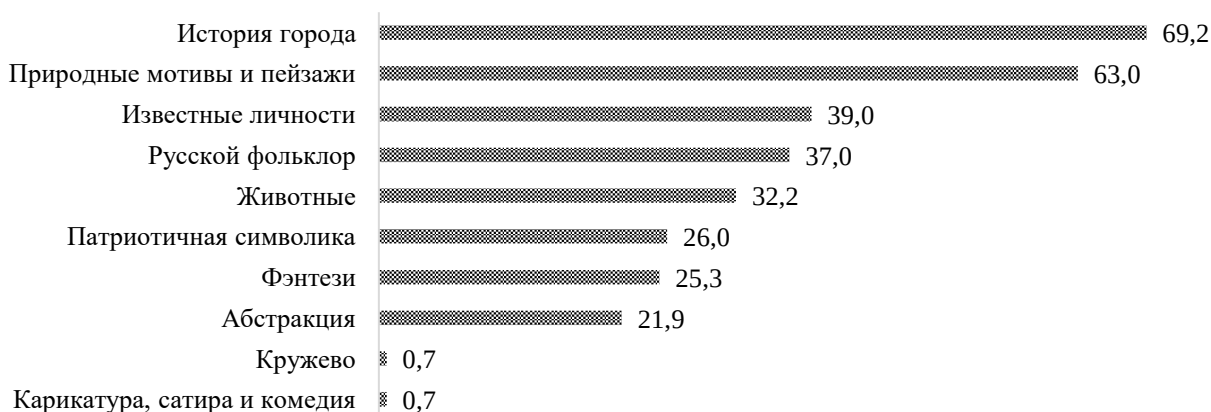


Рисунок 1 – Рейтинг наиболее привлекательных тем для уличного искусства в г. Вологде, в %

Правильная интеграция уличного искусства способна существенно улучшить городскую среду и повлиять на позитивное настроение горожан. Участие местных жителей в процессах благоустройства является важным фактором создания современных и комфортных городских пространств, поэтому также необходимо изучать мнение жителей относительно создания объектов уличного искусства.

Список использованных источников

1. Граффити: искусство или вандализм? // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/graffiti-iskusstvo-ili-vandalizm>
2. Chalfant H., Prigoff J. Spraycan Art. London: Thames and Hudson Ltd, 1999. – 180 с.
3. Правдолюбова С.С., Егорова В.А., Зубкова А.О., Сидорова А.Д. Стрит-арт в пространстве городской среды Рязани / С.С. Правдолюбова, В.А. Егорова, А.О. Зубкова, А.Д. Сидорова // Вестник МГСУ. – 2024. – Т. 19, № 1. – С. 45–53. – DOI 10.22227/1997-0935.2024.1.45-53.
4. Константинова М.А. Граффити и стрит-арт: от художественной практики к социальному действию / М.А. Константинова // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. – 2021. – № 2(32). – С. 94-107.
5. Бинсянь У. Паблик - арт как социокультурный феномен городской художественной среды / У. Бинсянь // Культура и искусство. – 2023. – № 6. – С. 1-15. – DOI 10.7256/2454-0625.2023.6.40810.
6. Гриднев В.А. Мурал-арт как способ коммуникации в современной культуре / В.А.

Гриднев // *Философия и гуманитарные науки в информационном обществе*. – 2020. – № 2(28). – С. 56-66.

7. Гончарова Н.Г. Стрит-арт в актуальной городской среде: новая форма монументальной живописи / Н.Г. Гончарова // *Академический вестник УралНИИпроект РААСН*. – 2021. – № 1(48). – С. 64-69. – DOI 10.25628/UNIP.2021.48.1.011.

8. Вильчинская-Бутенко М.Э. Режимы визуализации урбанистического искусства: стрит-арт vs паблик-арт / М.Э. Вильчинская-Бутенко // *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*. – 2022. – № 47. – С. 18-34. – DOI 10.17223/22220836/47/2.

9. Маевская М.Е. Уличное искусство как способ самоидентификации городского пространства / М.Е. Маевская // *Современная архитектура мира*. – 2024. – № 2(23). – С. 277-295. – DOI 10.25995/NIITAG.2024.23.2.014.

10. Языков Д.С. Изменения в городской среде: вклад стрит-арта в градостроительство / Д.С. Языков // *Актуальные исследования*. – 2024. – № 9-1(191). – С. 61–73. – DOI 10.5281/zenodo.10710274.

11. Шоломова Т.В., Андрейчик Е.О. Стрит-арт и проблема его институционализации / Т.В. Шоломова, Е.О. Андрейчик // *Университетский научный журнал*. – 2021. – № 61. – С. 33-39. – DOI 10.25807/22225064_2021_61_33.

12. Швиндт У.С. Эстетическая и проблемная ориентация стрит-арта в восприятии городского населения (на примере Екатеринбурга) / У.С. Швиндт // *Koinon*. – 2021. – Т. 2, № 1. – С. 100-115. – DOI 10.15826/koinon.2021.02.1.005.

Сведения об авторах

Жданова Ангелина Эдуардовна – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук. E-mail: angelinazhdanova99@mail.ru

UDC 316.334.56

STREET ART AS A FACTOR OF SOCIAL OPTIMISM AND TRANSFORMATION OF THE URBAN ENVIRONMENT (USING THE CITY OF VOLOGDA AS AN EXAMPLE)

Zhdanova A.E.

Vologda Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Vologda

Street art is an important tool for enhancing the appeal of urban space, serving not only as a means of an artist's self-expression but also as a source of emotions for ordinary city residents, as well as a source for shaping a comfortable urban environment. The empirical basis of the study consists of data from the author's online survey conducted in 2025. The sample is non-random (N=146 people). The respondents are residents of the city of Vologda aged 14–55. It has been revealed that residents of Vologda have a positive attitude towards street art and believe that it has a positive impact on the mood of the city's inhabitants.

Keywords: city, graffiti, local community, murals, mood, street art, street art

References

1. Graffiti: art or vandalism? // VTsIOM. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/graffiti-iskusstvo-ili-vandalizm>.
2. Chalfant H., Prigoff J. *Spraycan Art*. London: Thames and Hudson Ltd, 1999. 180 p.
3. Pravdolyubova S.S., Egorova V.A., Zubkova A.O., Sidorova A.D. Street art in the urban environment of Ryazan / S.S. Pravdolyubova, V.A. Egorova, A.O. Zubkova, A.D. Sidorova // *Vestnik MGSU*. – 2024. – Vol. 19, No. 1. – Pp. 45–53. – DOI 10.22227/1997-0935.2024.1.45-53.
4. Konstantinova M.A. Graffiti and Street Art: from Art Practice to Social Action / M.A. Konstantinova // *Philosophy and the Humanities in the Information Society*. – 2021. – № 2(32). – Pp. 94-107.
5. Bingxian, U. Public art as a socio-cultural phenomenon of the urban artistic environment /

W. Bingxian // Culture and Art. – 2023. – No. 6. – pp. 1-15. – DOI 10.7256/2454-0625.2023.6.40810.

6 Gridnev V.A. Mural art as a way of communication in modern culture / V.A. Gridnev // Philosophy and Humanities in the Information Society. – 2020. – No. 2(28). – Pp. 56–66.

7. Goncharova N.G. Street art in the contemporary urban environment: a new form of monumental painting / N.G. Goncharova // Academic Bulletin of UralNIIProekt RAASN. – 2021. – № 1(48). – Pp. 64-69. – DOI 10.25628/UNIIP.2021.48.1.011.

8. Vilchinskaya-Butenko M.E. Visualization modes of urban art: street art vs public art / M.E. Vilchinskaya-Butenko // Bulletin of Tomsk State University. Cultural Studies and Art History. – 2022. – No. 47. – Pp. 18-34. – DOI 10.17223/22220836/47/2.

9. Maevskaya M.E. Street Art as a Way of Self-Identification of Urban Space / M.E. Maevskaya // Modern Architecture of the World. – 2024. – No. 2(23). – Pp. 277–295. – DOI 10.25995/NIITIAG.2024.23.2.014.

10. Yazykov D.S. Changes in the urban environment: the contribution of street art to urban planning / D.S. Yazykov // Current Research. – 2024. – No. 9-1(191). – Pp. 61–73. – DOI 10.5281/zenodo.10710274.

11. Sholomova T.V., Andreychik E.O. Street art and the problem of its institutionalization / T.V. Sholomova, E.O. Andreychik // University Scientific Journal. – 2021. – No. 61. – pp. 33-39. – DOI 10.25807/22225064_2021_61_33.

12. Schwindt U.S. Aesthetic and problematic orientation of street art in Russia perception of the urban population (on the example of Yekaterinburg) / U.S. Schwindt // Koinon. – 2021. – Vol. 2, No. 1. – pp. 100-115. – DOI 10.15826/koinon.2021.02.1.005.

Author`s information

Zhdanova Angelina Eduardovna - Junior Researcher, Vologda Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. E-mail: angelinazhdanova99@mail.ru