

## Вуличне мистецтво у міському просторі: розміщення та сприйняття у містах України

*Наталія Іванівна Провотар<sup>1</sup>,*

к. геогр. н., доцент кафедри економічної та соціальної географії,

<sup>1</sup>Київський національний університет імені Тараса Шевченка,

вул. Володимирська 64/13, м. Київ, 01601, Україна,

e-mail: [provotarnat@ukr.net](mailto:provotarnat@ukr.net), <https://orcid.org/0000-0003-2211-6509>;

*Юлія Анатоліївна Олішевська<sup>1</sup>,*

к. геогр. н., доцент кафедри географії України,

e-mail: [jlia\\_29@ukr.net](mailto:jlia_29@ukr.net), <https://orcid.org/0000-0002-3132-1363>;

*Костянтин Володимирович Мезенцев<sup>1</sup>,*

д. геогр. н., професор, завідувач кафедри економічної та соціальної географії,

e-mail: [mezentsev@knu.ua](mailto:mezentsev@knu.ua), <https://orcid.org/0000-0003-1974-7860>;

*Катерина Олександрівна Кравченко<sup>2</sup>,*

к. геогр. н., доцент кафедри соціально-економічної географії та регіоназнавства,

<sup>2</sup>Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,

площа Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна,

e-mail: [kateryna.kravchenko@karazin.ua](mailto:kateryna.kravchenko@karazin.ua), <https://orcid.org/0000-0003-4654-3185>

У статті поглиблено розуміння місця вуличного мистецтва у міському просторі. Метою дослідження є аналіз тематичного спрямування, зумовленості, розміщення та сприйняття мешканцями об'єктів вуличного мистецтва у містах України. На основі аналізу попередніх досліджень узагальнено види та форми стріт арту, його місце у міському просторі. Дослідження ґрунтується на аналізі повідомлень у засобах масової інформації щодо об'єктів вуличного мистецтва, результатах глибинних напівструктурованих інтерв'ю мешканців Києва, а також спостережень авторів на вулицях кількох міст України.

Аналіз об'єктів вуличного мистецтва в Україні показав, що в цілому спостерігаються тенденції до децентралізації їх розміщення у міському просторі та регіоналізації. Бачення мешканців свідчить про їх вимогу щодо відповідності нових об'єктів стріт арту соціокультурному середовищу, доречності розміщення, «вбудованості» у міський простір. Виявлено, що важливими рушіями активізації вуличного мистецтва в Україні є міські арт-фестивалі, мега-події, соціально-політичні події та соціальні проблеми, ініціативи забудовників, а також програми бюджету участі.

Аналіз ставлення до тематичної спрямованості стріт арту показав, що пріоритетними для мешканців Києва є теми природи, зображення видатних осіб з незаплямованою репутацією, представників найважливіших професій, національна, патріотична та соціальна тематика, яка спонукає до роздумів, а також тексти відомих віршів та цитати. Негативним є відношення до політичної тематики, що супроводжується різними закличками. Підтверджено, що більш важливим вбачається локальний контекст об'єктів стріт арту. Показано, що при загалом позитивному сприйнятті вуличного мистецтва мешканці міст зацікавлені у необхідності контролю та регулювання розміщення нових об'єктів з урахуванням вимог партисипативності.

**Ключові слова:** місто, міський простір, вуличне мистецтво / стріт арт, мурал, публічний простір, розміщення, сприйняття, Україна.

**Як цитувати:** Провотар Н. І. Вуличне мистецтво у міському просторі: розміщення та сприйняття у містах України / Н. І. Провотар, Ю. А. Олішевська, К. В. Мезенцев, К. О. Кравченко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, серія «Геологія. Географія. Екологія», 2021. – Вип. 55. – С. 216-231. <https://doi.org/10.26565/2410-7360-2021-55-16>

**In cites:** Provotar N. I., Olishvska Yu. A., Mezentsev K. V., Kravchenko K. O. (2021). Street art in urban space: location and perception in Ukrainian cities. *Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University, series "Geology. Geography. Ecology"*, (55), 216-231. <https://doi.org/10.26565/2410-7360-2021-55-16> [in Ukrainian]

**Постановка проблеми.** Велике місто – це поле тестування новітніх управлінських схем та проєктів розвитку, тобто певна «лабораторія», де відбуваються та «апробуються» політичні, соціальні, економічні та культурні перетворення [1]. Відповідно, пошук шляхів модернізації міського простору, його естетизації та підвищення комфортності проживання й покращення візуального сприйняття є актуальним завданням. Нагальною потребою сьогодення є облаштування міст таким чином, щоб забезпечити потреби містян, комфортність їх перебування у міському просторі та

посилити соціальні функції міст [2].

Розвиток міста виражається не тільки у фізичних змінах простору, але й через продукування та зміну символів і образів, асоціацій і наративів. Нині зміни відбуваються швидкими темпами внаслідок процесів глобалізації та інформатизації, які зумовили розвиток мультикультуралізму, що проникає у міський простір перш за все через міграції населення та розвиток засобів комунікації, зокрема мережі Інтернет. Одним із проявів трансформації соціокультурного простору міст є розвиток вуличного мистецтва (стріт

арту – street art), яке як мистецька практика має тривалу історію, але увагу наукової спільноти отримало лише у другій половині ХХ ст.

Вуличне мистецтво може по-різному сприйматися і трактуватися різними стейкхолдерами та фахівцями – містопланувальниками, міською владою, урбаністами, мешканцями міст. Водночас законодавчо врегульовані норми та акти, які регламентують питання стріт арту або передбачають виділення певних територій для створення муралів чи графіті, відрізняються за країнами. Так, наприклад, в Іспанії, де публічні простори належать державі, графіті розглядають здебільшого як реакцію на соціальні негаразди та маргіналізацію певних прошарків населення, а у окремих випадках – як вандалізм. Натомість у Швеції для вуличного мистецтва виділяються спеціальні локації [28, 42].

Трансформація міст від індустріальних до постіндустріальних супроводжується розвитком креативного класу [3], який здатний продукувати нові творчі ідеї, нові послуги, технології облаштування публічних просторів тощо. І з розвитком креативних міст графіті та стріт арт переоцінюються як креативні практики, а одна з ключових ознак креативних міст – толерантність – стимулює поширення вуличного мистецтва, виникнення феномену «законних стін» («legal walls») для графіті та стріт арту, цілих мистецьких вулиць та артшляхів [4, 5].

Вуличне мистецтво впливає на сприйняття мешканцями вже сформованих раніше образів міст та окремих районів, акцентуючи увагу на важливих соціальних питаннях [6, 7]. Розвиток стріт арту викликав дискусію стосовно його бачення ключовими акторами: якщо автори об'єктів вуличного мистецтва зазвичай розглядають міський простір з точки зору донесення своїх вимог, свого бачення актуальних проблем сьогодення та викликів, які стоять перед суспільством, то містопланувальники, представники муніципалітетів (особливо департаментів з благоустрою території) швидше розглядають об'єкти вуличного мистецтва як вандалізм. Муніципалітети часто розділяють графіті та стріт арт і вибудовують відповідно стратегії менеджменту вуличного мистецтва, заохочуючи стріт арт як засіб активізації міського простору та криміналізуючи графіті [4].

У наукових розробках українських дослідників здебільшого розглядаються окремі аспекти розвитку стріт арту з позицій мистецтвознавства та культурології [8, 9, 10]. В останнє десятиліття значно зросла увага географічної наукової спільноти до змін міського простору. Зокрема, у монографії «Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін» (2017) охарактеризовано образи

окремих міст та сучасні трансформації їх публічних просторів [11]. Йдеться про те, що публічні простори українських міст комерціалізуються у контексті відновлення, реставрації, ревіталізації, розвитку туризму, відповіді на сучасні потреби та вподобання міських жителів, для них характерні «б'ютифікація» та «європеїзація» [11, 12]. А вуличне мистецтво, зокрема створення муралів (стінописів), привносить естетичний ефект у сприйняття одноманітної забудови. Так, яскравим проявом модернізації житлових масивів 1960-х років у Києві стало створення муралів задля оновлення фасадів та стін будинків [13]. Таке «образне перефарбовування» або використання «барвистої обшивки» надає житловим будинкам і кварталам нової та індивідуальної ідентичності [14].

В окремих географічних дослідженнях твори стріт арту розглядають як один із засобів оновлення міського простору, роблячи акцент на використанні вуличного мистецтва як ресурсу для розвитку туризму за рахунок поєднання зелених зон та творів стріт арту [15], розвитку мистецтва муралів (мурал арту – mural art) для організації пізнавальних екскурсій у містах [16, 17].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** При значній кількості досліджень вуличного мистецтва, які висвітлюють різні аспекти даної проблеми, недостатньо розкритими залишаються питання оновлення публічних просторів міст засобами вуличного мистецтва з точки зору його тематики, мотивації, розміщення та регулювання на засадах партисипативного міського планування. Це є важливим напрямом досліджень на перетині географії, соціології та культурології і визначає зміну орієнтації на дослідження місць виробництва та споживання мистецтва, його зв'язок з конкретним місцем [18], оскільки саме через стріт арт можна прослідкувати зв'язок між людьми та місцями, де вони живуть [19].

**Мета дослідження.** Враховуючи вищезазначене, метою даного дослідження є аналіз тематичного спрямування, зумовленості, розміщення та сприйняття мешканцями об'єктів вуличного мистецтва у містах України. Відповідно, дослідницькі завдання включають: 1) аналіз тематики та розміщення об'єктів вуличного мистецтва у містах, стимулів їх поширення; 2) аналіз сприйняття об'єктів стріт арту жителями міста; 3) з'ясування, що думають містяни про вплив вуличного мистецтва на соціокультурний простір міста та шляхи його поширення з точки зору врахування інтересів міської громади і місцевої влади.

Інформаційною основою дослідження об'єктів вуличного мистецтва у містах України є повідомлення у засобах масової інформації, резуль-

тати інтерв'ювання мешканців, а також спостереження авторів на вулицях міст. Було проведено 12 напівструктурованих глибинних інтерв'ю з мешканцями Києва у квітні-травні 2021 року, які передбачали окремі блоки питань щодо сприйняття об'єктів стріт арту, їх тематики, розміщення та необхідності контролю і регулювання їх створення та поширення. Віковий діапазон респондентів коливається від 20 до 71 року, а місце проживання – від багатоквартирного будинку до приватної садиби у районах старої та нової забудови міста між центральною його частиною та окраїнами. Спостереження на вулицях проводилися авторами протягом 2017-2021 років у містах Київ, Дніпро, Харків, Одеса, Полтава, Кам'янець-Подільський, Краматорськ.

### **Результати дослідження.**

#### ***Місце стріт арту в міському просторі.***

Вуличне мистецтво стало «глобальною сенсацією» з кінця 1990-х років, а скорочення публічних просторів у містах, їх надмірна комерціалізація стимулюють його дальше поширення [20]. Якщо стріт арт додає цінність місцю і сприяє згуртованості громади, він формує символічний капітал та є певною мірою виміром брендингу місця [21]. Об'єкти вуличного мистецтва є частиною символічного простору міста, тобто простору об'єктів соціального світу, що мають соціокультурне значення, насичені соціокультурним сенсом – як матеріальних предметів (будинків, споруд, парків тощо), так і людей, засобів комунікації, соціальних відносин між членами громади [22]. Вони є символічним відображенням настроїв суспільства, актуальних соціальних проблем.

Вуличне мистецтво розглядають як нову міську норму, що здатна «нормалізувати» не тільки міський простір, зробити його більш привабливим, але й водночас «нормалізувати» мистецтво [23]. Важливим є його значення у створенні «справедливого міста», забезпеченні демократії та різноманітності, залученні громадськості до прийняття рішень, реалізації проєктів регенерації міст, колишніх індустріальних територій (brown-fields and greyfields) [7, 24, 25], поліпшенні візуальної якості окремих районів і міста в цілому [26], формуванні його позитивного іміджу, створенні нових просторових орієнтирів (нових маршрутів, практик та норм взаємодії із простором міста) та нових маркерів-символів, що забезпечують «символічне забарвлення простору» [27], формування ідентичності мешканців. В умовах геополітичних впливів стріт арт може розглядатися як «вираз локальності» [28].

Стріт арт – це зазвичай несанкціоноване мистецтво, що «втручається у місто» [19]. Він включає теги (написання імені), стилізовані на-

писи, «поетичний штурм», трафарети, наклейки, постери, перероблені вуличні вивіски, домальовані дорожні знаки, мурали, лазерні проєкції, флешмоби, «партизанське городництво», вуличні інсталяції, мініскульптури, ярнбомбінг (вуличне в'язання) [19, 20, 29]. Вуличне мистецтво має різні форми (написи, наклейки, малюнки тощо), контент (повідомлення, наміри і т.п.), розміщення, зрозумілість, правовий статус [19]. Вуличне мистецтво розглядається як засіб активного облаштування території, місцями розміщення об'єктів якого є стіни будинків, інших будівель, зупинки транспорту, світлофори, вказівники тощо. Через нього відбувається споживання публічних просторів [30].

Стріт арт як система знаків та символів формує наративи, що відображають, інформують і конструюють ідентичності, створює «спільні наративи» між людьми, ідеями та містом. Це «вікно у міську душу» [31]. Об'єкти стріт арту розглядають як засоби спілкування різноманітних прошарків суспільства, ефективні інструменти діалогу про соціальні проблеми сьогодення та як чинники трансформації соціокультурного простору.

#### ***Сприйняття об'єктів вуличного мистецтва.***

Складність дослідження сучасного стріт арту зумовлена неоднозначним відношенням суспільства до їх створення. Його інколи ототожують з графіті, який вважають першоосновою розвитку цього виду мистецтва. Проте, на відміну від графіті, стріт арт передбачає творче використання трафаретів, наклейок, плакатів, в'язаних виробів, настінних малюнків, а головне – він передбачає публічність. Тобто, якщо графіті – це про авторів і для закритої спільноти, то стріт арт – це для громадськості [5]. Стріт арт зрозумілий перехожим і часто передає явні повідомлення, іноді з вираженим політичним характером; інформує глядача про передбачуваний сенс, використовуючи візуальні сигнали, а іноді і текст [28]. Для більшості мешканців міста графіті є візуальним «шумовим забрудненням» міста [4].

Існує традиційне уявлення, що графіті малюють представники бідних прошарків суспільства, робочого класу, меншин, а стріт арт – представники середнього класу. Хоча як свідчать дослідження, у деяких містах (наприклад, Берліні чи Будапешті) графіті також створюють представники середнього класу. Водночас між авторами графіті та стріт арту може існувати ворожнеча, що проявляється у боротьбі символів та образів, візуальним проявом якої є теги (написи) на муралах [20].

Вважається, що вуличні художники кардинально відрізняються за підходом до стріт арту

від підлітків, які здебільшого є авторами графіті [4].

Сприйняття різних об'єктів стріт арту мешканцями Києва суттєво відрізняється. Дослідження показало, що приємні відчуття виклика-

ють передусім мурали та міні-скульптури, оскільки на думку респондентів вони прикрашають місто, вносять «яскравість» до «сірості». Найпривабливішими респонденти назвали мурали «The Visionary» та «Леся Українка» (рис. 1).



Рис. 1. Мурали «The Visionary» та «Леся Українка», місто Київ (фото Ю. Олішевської, 2021 рік).  
Fig. 1. Murals "The Visionary" and "Lesya Ukrainka", Kyiv (photo by Yu. Olishevskya, 2021)

*Там гарні, теплі кольори використано, теплі почуття викликають, приємна картинка (СА 2, 44 роки, жінка).*

*Хочеться зупинитися, подумати, розглянути їх – це для мене гарно (СА 6, 54 роки, жінка).*

У той же час практично однозначно негативним є сприйняття респондентами графіті. Хоча серед науковців дискусія щодо графіті триває: одні його бачать як вандалізм, інші – як мистецтво (art) [5]. Графіті – це «бунтарський вандалізм», вихід для творчого самовираження, претензія на простір і, для деякого, спосіб утвердити свою автономію від домінуючих соціальних груп, зокрема держави [32]; поява графіті є ознакою занепаду, це кримінал, псування, хоча може вбачатися і як протест і навіть як поліпшення [4, 33].

У контексті долучення до даної дискусії варто виділити основні аргументи щодо негативного сприйняття графіті, які були названі респондентами: це не є мистецтвом; це не естетично; це маркер занедбаності та занепаду; це «брудно»; це самовираження однієї особи, яке нецікаве та незрозуміле іншим.

*Мені складно вважати графіті мистецтвом. З моєї точки зору, це більше схоже саме на вандалізм. Від того виникало лише почуття неохайності, бруду, занедбаності (СА 11, 22 роки, чоловік).*

*Графіті, різні надписи – до них я негативно ставлюся. Вони якраз забруднюють простір (СА 12, 61 рік, чоловік).*

*Графіті у Києві не подобаються, тому що одна людина самовиражається у тих місцях, що створені не для цього (СА 9, 22 роки, жінка).*

*Графіті я не розумію, не подобається. Думаю, це не наше, це щось чуже (СА 5, 64 роки, жінка).*

**Тематика міського вуличного мистецтва.**

У результаті проведених інтерв'ю ми з'ясували, що пріоритетними темами об'єктів стріт арту для мешканців Києва є природа, пейзажі, видатні особи із незаплямованою репутацією, представники найважливіших професій, національна, патріотична та соціальна тематика, яка спонукає до роздумів. Позитивно сприймаються тексти відомих віршів, цитати філософів та письменників. При цьому респонденти вва-

жають локальний контекст об'єктів стріт арту найважливішим. Негативним є їх відношення до політичної тематики, що супроводжується різними закличками.

*Патріотичні мурали – це добре. Соціальні питання виражені в муралах – це добре... Щоб мав пізнавальний характер, виховний, але не комерційний. Потрібно щоб мурали спонукали до роздумів і позитивних думок* (СА 1, 51 рік, чоловік).

*Подобається щось національне, патріотичне. Природа – це завжди гарно* (СА 4, 21 рік, жінка).

*Локальний контекст важливіший, хоча нічого не маю проти глобальних тем* (СА 11, 22 роки, чоловік).

Мурал «Материнство» в Києві, що був створений у 2020 році на стіні будинку у житловому комплексі «Лебединий» (рис. 2) і є найвищим в Україні (78 м), викликав у респондентів різні почуття: від захоплення до критики. Це пов'язано з тим, що респонденти вважають, що важливим аспектом тематики муралів має бути відсутність дискримінації за релігійною, національною, гендерною, віковою ознаками. Вони не повинні когось ображати чи наштотувати на думки про власну нікчемність.

*Не сподобався мурал жінки із дитиною. Думаю, він недоречний. Добре якщо у вас є діти, але якщо в когось немає і не може бути, хтось не хоче, а у когось немає мами... Потрібно щось нейтральне, щоб нікого не образити* (СА 7, 20 років, жінка).

Важливою темою муралів в Україні є актуа-



Рис. 2. Мурал «Материнство», місто Київ (фото Ю. Олішевської, 2020 рік).  
Fig. 2. Mural "Motherhood", Kyiv (photo by Yu. Olishevskaya, 2020)

льні екологічні проблеми. Така тематика представлена, зокрема, у Києві (муралі «Зникаючий кашалот», «Рись Закарпаття»), Одесі («Останній тюлень», «Птах – шилоклювка»), у Харкові (найбільший за площею мурал-триптих «Кити»). У 2020 році комунальними службами міста Харкова було виконано підсвічування муралу «Кити» у вечірній час, що посилює його привабливість, сприяло підвищенню безпеки перебування на вулиці у нічний час та покращило загальне сприйняття району.

Важливість знання у житті суспільства вдало підкреслена муралами на стінах закладів вищої освіти у Києві. Зокрема, це мурал «Життя без науки – смерть», що створений на стіні одного з корпусів Національного університету «Києво-Могилянська академія» та «The Impact of

Discovery» на будівлі Центру культури та мистецтв Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (для порівняння пропонуємо вигляд будівлі до створення муралу (рис. 3а) та сучасний вигляд із муралом (рис. 3б)).

Об'єктами стріт арту через художнє втілення певної ідеї у естетично привабливі зображення автори зазвичай намагаються привернути увагу та донести соціально важливі проблеми. Тому все частіше вплив стріт арту порівнюють із соціальним викликом, «соціальною зброєю», призначенням якої є зміна свідомості та заклик до рішучих змін у суспільстві [6, 9, 34, 35] (рис. 4).

**Мотивація створення об'єктів вуличного мистецтва.**

Об'єкти стріт арту створюють для відновле-

ння та «б'ютифікації» публічних просторів, інколи – у рамках програм регенерації занепадаючих територій. Така практика особливо поширена у містах, де вартість нерухомості та орендної плати за житло тісно пов'язана зі станом навко-

лишніх публічних просторів. Також за допомогою об'єктів вуличного мистецтва намагаються приховати певні недоліки будівлі та оновити старі стіни, щоб покращити сприйняття житлового кварталу чи мікрорайону. Подекуди, твори вули-

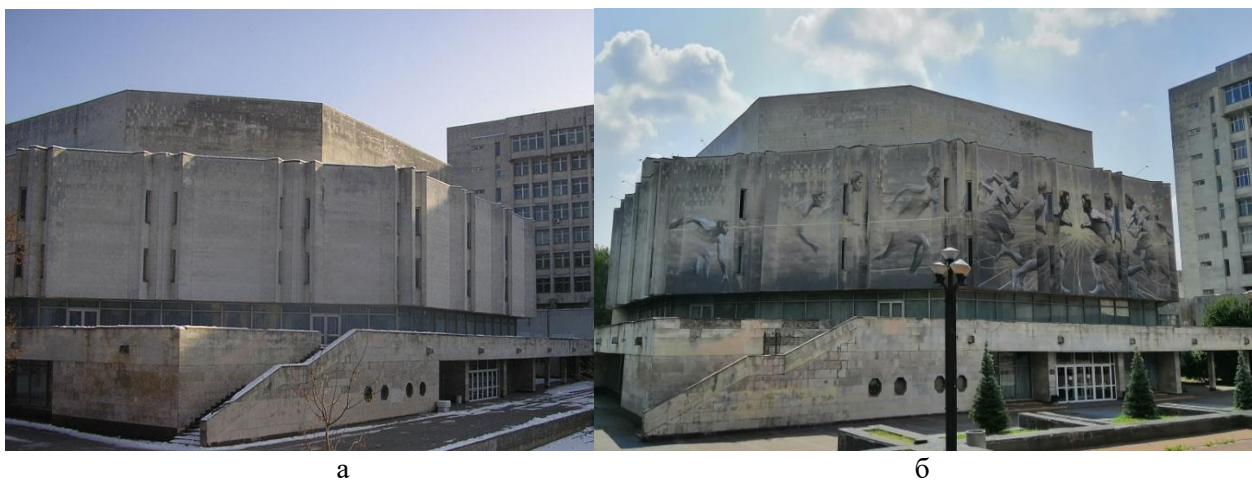


Рис. 3. Будівля Центру культури та мистецтв НТУУ «КПІ» до створення муралу (а) та з муралом (б), місто Київ (а – фото з сайту <https://kpi.ua/hall>, б – фото Ю. Олішевської, 2020 рік).

Fig. 3. The building of the Center of Culture and Arts of NTUU "KPI" before the creation of the mural (a) and with the mural (b), Kyiv (a - photo from the site <https://kpi.ua/hall>, b - photo by Yu. Olishevskaya, 2020)

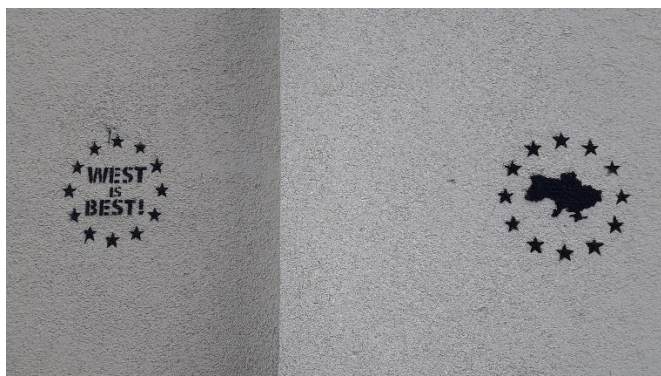


Рис. 4. Трафарети на стіні, зокрема з написом «West is best!» («Захід найкращий!»), місто Кам'янець-Подільський (фото Н. Провотар, 2021 рік).

Fig. 4. Stencils on the wall with the inscription "West is best!", Kamianets-Podilskyi (photo by N. Provotar, 2021)

чного мистецтва не лише покращують сприйняття публічних просторів міст, але й певною мірою виступають туристичними атракціями. Я наслідок, у містах з'являються «ландшафти креативних стін», які стають новими туристичними атракціями, а надалі можуть стати й об'єктами культурної спадщини міст [36].

У містах України також мають місце позитивні зміни у сприйнятті образів міст внаслідок покращення непривабливого вигляду будівель за рахунок створення муралів, особливо у поєднанні із вдалим ландшафтним дизайном прилеглої території та використанням підсвічування. Яскраві роботи з привабливими зображеннями формують позитивне сприйняття міського простору. Прикладами його естетизації засобами стріт арту є,

наприклад, роботи «Водоспади», створені на стінах сусідніх будинків по вулиці Златоустівська у місті Києві (рис. 5).

Одним із найпоширеніших заходів для створення об'єктів вуличного мистецтва є арт-фестивалі. Перший арт-фестиваль «СтрітАрт-Фест» відбувся в Україні у 2009 році у Харкові і мав 32 учасники, що створили близько 40 об'єктів стріт арту, в тому числі шість муралів («Шахтар», «Ми перші», «Цирк», «Космічна їжа», «Солдат» та «Жовта риба»). Наступна активізація муралізму у містах України відбулася напередодні чемпіонату з футболу Євро-2012. Так, наприклад, під час арт-фестивалю «Muralissimo» (2010-2011 рр.) у Києві було створено сім муралів.

У 2013 році в межах проекту «Гордість Харкова» було створено серію муралів відомих харків'ян у стилі портрет: «Юрій Гагарін», «Леонід Биков», «Лев Ландау», «Людмила Гурченко»,

«Петро Набойченко», два стінописи «Клавдії Шульженко», «Льотчиця Гризодубова». В Одесі у 2014 році в межах проекту «Geneva Art Wall» було створено мурал «Стіна видатних одеських



а



б

Рис. 5. Естетизація міського простору засобами стріт арту: мурали «Водоспади» (а) та графіті (б) на будинках, що знаходиться неподалік та мають схожі характеристики (однакова поверховість, період побудови, наявність глухих стін без вікон), місто Київ (фото Ю. Олішевської, 2020 рік).

Fig. 5. Aesthetics of urban space by means of the street art: murals "Waterfalls" (a) and graffiti (b) on houses nearby which have similar characteristics (same number of storeys, period of construction, the presence of blank walls without windows), Kyiv (photo by Yu. Olishevskaya, 2020)

персонажів».

Найбільша кількість арт-фестивалів відбувається у Києві, Харкові та Одесі. Так, у 2015 році в рамках арт проектів «City Art» та «Dynamic Urban Culture Kyiv» у Києві було створено 23 мурали, у 2016-2017 рр. у рамках фестивалів «Mural Social Club» та «Art United Us» створили кілька десятків муралів у віддалених районах Києва. У 2016-2017 рр. в Одесі відбувся арт фестиваль «Odessa Street Art Festival», а також було реалізовано арт проекти «Animalbws» і «Odessarium». У 2017 році у Дніпрі вперше відбувся арт фестиваль «Mural Fest Dnipro», в рамках якого було створено десять муралів. У 2018 році у Києві в рамках арт-проекту Національної єдності «MoreThanUs» було створено вісім тематичних муралів. У 2019 році у Харкові відбувся IV Міжнародний фестиваль вуличного мистецтва «Харків SmART Fest», в межах якого створили чотири мурали.

Динаміку кількості створених під час арт-фестивалів муралів у окремих містах України наведено на рис. 6.

Розподіл загальної кількості муралів, створених впродовж 2009-2020 рр. під час та поза межами арт-фестивалів представлений на рис. 7.

Доволі поширеною практикою в Україні є створення об'єктів стріт арту на замовлення забудовників на стінах будинків нових житлових комплексів. Прикладом цього є мурали житлового комплексу «Artville» в Одесі чи «Family Park» у Полтаві (рис. 8).

Значно активізувалося створення муралів у процесі підготовки та напередодні проведення Чемпіонату по футболу Євро-2012, що можна пояснити прагненням містян показати, що їх місто чи мікрорайон «у тренді» загальносвітових тенденцій поширення вуличного мистецтва, з одного боку, та мовчазною згодою чи навіть підтримкою з боку місцевої влади задля поліпшення іміджу окремих будівель чи районів, з іншого.

Потужним поштовхом для муралізму в Україні стали події 2014 року, коли в різних містах почали створювати мурали поза будь-якими проектами та фестивалями. Основною темою цих робіт було протистояння агресії Російської Фе-

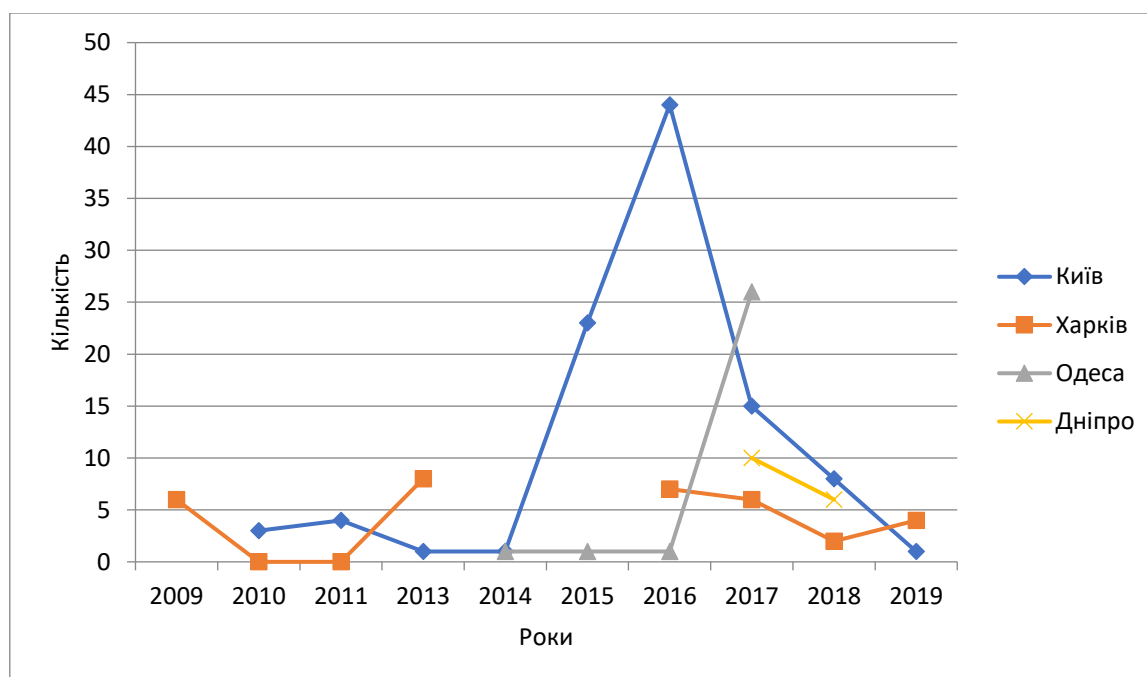


Рис. 6. Мурали створені у найбільших містах України під час арт-фестивалів  
 Джерело: ART Odessa. Інтерактивна карта: [https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1HWA9Wr9R\\_ZCnf-41cqiFpquj-47-93o7&ll=46.4727618327276%2C30.740818831538476&z=17](https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1HWA9Wr9R_ZCnf-41cqiFpquj-47-93o7&ll=46.4727618327276%2C30.740818831538476&z=17); Карта муралов Харькова: <https://mural.kh.ua/mural-map/>; Мурали Києва. Інтерактивна карта: <https://kyivmural.com/uk/index>

Fig. 6. The murals, which were created during art festivals in the biggest cities of Ukraine

Source: ART Odessa. Interactive map: [https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1HWA9Wr9R\\_ZCnf-41cqiFpquj-47-93o7&ll=46.4727618327276%2C30.740818831538476&z=17](https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1HWA9Wr9R_ZCnf-41cqiFpquj-47-93o7&ll=46.4727618327276%2C30.740818831538476&z=17); Mural map of Kharkiv: <https://mural.kh.ua/mural-map/>; The murals of Kyiv. Interactive map: <https://kyivmural.com/uk/index>

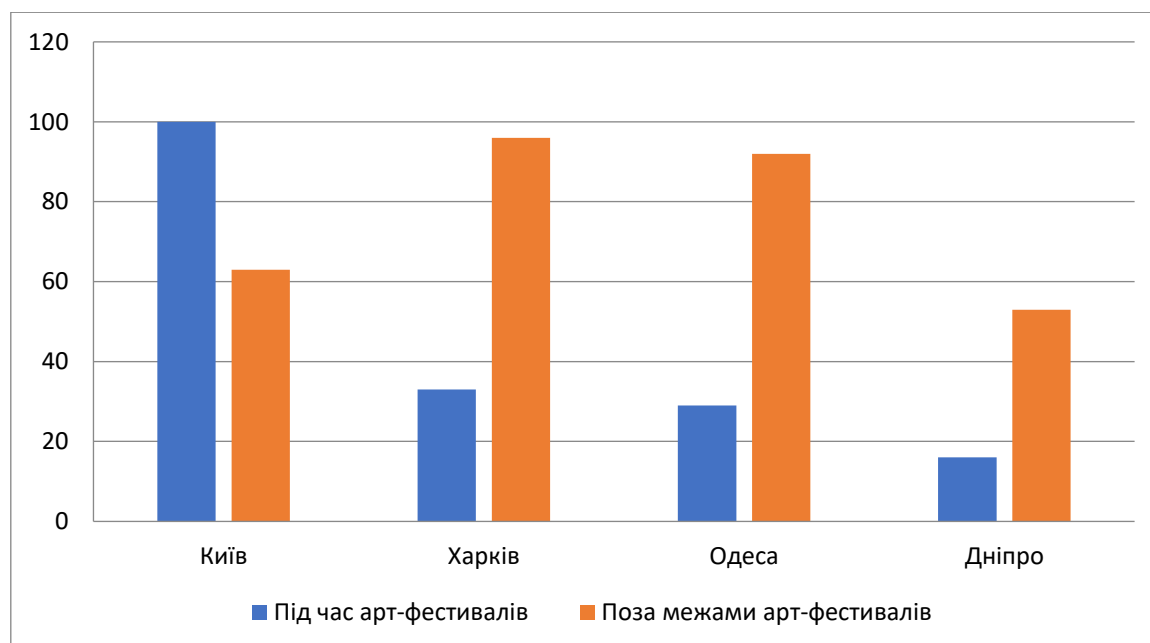


Рис. 7. Розподіл кількості муралів, створених під час та поза межами арт-фестивалів у найбільших містах України у 2009-2020 рр.

Fig. 7. Distribution of the number of murals created during and outside art festivals in the biggest cities of Ukraine in 2009-2020





Рис. 8. Об'єкти стріт арту у новозбудованому житловому комплексі, місто Полтава (фото Н. Провотар, 2020 рік).

Fig. 8. Street art objects in a newly built residential complex, Poltava (photo by N. Provotar, 2020)



Рис. 9. Мурал «Дівчина-преселенка», місто Дніпро (фото Н. Провотар, 2020 рік).

Fig 9. Mural "Migrant Girl", Dnipro city (photo by N. Provotar, 2020)

дерації та патріотична символіка. Тема вимушених переселенців знайшла своє відображення у Дніпрі на муралі «Дівчина-переселенка», який містить напис «Дім – це не там, де ти живеш, а там, де тебе розуміють» (рис. 9).

У 2020 році тема коронавірусу не залишила без уваги митців стріт арту. Зокрема, на Набережній Дніпра у Києві було створено мурал із зображенням лева у захисній масці.

#### **Розміщення об'єктів вуличного мистецтва**

Щодо місць розміщення об'єктів стріт арту, то респондентами було висловлено кілька думок. По-перше, вони можуть бути в будь-якому районі міста, але важливими є їх соціокультурна відповідність середовищу, доречність розміщення, «вбудованість» у міський простір [27]:

*Мистецтву всюди є місце, головне – гармонія* (СА 11, 22 роки, чоловік).

*Важливо щоб вони вписувалися у навколишній простір* (СА 5, 64 роки, жінка).

По-друге, респонденти вважають, що муралі можуть бути розміщені як рівномірно по місту, щоб урізноманітнити його, так і лише в промислових зонах чи спальних районах, де сконцентровані старі недоглянуті будівлі. Невдале планування окремих мікрорайонів міста, особливості житлової та промислової забудови можуть негативно впливати на образ міста, рівень психоемоційного задоволення містян від його окремих кварталів, а також на візуальне сприйняття мікрорайонів, наприклад, більшості спальних районів з одноманітною забудовою.

По-третє, на думку респондентів, об'єкти стріт арту недоречні на історичних будівлях чи архітектурних пам'ятках центральної частини

міста, де власне потрібно «дивитися на архітектуру». Навіть висловлювалась думка, що на таких будівлях стріт арт має бути забороненим.

*Головне щоб було враховано, де саме знаходиться мурал, щоб він не був на історичних будівлях* (СА 3, 43 роки, жінка).

Респонденти, які проживають у новозбудованих житлових комплексах, переважно не хотіли б, щоб на їх будинках були об'єкти стріт арту. Ті, хто мешкають в будинках старої забудови, допускають можливість появи муралів на стінах, але однозначно проти графіті, трафаретів та наклейок.

*Я живу в новому житловому комплексі, який витримує свій стиль, і стріт арт був би просто не до місця* (СА 11, 22 роки, чоловік).

У процесі дослідження ми виявили, що в українських містах поширена практика залучення засобів стріт арту для естетичного поліпшення міського простору, а муралі створюють не лише на стінах житлових будинків, навчальних закладів, у промислових зонах, на трансформаторних будках, високих парканах, підпірних стінках набережних, але й на стінах відомчих установ. Вдалими прикладами є створення муралів, які прямо чи опосередковано підкреслюють значення певних установ. До таких стінописів, де посилено не лише функціональне призначення будівлі, але й загальне сприйняття прилеглої території, належить мурал «Rise up in the dirt», створений на будівлі поліції Печерського району міста Києва у 2017 році (рис. 10). На муралі символічно відображено, як можна «піднятися із бруду» за умов, коли представники влади є людьми та відкритими.



Рис. 10. Мурал «Rise up in the dirt», місто Київ (фото Ю. Олішевської, 2020 рік).

Fig. 10. Mural "Rise up in the dirt", Kyiv (photo by Yu. Olishevskaya, 2020)

**Регулювання процесу створення об'єктів вуличного мистецтва.**

Можна вести мову про різні аспекти зв'язку між естетичним та політичним впливами вуличного мистецтва [20]: стріт арт може розглядатися як мистецький засіб протесту проти комерціалізації, протидії рекламі та консьюмеризму, захисту публічних просторів; стріт арт може бути спрямований на демократизацію, що зокрема дозволяє показати мистецькі твори, які б не побачили люди, які не цікавляться мистецтвом (дешева некомерційна форма мистецтва); стріт арт зазвичай сфокусований на локальних проблемах та місцевій політиці; стріт арт може мати глобальний характер, але зі спробами додати місцевої специфіки.

Щодо українських міст, то нерівномірність розподілу та доступності публічних просторів висуває на перший план необхідність врахування та подолання цього в процесі міського планування. При цьому воно має враховувати інтереси громади, бути партисипативним, не обмежуватися лише формальними кількісними показниками забезпеченості та доступності [37]. Для запобігання самовільному розміщенню чи протестам місцевих мешканців щодо нових об'єктів вуличного мистецтва необхідним інструментом досягнення компромісу є громадські обговорення проєктів їх створення, а самі об'єкти стають проявами постійних переговорних процесів, які сприяють формуванню «справедливого міста» [11, 24, 38].

Однозначною є думка респондентів про необхідність контролю та регулювання вуличного

мистецтва. Переважно вони зазначають, що це має належати до функцій департаменту з благоустрою території міста, а власне прийняття рішення про створення об'єктів вуличного мистецтва, насамперед, муралів чи міні-скульптур повинне бути узгодженим із місцевою громадою шляхом опитування мешканців щодо тематики і локації та голосування за створення того чи іншого об'єкту.

*Громади мають вирішувати де і які саме мурали чи інші об'єкти мають бути. Від людей має бути ініціатива* (СА 8, 46 років, чоловік).

Важливою є і думка респондентів про те, що об'єкти стріт арту повинні створювати професіонали. За такої умови вони будуть естетичні та змістовні:

*Якщо є запит громадськості, то можна обрати роботу за опитуванням чи дати волю митцям в межах конкурсу* (СА 11, 22 роки, чоловік).

З метою поліпшення іміджу міста та приваблення туристів, міська влада може створювати умови для розвитку стріт арту, але контролюваного. Але, як наслідок, це може зумовлювати «туристифікацію міського мистецтва» (urban art touristification) [39].

Новим інструментом партисипації, що сприяв появі об'єктів стріт арту у містах України, стали програми бюджету участі. У таблиці 1 наведено окремі проєкти стріт арту, які були подані на конкурс та реалізовані або успішно пройшли відбір для реалізації в рамках цієї програми у Києві, Харкові та Дніпрі.

Таблиця 1

Проєкти стріт арту, які були подані на конкурс для реалізації через бюджет участі

Місто	Рік	Назва проєкту
Харків	2018	Мурал супергероїв Marwel на вул. академіка Павлова
	2019	Мурал-триптих «Синій кит» на проспекті Людвіга Свободи, мурал «Вишиванка» на вул. Миру, мурал «Обереги Харкова» у провулках Троїцький та Воробйова, мурал «Дівчина в пісках» на вул. Воробйова, мурал «Старий і море» на вул. Маяковського
	2020	Доповнена реальність у міському просторі
Київ	2018	Мурал на прибудинковому тепlopункті на вул. Панаса Мирного
	2021	Мурал на трансформаторній підстанції на вул. Героїв Сталінграду
Дніпро	2019	Бронзові міні-скульптури «Відчуй Дніпро»
	2021	Місто графіті

*Джерело:* складено авторами за даними офіційних сайтів програми «Бюджет участі» у містах Київ, Харків, Дніпро.

Так, у рамках програми «Бюджет участі» у Харкові було створено серію міні-муралів у вигляді десяти марок з рідкісними рослинами та десяти міні-муралів «Зникаючі птахи Харківської області». У 2020 році завдяки програмі «Бюджету участі» у місті було створено мурал «Ус-

пінний Харків» та масштабний мурал (площею 120 м<sup>2</sup>) із зображенням відомих споруд Харкова.

**Висновки.** Проведене дослідження дозволило поглибити розуміння місця вуличного мистецтва у міському просторі. Виявлено особливості тематичного спрямування, зумовленості, роз-

міщення та сприйняття мешканцями об'єктів вуличного мистецтва у містах України.

Аналіз об'єктів стріт арту показав, що в цілому спостерігаються тенденції до децентралізації їх розміщення у міському просторі та регіоналізації вуличного мистецтва, що співзвучне з висновками [36]. Тобто відбувається поширення об'єктів стріт арту від центру міст до периферії (хоча, зрозуміло, що графіті традиційно характеризуються вищою концентрацією на міських окраїнах), а поряд зі столичним містом та головними регіональними центрами об'єкти стріт арту стають звичними елементами міського простору інших міст.

Головним спонукальним мотивом створення нових об'єктів вуличного мистецтва є співпадіння інтересів місцевих громад та місцевої влади щодо покращення і оновлення міського простору та окремих будівель і територій. Більше того, ці процеси знайшли відгук і у забудовників, які активно використовують об'єкти вуличного мистецтва для підвищення атрактивності нових житлових комплексів. Проте, зрозуміло, що методи реалізації, тематична спрямованість та місце розташування можуть викликати конфлікти та навіть протести з боку окремих мешканців, спільнот та представників муніципалітетів.

Важливими тригерами «сплеску» муралізації в Україні ставали міські арт-фестивалі та ме-

га-події, які певною мірою віддзеркалювали прагнення мешканців та міської влади показати, що вони в тренді «модного» оновлення публічних просторів. Поза арт-фестивалами та мегаподіями істотний вплив на створення та тематику об'єктів стріт арту мали соціально-політичні події та соціальні проблеми, пов'язані з військовою агресією Російської Федерації, окупацією та вимушеним переселенням, а в останні роки – й поширенням пандемії Covid-19. Це дає підстави вести мову про «пост-травматичну муралізацію», подібно до того, як це спостерігалось у містах, що зазнали значних пошкоджень внаслідок природних лих чи соціальних негараздів, як наприклад [40].

При загалом позитивному сприйнятті вуличного мистецтва респонденти наголошували на необхідності його контролю та регулювання. Новим інструментом партисипативного створення об'єктів вуличного мистецтва стали програми бюджету участі, які головню носять нейтральну тематичну спрямованість.

Отже, об'єкти вуличного мистецтва за порівняно короткий проміжок часу стали звичною практикою оновлення, «б'ютифікації» та «європеїзації» міського простору багатьох українських міст, а фасади та стіни будівель перетворюються на «поверхні для спілкування» [41] авторів з мешканцями міста.

#### Список використаної літератури

1. Джекобс Дж. *Смерть і життя великих американських міст* / Дж. Джекобс. – К.: CANactions, 2021. – 480 с.
2. Гел Й. *Міста для людей* / Й. Гел. – К.: Основи, 2018. – 280 с.
3. Лендри Ч. *Креативний город* / Ч. Лендри. – М.: Классика XXI века, 2006. – 399 с.
4. McAuliffe C. *Graffiti or Street Art? Negotiating the Moral Geographies of the Creative City* / C. McAuliffe // *Journal of Urban Affairs*. – 2012. – Vol. 34(2). – P. 189-206. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9906.2012.00610.x>
5. Chang T.C. *Writing on the Wall: Street Art in Graffiti-free Singapore* / T.C. Chang // *International Journal of Urban and Regional Research*. – 2019. – Vol. 43(6). – P. 1046-1063. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12653>
6. Baldini A. *An Urban Carnival on the City Walls: The Visual Representation of Financial Power in European Street Art* / A. Baldini // *Journal of Visual Culture*. – 2015. – Vol. 14(2). – P. 246-252. <https://doi.org/10.1177/1470412915592883>
7. Moldoveanu M. (2014). *Urban regeneration and more opportunities for artistic expression and cultural consumption* / M. Moldoveanu, V. Franc // *Procedia. Economics and Finance*. – 2014. – Vol. 8. P. 490-496.
8. Гаврилаш І.С. *Мурал-арт у контексті масової культури XXI століття* / І.С. Гаврилаш // *Питання культурології*. – 2018. – Вип. 34. – С. 133-142. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.34.2018.154059>
9. Гаврилаш І.С. *Муралі та графіті в сучасній Україні: особливості та відмінності* / І.С. Гаврилаш // *Культура України*. – 2018. – Вип. 62. – С. 235-244. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.062.23>
10. Гаврилюк Б. *Український мурал-арт у контексті світового мистецтва* / Б. Гаврилюк // *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. – 2018. – Вип. 37. – С. 241-254.
11. *Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін: монографія* / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. – Київ: Фенікс, 2017. – 438 с.
12. Мезенцев К.В. *Сучасні трансформації публічних просторів Києва: передумови, прояв та специфіка* / К.В. Мезенцев, Н.І. Мезенцева // *Часопис соціально-економічної географії*. – 2017. – Вип. 22(1). – С. 39-46.
13. Мезенцев К. *Київські мікрорайони соціалістичних часів: океан сірості проти веселкофікації?* / К. Мезенцев, Н. Провотор // *CANactions Magazine. MIKRORAYONS*. – 2020. – №1. – С. 94-110.
14. Turkington R. *Britain. High-rise housing as a 'doubtful guest'* / R. Turkington // *High-rise housing in Europe. Current trends and future prospects. Housing and urban policy studies*, 28. / Ed. by Turkington R., van Kempen R., Wassenberg F. – Delft University Press. – P. 147-164.
15. Masliak P.O. *Influence of street-art on the formation image and the principles of street-art geographical zones* / P.O. Masliak, O.Y. Hryniuk, K.A. Kazantseva // *Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series "Geology. Geography. Ecology"*. – 2017. – Vol. 46. – P. 106-112. <https://doi.org/10.26565/2410-7360-2017-46-15>

16. Olishevskaya Yu. (2020). Murals as the newest tourist resources: the case of Kyiv / Yu. Olishevskaya // *Journal of Geography, Geography and Geoecology*. – 2020. – Vol. 29(2). – P. 364–376. <https://doi.org/10.15421/112032>
17. Романів О.Я. Стрит-арт в туристичному просторі Житомир / Романів О.Я., Рибачок О.М., Савельєва Д.В. // *Географія та туризм*. – 2019. – Вип. 54. – С. 41-49. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.54.41-49>
18. Hawkins H. *Geography and art. An expanding field: Site, the body and practice* / H. Hawkins // *Progress in Human Geography*. – 2012. – Vol. 37(1). – P. 52–71. <https://doi.org/10.1177/0309132512442865>
19. Conklin T.R. *Street Art, Ideology, and Public Space* / T.R. Conklin. // *Dissertations and Theses*. – 2012. – Paper 761. – 332 p. <https://doi.org/10.15760/etd.761>
20. Molnár V. *Street Art and the Changing Urban Public Sphere* / V. Molnár // *Public Culture*. – 2017. – Vol. 29(2). – P. 385-414. <https://doi.org/10.1215/08992363-3749117>
21. Dovey K. *Placing graffiti: creating and contesting character in innercity Melbourne* / K. Dovey, S. Woolan, I. Woodcock // *Journal of Urban Design*. – 2012. – Vol. 17(1). – P. 21-41. <http://dx.doi.org/10.1080/13574809.2011.646248>
22. Соціологія міста: навчальний посібник. / Л. В. Малес, В. В. Середа, М. О. Соболевська, Ю. Г. Сорока та ін. – Донецьк: Ноулідж, 2010. – 464 с.
23. Guinard P. *City as a new urban norm: Between normalization of the City through art and normalization of art through the City in Montreal and Johannesburg* / P. Guinard, A. Margier // *Cities*. – 2018. – Vol. 77. – P. 13-20. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.04.018>
24. Müller A.-L. *Voices in the city. On the role of arts, artists and urban space for a just city* / Müller A.-L. // *Cities*. – 2019. – Vol. 91. – P. 49-57. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.04.004>
25. Niemets L. *Research of Brownfields and Greyfields of the City: Theory and Practice*. / L. Niemets, N. Husieva, O. Suptelo, K. Sehida, K. Kravchenko // *Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference (IBIMA)* / Ed. by Kh.S. Soliman. – Seville: International Business Information Management Association (IBIMA), 2018. – P. 409-435.
26. Omar S.S. *Bringing the New to the Old: Urban Regeneration through Public Arts* / S.S. Omar, S. Sakip, N.M. Akhir // *Procedia. Social and Behavioral Sciences*. – 2016. – Vol. 234. – P. 515–524.
27. Поднос В. (2017). Муралі – втілення символічної влади для зміни образу міста / В. Поднос, М. Грищенко, І. Вербицький, І. Тищенко // *Mistosite*. – 2017. [Електронний ресурс]. URL: <https://mistosite.org.ua/uk/articles/muraly-vi%D1%96lennya-symvol%D1%96chnovi-vlady-dlya-zmni-obrazu-m%D1%96sta>
28. Christensen M. *The reciprocal city: Performing solidarity – Mediating space through street art and graffiti* / M. Christensen, T. Thor // *International Communication Gazette*. – 2017. – Vol. 79(6-7). – P. 584-612. <https://doi.org/10.1177/1748048517727183>
29. Borghini, S. *Symbiotic Postures of Commercial Advertising and Street Art: Rhetoric for Creativity* / S. Borghini, L. Visconti, L. Anderson, J. Sherry // *Journal of Advertising*. – 2010. – Vol. 39(3). – P. 113-126. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367390308>
30. Visconti L.M. *Street Art, Sweet Art? Reclaiming the “Public” in Public Place* / L.M. Visconti, J.F. Sherry Jr., S. Borghini, L. Anderson // *Journal of Consumer Research*. – 2010. – Vol. 37. – P. 511-529. <https://doi.org/10.1086/652731>
31. Kendall D. *Street Art: A Window to a City's Soul* / D.Kendall // *Huffington Post*. – 2011. – February, 15. [Електронний документ]. URL: <http://www.huffingtonpost.com/dylan-kendall/street-arta-window-to-a-b-823592.html?ir=Los%20Angeles>
32. Kramer R. *Painting with permission: legal graffiti in New York City* / R. Kramer. *Ethnography*. – 2010. – Vol. 11(2). – P. 235-53. <https://doi.org/10.1177/1466138109339122>
33. McAuliffe C. *Art and crime (and other things besides...): conceptualising graffiti in the city* / C. McAuliffe, K. Iveson // *Geography Compass*. – 2011. – Vol. 5(3). – P. 128–143. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1749-8198.2011.00414.x>
34. Park H. *Arts-led revitalization, overtourism and community responses: Ihwa Mural Village, Seoul* / H. Park, J.F. Kovacs // *Tourism Management Perspectives*. – 2020. – Vol. 36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100729>
35. Ross J. (2017). *In search of academic legitimacy: The current state of scholarship on graffiti and street art* / J. Ross, P. Bengtson, J. Lennon, S. Phillips, J. Wilson // *The Social Science Journal*. – 2017. – Vol. 54(4). – P. 411-419. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2017.08.004>
36. Martínez-Carazo E.-M. *Creative Mural Landscapes, Building Communities and Resilience in Uruguayan Tourism* / E.-M. Martínez-Carazo, V. Santamarina-Campos, M. de-Miguel-Molina // *Sustainability*. – 2021. – Vol. 13(11), 5953. <https://doi.org/10.3390/su13115953>
37. Мезенцев К.В. Публічні простори через призму партисипативного міського планування – приклад Києва / К.В. Мезенцев, Н.І. Проватар, М.В. Пальчук // *Український географічний журнал*. – 2020. – №2. – С. 30-37. <https://doi.org/10.15407/ugz2020.02.030>
38. Bacharach S. *Street Art and Consent* / S. Bacharach // *The British Journal of Aesthetics*. – 2015. – Vol. 55(4). – P. 481-495. <https://doi.org/10.1093/aesthj/ayv030>
39. Campos R. *Urban Art touristification: The case of Lisbon* / R. Campos, Á. Sequeira // *Tourist Studies*. – 2020. – Vol. 20(2). – P. 182-202. <https://doi.org/10.1177/1468797619873108>
40. Ehrenfeucht R. *Art, public spaces, and private property along the streets of New Orleans* / R. Ehrenfeucht // *Urban Geography*. – 2014. – Vol. 35(7). – P. 965-979. <https://doi.org/10.1080/02723638.2014.945260>
41. Iveson K. *Introduction: Graffiti, street art and the city* / K. Iveson // *City*. – 2010. – Vol. 14(1). – P. 25-32. <https://doi.org/10.1080/13604811003638320>
42. Vilaseca, S. (2012). *From Graffiti to Street Art: How Urban Artists are Democratizing Spanish City Centers and Street* / S. Vilaseca // *Transitions: Journal of Franco-Iberian studies*. – Vol. 8 (1). – P. 9-34.

**Внесок авторів:** всі автори зробили рівний внесок у цю роботу

## Уличное искусство в городском пространстве: размещение и восприятия в городах Украины

*Наталья Ивановна Проватар<sup>1</sup>,*

к. геогр. н., доцент кафедры экономической и социальной географии,  
<sup>1</sup>Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,  
ул. Владимирская 64/13, г. Киев, 01601, Украина;

*Юлия Анатольевна Олишевская<sup>1</sup>,*

к. геогр. н., доцент кафедры географии Украины;

*Константин Владимирович Мезенцев<sup>1</sup>,*

д. геогр. н., профессор, заведующий кафедрой экономической и социальной географии;

*Екатерина Александровна Кравченко<sup>2</sup>,*

к. геогр. н., доцент кафедры социально-экономической географии и регионоведения,

<sup>2</sup>Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина,  
площадь Свободы, 4, г. Харьков, 61022, Украина

В статье углублено понимание места уличного искусства в городском пространстве. Целью исследования является анализ тематической направленности, обусловленности, размещения и восприятия жителями объектов уличного искусства в городах Украины. На основе анализа предыдущих исследований обобщены виды и формы стрит арта, его место в городском пространстве. Исследование основывается на анализе сообщений в средствах массовой информации об объектах уличного искусства, результатах глубинных полуструктурированных интервью жителей Киева, а также наблюдений авторов на улицах нескольких городов Украины.

Анализ объектов уличного искусства в Украине показал, что в целом наблюдаются тенденции к децентрализации их размещения в городском пространстве и регионализации. Видение жителей свидетельствует об их требовании о соответствии новых объектов стрит арта социокультурной среде, уместности размещения, «встроенности» в городское пространство. Выявлено, что важными двигателями активизации уличного искусства в Украине являются городские арт-фестивали, мега-события, социально-политические события и социальные проблемы, инициативы застройщиков, а также программы бюджета участия.

Анализ отношения к тематической направленности стрит арта показал, что приоритетными для жителей Киева являются темы природы, изображения выдающихся лиц с незапятнанной репутацией, представителей важнейших профессий, национальная, патриотическая и социальная тематика, которая побуждает к размышлениям, а также тексты известных стихов и цитаты. Негативным является отношение к политической тематике, которое сопровождается различными призывами. Подтверждено, что более важным видится локальный контекст объектов стрит арта. Показано, что при общем положительном восприятии уличного искусства жители городов заинтересованы в необходимости контроля и регулирования размещения новых объектов с учетом требований партисипативности.

**Ключевые слова:** город, городское пространство, уличное искусство / стрит-арт, мурал, публичное пространство, размещение, восприятия, Украина.

## Street art in urban space: location and perception in Ukrainian cities

*Nataliia Provotar<sup>1</sup>,*

PhD (Geography), Associate professor of Department of Economic and Social Geography,  
<sup>1</sup>Taras Shevchenko National University of Kyiv, 64/13 Volodymyrska St., Kyiv, 01601, Ukraine;

*Yuliia Olishavska<sup>1</sup>,*

PhD (Geography), Associate professor of Department of Geography of Ukraine;

*Kostyantyn Mezentsev<sup>1</sup>,*

DSc (Geography), Head of Department of Economic and Social Geography;

*Kateryna Kravchenko<sup>2</sup>,*

PhD (Geography), Associate Professor Department of Human Geography and Regional Studies,  
<sup>2</sup>V. N. Karazin Kharkiv National University, 4 Svoboda Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

### ABSTRACT

**Purpose.** The purpose of this research was to analyze the thematic orientation, drivers, location and perception by residents of street art in Ukrainian cities. Accordingly, the research questions are as follows: where and which street art pieces are located in cities? what are the main triggers of their spread in urban space? how city residents perceive street art? what dwellers think about impact of street art on socio-cultural space and should street art be regulated in cities?

**Research methods.** The study is based on an analysis of media reports on street art, the results of in-depth semi-structured interviews with Kyiv residents, and the authors' observations on the streets of several Ukrainian cities. Twelve semi-structured in-depth interviews were conducted with Kyiv residents in April-May 2021, which included blocks of questions on the perception of street art, its subject matter, location and the need to control and regulate their

creation and distribution. The authors conducted observations on the streets during 2017-2021 in the cities of Kyiv, Dnipro, Kharkiv, Odesa, Poltava, Kamyanets-Podilskyi, and Kramatorsk.

**Main findings.** Based on the previous research, the main forms of street art and their place in urban space are analyzed. The analysis of street art pieces in Ukraine showed that in general there are tendencies of decentralization of their location in the urban space and regionalization. In other words, street art is spreading from the city center to the periphery, and along with the capital city and the main regional centers, street art pieces are becoming common elements of the urban space of other cities and towns. The vision of the residents testifies to their demand for the conformity of new street art pieces to the socio-cultural environment, the appropriateness of placement, and “embeddedness” into the urban space.

It was revealed that key drivers of street art booming in Ukraine are urban art festivals, mega events, socio-political events and social troubles, developers` initiatives, as well as participatory budgeting programs. At the same time, the methods of implementation, thematic orientation and location of street art can cause conflicts and protests from individual residents, social movements, and municipalities as well.

An analysis of the attitude to the thematic orientation of street art showed that the topics of nature, images of prominent people with an unblemished reputation, representatives of the most important professions, national, patriotic and social topics that encourage reflection, as well as texts of famous poems and quotations are most welcoming for Kyiv residents. The attitude to political issues accompanied by various appeals is distinctly negative. It has been confirmed that the local context of street art objects is considered as more important. It is shown that with the generally positive perception of street art, city dwellers are interested in the need to control and regulate the location of new murals and other street art pieces taking into account the public participation principles. In a relatively short period, street art have become a common practice of renewal, "beatification" and "Europeanization" of the urban space of many Ukrainian cities.

**Scientific novelty and practical value.** The article develops the understanding of the place of street art in the urban space revealing the main peculiarities of the location, distribution and perception of street art in Ukrainian cities. The practical value of the study lies in the focus on identifying prospects for the implementation of the principles of participatory urban planning in the context of the creation of new street art pieces as a mean of improving public spaces.

**Keywords:** city, urban space, street art, mural, public space, location, perception, Ukraine.

#### References

- Jacobs, J. (2021). *The Death and Life of Great American Cities*. Kyiv, CANactions. [In Ukrainian]
- Gehl, J. (2018). *Cities for People*. Kyiv, Osnovy. [In Ukrainian]
- Landry, Ch. (2006). *The Creative City*. Moscow: Classics XXI [In Russian]
- McAuliffe, C. (2012). *Graffiti or Street Art? Negotiating the Moral Geographies of the Creative City*. *Journal of Urban Affairs*, 34(2), 189–206. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9906.2012.00610.x>
- Chang, T.C. (2019). *Writing on the Wall: Street Art in Graffiti-free Singapore*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 43(6), 1046–1063. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12653>
- Baldini, A. (2015). *An Urban Carnival on the City Walls: The Visual Representation of Financial Power in European Street Art*. *Journal of Visual Culture*, 14(2), 246–252. <https://doi.org/10.1177/1470412915592883>
- Moldoveanu, M., & Franc, V. (2014). *Urban regeneration and more opportunities for artistic expression and cultural consumption*. *Procedia. Economics and Finance*, 8, 490–496.
- Havrylash, I.S. (2018). *Mural art in the context of the mass culture of the 21st century*. *Issues in Cultural studies*, 34, 133–142. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.31866/2410-1311.34.2018.154059>
- Havrylash, I.S. (2018). *Murals and graffiti in modern Ukraine: features and differences*. *Culture of Ukraine*, 62, 235–244. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.31516/2410-5325.062.23>
- Havryliuk, B. (2018). *Ukrainian mural in terms of global art*. *Bulletin of the Lviv National Academy of Arts*, 37, 241–254. [In Ukrainian]
- Mezentsev, K., Oliinyk, Y., & Mezentseva, N. (eds.) (2017). *Urban Ukraine: in the epicenter of spatial changes*. Kyiv: Fenix. [In Ukrainian]
- Mezentsev, K., & Mezentseva, N. (2017). *Modern transformations of Kyiv public spaces: prerequisites, manifestation and specifications*. *Human Geography Journal*, 22(1), 39–46. [In Ukrainian]
- Mezentsev, K., & Provotar, N. (2020). *Kyiv's Socialist-Time Neighbourhoods: an Ocean of Greyness Against Rainbowfication? CANactions Magazine*. *MIKRORAYONS*, 1, 94–110.
- Turkington, R. (2004). *Britain. High-rise housing as a 'doubtful guest'*. In: Turkington, R., van Kempen, R., & Wasenberg, F. (eds.) *High-rise housing in Europe. Current trends and future prospects*. *Housing and urban policy studies*, 28. Delft University Press, pp. 147-164.
- Maslyak, P.O., Gryniuk, O.Y., & Kazantseva, K.A. (2017). *Influence of street-art on the formation image and the principles of street-art geographical zones*. *Journal of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series "Geology. Geography. Ecology"*, 46, 106–112. <https://doi.org/10.26565/2410-7360-2017-46-15>
- Olishevskaya, Yu. (2020). *Murals as the newest tourist resources: the case of Kyiv*. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 29(2), 364–376. <https://doi.org/10.15421/112032>
- Romaniv, O.Ya., Rybachok O.M., & Savelieva, D.V. (2019). *Strit-art v turystychnomu prostori Zhytomyra [Street art in the space of the tourist environment of Zhytomyr]*. *Geography and Tourism*, 54, 41–49. [In Ukrainian] <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.54.41-49>

18. Hawkins, H. (2012). *Geography and art. An expanding field: Site, the body and practice*. *Progress in Human Geography*, 37(1), 52–71. <https://doi.org/10.1177/0309132512442865>
19. Conklin, T.R. (2012). *Street Art, Ideology, and Public Space*. *Dissertations and Theses. Paper 761*, 332 p. <https://doi.org/10.15760/etd.761>
20. Molnár, V. (2017). *Street Art and the Changing Urban Public Sphere*. *Public Culture*, 29(2), 385–414. <https://doi.org/10.1215/08992363-3749117>
21. Dovey, K., Woolan, S., & Woodcock, I. (2012) *Placing graffiti: creating and contesting character in innercity Melbourne*. *Journal of Urban Design*, 17(1), 21–41. <http://dx.doi.org/10.1080/13574809.2011.646248>
22. Males, L.V., Sereda, V.V., Sobolevska, M. O., & Soroka Yu.G. (2010). *Urban Sociology*. Donetsk, Noulidzh. [In Ukrainian]
23. Guinard, P., & Margier, A. (2018). *Art as a new urban norm: Between normalization of the City through art and normalization of art through the City in Montreal and Johannesburg*. *Cities*, 77, 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.04.018>
24. Müller, A.-L. (2019). *Voices in the city. On the role of arts, artists and urban space for a just city* *Cities*, 91, 49–57. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.04.004>
25. Niemets, L., Husieva, N., Suptelo, O., Sehida K., & Kravchenko K. (2018). *Research of Brownfields and Greyfields of the City: Theory and Practice*. In: Soliman, Kh.S. (ed.). *Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference*. Seville, International Business Information Management Association (IBIMA), pp. 409–435.
26. Omar, S.S, Sakip S., Akhir N.M. (2016). *Bringing the New to the Old: Urban Regeneration through Public Arts*. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 234, 515–524.
27. Podnos, V., Gryshchenko, M., Verbytskyi, I., & Tyshchenko, I. (2017). *Murals – the embodiment of symbolic power to change the image of the city*. *Mistosite*. [In Ukrainian] Retrieved from: <https://mistosite.org.ua/en/articles/muraly-vt%D1%96lemnya-symvol%D1%96chnoyi-vlady-dlya-zm%D1%96ny-obrazu-m%D1%96sta>
28. Christensen, M., & Thor, T. (2017). *The reciprocal city: Performing solidarity – Mediating space through street art and graffiti*. *International Communication Gazette*, 79(6-7), 584–612. <https://doi.org/10.1177/1748048517727183>
29. Borghini, S., Visconti, L., Anderson, L., & Sherry, J. (2010). *Symbiotic Postures of Commercial Advertising and Street Art: Rhetoric for Creativity*. *Journal of Advertising*, 39(3), 113–126. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367390308>
30. Visconti, L.M., Sherry Jr., J.F., Borghini, S., & Anderson, L. (2010). *Street Art, Sweet Art? Reclaiming the “Public” in Public Place*. *Journal of Consumer Research*, 37, 511–529. <https://doi.org/10.1086/652731>
31. Kendall, D. (2011). *Street Art: A Window to a City's Soul*. *Huffington Post*, February 15. Retrieved from: <http://www.huffingtonpost.com/dylan-kendall/street-arta-window-to-a-b-823592.html?ir=Los%20Angeles>
32. Kramer, R. (2010) *Painting with permission: legal graffiti in New York City*. *Ethnography*, 11(2), 235–53. <https://doi.org/10.1177/1466138109339122>
33. McAuliffe, C., & Iveson, K. (2011) *Art and crime (and other things besides...): conceptualising graffiti in the city*. *Geography Compass*, 5(3), 128–143. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1749-8198.2011.00414.x>
34. Park, H., & Kovacs, J.F. (2020). *Arts-led revitalization, overtourism and community responses: Ihwa Mural Village, Seoul*. *Tourism Management Perspectives*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100729>
35. Ross, J., Bengtson, P., Lennon, J., Phillips, S., & Wilson, J. (2017). *In search of academic legitimacy: The current state of scholarship on graffiti and street art*. *The Social Science Journal*, 54(4), 411–419. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2017.08.004>
36. Martínez-Carazo, E.-M., Santamarina-Campos, V., & de-Miguel-Molina, M. (2021). *Creative Mural Landscapes, Building Communities and Resilience in Uruguayan Tourism*. *Sustainability*, 13, 5953. <https://doi.org/10.3390/su13115953>
37. Mezentsev, K.V., Provotar, N.I., & Palchuk, M.V. (2020). *Public spaces through the lens of participatory urban planning – the case of Kyiv*. *Ukrainian Geographical Journal*, 2, 30-37. <https://doi.org/10.15407/ugz2020.02.030>
38. Bacharach, S. (2015). *Street Art and Consent*. *The British Journal of Aesthetics*, 55(4), 481–495. <https://doi.org/10.1093/aesthj/ayv030>
39. Campos, R., & Sequeira, Á. (2020). *Urban Art touristification: The case of Lisbon*. *Tourist Studies*, 20(2), 182–202. <https://doi.org/10.1177/1468797619873108>
40. Ehrenfeucht, R. (2014). *Art, public spaces, and private property along the streets of New Orleans*. *Urban Geography*, 35(7), 965–979. <https://doi.org/10.1080/02723638.2014.945260>
41. Iveson, K. (2010). *Introduction: Graffiti, street art and the city*. *City*, 14(1), 25–32. <https://doi.org/10.1080/13604811003638320>
42. Vilaseca, S. (2012). *From Graffiti to Street Art: How Urban Artists are Democratizing Spanish City Centers and Street*. *Transitions: Journal of Franco-Iberian studies*, 8 (1), 9-34.

**Authors Contribution:** All authors have contributed equally to this work

Received 16 January 2021

Accepted 5 October 2021