

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ · ECONOMICS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Вестник МИРБИС. 2024. № 1 (37): С. 38–48.

Vestnik MIRBIS. 2024; 1 (37): 38–48.

Научная статья

УДК 338.48+379.85

DOI: 10.25634/MIRBIS.2024.1.4

Граффити и стрит-арт как ресурс развития городского туризма

Надежда Владимировна Горошко^{1,2}, Сергей Викторович Пацала^{1,3}

1 Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия.

2 Новосибирский государственный медицинский университет, Новосибирск, Россия. goroshko1@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9137-921X>

3 s-pacala@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9595-9940>

Аннотация. В статье рассматривается роль граффити и стрит-арта как ресурса развития городского туризма. Современные путешественники желают выйти за границы заурядного, увидеть новые необычные локации, приобрести аутентичный опыт и испытать особенные эмоции. При этом получить желаемое возможно в привычных на первый взгляд городских пространствах, где средством создания привлекательного имиджа среды и объектом туризма выступают граффити и стрит-арт. Многие все еще рассматривают творения уличных художников лишь в контексте объектов, уродующих лицо города. Между тем, легитимация действительно оригинальных произведений (кои их огромное множество) способствует не только реновации городского пространства, но и превращению его в объект туристского притяжения. Это определило цель работы — теоретическое исследование возможностей использования объектов граффити и стрит-арта в качестве ресурса городского туризма. В статье анализируются ключевые характеристики развития граффити и стрит-арта, влияние уличного искусства на преобразование городов и изменение общественных пространств. Рассматриваются примеры легитимации уличного искусства в условиях диалога художников, властей и девелоперов, их роль в преобразовании урбанистической среды и привлечении туристов. Раскрывается сущность нового вида путешествий — стрит-арт туризма.

Ключевые слова: экономика впечатлений, городской туризм, туристское впечатление, граффити, стрит-арт.

Для цитирования: Горошко Н. В. Граффити и стрит-арт как ресурс развития городского туризма / Н. В. Горошко, С. В. Пацала. DOI: 10.25634/MIRBIS.2024.1.4 // Вестник МИРБИС. 2024; 1: 38–48.

JEL: L83, M31, R58

Original article

Graffiti and street art as a resource for the development of urban tourism

Nadezhda V. Goroshko^{4,5}, Sergey V. Patsala^{4,6}

4 Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia.

5 Novosibirsk State Medical University, Novosibirsk, Russia. goroshko1@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9137-921X>

6 s-pacala@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9595-9940>

Abstract. The article examines the role of graffiti and street art as a resource for the development of urban tourism. Modern travelers want to go beyond the ordinary, see new unusual locations, gain authentic experiences and experience special emotions. At the same time, it is possible to get what you want in urban spaces that are familiar at first glance, where graffiti and street art are a means of creating an attractive image of the environment and an object of tourism. Many still view the works of street artists only in the context of objects that disfigure the face of the city. Meanwhile, the legitimation of truly original works (of which there are a huge number) contributes not only to the renovation of urban space, but also to its transformation into an object of tourist attraction. This determined the goal of the work – a theoretical study of the possibility of using graffiti and street art objects as a resource for the development of urban tourism. The article analyzes the key characteristics of the development of graffiti and street art, its impact on the transformation of cities and changes in public spaces. Examples of the legitimation of street art in the context of dialogue between artists, authorities and developers, their role in transforming the urban environment and attracting tourists are considered. The essence of a new type of travel is revealed – street art tourism.

Key words: economy of impressions, urban tourism, tourist experience, graffiti, street art.

For citation: Goroshko N. V. Graffiti and street art as a resource for the development of urban tourism. By N. V. Goroshko, S. V. Patsala. DOI: 10.25634/MIRBIS.2024.1.4. *Vestnik MIRBIS*. 2024; 1: 38–48 (in Russ.).

JEL: L83, M31, R58

Введение

Коммерциализация человеческих чувств, ставшая неотъемлемой тенденцией формирования новейшего рынка услуг, породила рост потребительского спроса на туристские продукты, отличающиеся весомой эмоциональной составляющей. По сути, впечатление трансформировалось, наряду с традиционными товарами и услугами, в новый вид экономического предложения, способствуя рождению важнейшей составляющей рынка услуг — экономики впечатлений [Сувалко 2013; Осокин 2014; Лебедева 2018].

Для развития туризма впечатления, которые получит посетитель тех или иных мест, играют важную роль. В туризме, пожалуй, более чем в каком-либо другом виде человеческой деятельности на первый план выходит эмоциональная составляющая продукта. Как следствие — продается не продукт, а впечатления [Тарханова 2022].

Востребованность концепции экономики впечатлений в туристской индустрии определяется возможностями дифференциации туристских предложений на фоне возросшей потребности современных путешественников выйти за границы заурядного, увидеть новые необычные локации, приобрести аутентичный опыт и испытать особенные эмоции [Горошко 2023].

В контексте экономики впечатлений иначе трактуется и привлекающая туристов локация. Современный путешественник стремится не просто покинуть стены своего жилища и осмотреть привычный набор достопримечательностей, он желает открытий, новых ярких впечатлений, проникновения в новую для него среду. Подобная атмосфера складывается в туристских городах, зачастую являясь предметом особого интереса путешественников. В контексте экономики впечатлений трансформируется само понятие «город» — людей привлекает не столько локация, сколько неповторимая городская ткань, жизненная среда города, составляющими которой в том числе являются и объекты туристского показа. Подобное познание городской души и усиливающееся внимание к изучению города, по сути, фор-

мируют новую форму путешествия — городской туризм [Мутавчи 2017].

Г. Лезер рассматривает городской туризм в качестве непродолжительного (чаще от одного до четырех дней) группового или индивидуального посещения города в целях краткого знакомства с его историей или искусством, участия в тех или иных событиях или приобретения каких-либо товаров. Зачастую подобного рода путешествие проходит в форме экскурсии выходного дня [Diercke Wörterbuch Geographie 2017].

Город — универсальное одновременно образовательное и рекреационное пространство, постигая которое личность приобретает культурную компетентность. Синхронная интеграция трех направлений его освоения — экскурсионного, краеведческого и музейно-педагогического — способствовала возникновению различных форм изучения городской культурной ткани: от учебных прогулок и экскурсий до занятий в музее. Познание городского пространства ориентировано на применение разнообразных типов восприятия: визуального, моторного, когнитивного и эмоционально-ценностного [Мастеница 2015; Мутавчи 2017].

Весомую роль здесь играет облик общественных пространств, придающий любому городу аутентичность и свой неповторимый облик или городской шарм. Креативная урбанизированная среда, как место творческого самовыражения и диффузии оригинальных идей, все чаще привлекает внимание путешественников [Адашова 2019].

Одним из инструментов, позволяющих расширить туристские резервы городов, может быть граффити и уличное искусство (стрит-арт). Туристско-экскурсионные маршруты по объектам граффити и стрит-арта как форма их легитимации в отечественных арт-практиках «оборачиваются» в туристскую упаковку и представляются потребителю в качестве достопримечательности.

Объектом исследования выступает туристский потенциал городского пространства. Цель работы — теоретическое исследование возможности использования объектов граффити и стрит-арта в качестве ресурса развития городского туризма.

Методы исследования

Информационной базой исследования послужили публикации в периодической печати и сети Интернет. В работе использовались общелогические и аналитические методы, метод эмпирического исследования, картографический метод.

Результаты исследования

В широком спектре субкультур, борющихся за право на жизнь в городской среде, выделяются субкультуры граффити и стрит-арта. Сегодня граффити называют шрифты, а стрит-артом — муралы (картины на стене), трафареты, стикеры, плакаты, инсталляции. Начало формирования граффити в пространстве города положило появление нанесенных буквами или цифрами знаков — тэгов. Мнения специалистов на причину зарождения этого явления расходятся. Одни считают его формой заявления о себе подростками, другие — формой социального протеста представителей данной субкультуры на их маргинализацию и исключение из легитимных субъектов городской среды, третьи — способом идентификации территории уличными бандами, дабы подобные метки позволяли избежать столкновений между ними из-за территориального конфликта [Ley 1974; Chalfant 2003; Кузовенкова 2015].

Многоликость городских субкультур (хип-хоп, рокеры, панки и другие) привела к появлению разнообразных видов граффити, ставшего сегодня имманентной частью городского ландшафта, урбанизированной культуры, уже практически превратившегося в отдельный жанр современного искусства. Позже из граффити выделился стрит-арт. Изначально, данное направление ничем не отличалось от граффити. Однако позже стрит-арт приобрел посыл, смысловую нагрузку и эстетичность благодаря вмешательству профессиональных художников, а его главной задачей стала интеграция традиционных форм изобразительного искусства в архитектурный контекст и уличную среду. И если у истоков своего развития работы уличных художников не называли иначе, как примером «вандализма», то к началу 1980-х годов они стали мейнстримом. Стрит-арт изменил облик всех крупнейших городов планеты, произведения граффитчиков Жан-Мишеля Баския или Кита Харинга дополнили коллекции художественных музеев и галерей, а одним из самых востребованных художников наших дней стал британский создатель трафаретных картин Бэнкси.

Объекты улиц превращаются художниками стрит-арта в неотъемлемую часть их произведений. Это искусство получает сегодня все большее распространение, сопровождаемое расширением его форм в виде mural art, sgraffito, sticker-art, art-print, spray art, street painting, stencil art, yarn bombing и других. Практически любой тип поверхности является потенциальным холстом для надписей и изображений. Несмотря на то, что граффити и стрит-арт уже превратились в непреходящий атрибут урбанизированной среды, вокруг него не утихают как юридические, так и эстетические споры — общественность полемизирует об их уместности, а городская власть не оставляет попыток взять это творчество под контроль, поскольку отдельные художники совершают акты откровенного вандализма при создании своих творений [Chalfant 2003; Витюк 2012; Михайлов 2014; Сафонов 2022].

Продолжительность жизни работ уличных художников составляет порой часы или дни, но есть и такие, которые существуют десятилетиями, подобные участку Берлинской стены длиной 1,3 км, сохранившемуся с 1990 года и официально ставшего художественной галерей под открытым небом (East Side Gallery).

Стрит-арт — не только определенный способ развлечения или творческого самовыражения уличных художников, но и средство их связи с обществом и властью, позволяющий вскрывать определенные социальные противоречия и привлекать внимание к проблемам повседневности. Поэтому по характеру социальной направленности среди работ граффити и стрит-арта можно выделить протестные, популяризирующие концепции той или иной субкультуры (панков, рэперов, футбольных фанатов и пр.), и художественные, выступающие в качестве украшения городской среды [Долгов 2019].

Несмотря на то, что сегодня среди райтеров и уличных художников есть известные имена (Ричард Хэмблтон, Блек ле Рат, Бэнкси, Кинг Роббо, Шепард Фейри, Меар Оне и многие другие), большинство стремится привлечь внимание не к себе, а к своим работам, используя общественные места для выражения своих идей, стремясь заставить человека задуматься. Поэтому произведения мастеров стрит-арта не предполагают акцента на авторстве и часто остаются анонимными.

Современный уличный стрит-арт способен выступать в роли инструмента преобразования общественных пространств городов, стимулируя их культурный и социально-экономический прогресс. Примером тому может быть проект Favela Painting Foundation, запущенный в Рио-де-Жанейро в 2005 году парой нидерландских художников Хаасом и Ханом, которые, наняв на работу местную бедноту, начали раскрашивать стены домов в городских трущобах. Попутно с этим преобразованные стены и лестницы подвергались мелкому ремонту. Таким образом, удалось не только изменить целые кварталы фавел, сделав их объектом туристского интереса, но и дать возможность местному населению освоить новые для себя виды работы.

В 2010 году группа художников Neopaint Works начала реализацию похожего проекта по реабилитации старых обветшавших и неряшливых брандмауэров в будапештском районе Эржбетварош при поддержке мэрии. На глухих стенах зданий появились «картины» из жизни города и страны, росписи, связанные с историей, культурой и традициями Венгрии, не только оживившие городской пейзаж, но и ставшие местными достопримечательностями и местами притяжения туристов. Аналогичные проекты реновации заброшенных или старых промышленных городских кварталов были реализованы в Риме и в Турине, где уличные художники расписывали обветшавшие брандмауэры и фасады зданий.

Если продукты творчества уличных художников обладают высокими изобразительными качествами, не нарушают функционал зданий и сооружений, являясь уместными на данной территории (то есть, связаны с историей места), то они вполне легитимно могут восприниматься общественностью и властями города и не «загрязнять» исторический центр. Их появление особенно уместно на обветшалых и невзрачных поверхностях, способствуя преобразованию городских пространств. Легитимные граффити и стрит-арт способны сыграть позитивную роль в ренессансе городского центра. Уличное искусство раздвигает границы туристских возможностей города. Реновация бедных и маргинализированных районов в условиях джентрификации, превращает заброшенные окраины или умирающие промзоны, насыщенные объектами стрит-арта, из гетто

в новые достопримечательности, привлекающие бизнес и обеспеченные слои населения [Сафонов 2022].

Легитимация стрит-арта открыла возможности для его коммерциализации. Городские власти стали выделять легальные места для создания произведений граффити и стрит-арта, все большее распространение получают коммерческие заказы на роспись стен, экскурсии к подобным арт-объектам. Органично встроенный в среду культурного потребления и финансовых потоков стрит-арт оказался очень приемлемым инструментом формирования городского имиджа, как для местных органов власти, так и для бизнеса, включая девелоперов, владельцев художественных галерей или издательств. А экскурсионные маршруты, формирующиеся вокруг объектов стрит-арта, становятся элементами брендинга креативного города. Подобные экскурсии презентуют историю города или его района, выступая медиаторами между различными локациями [Кузовенкова 2015; Christensen 2017; Andron 2018; Долгов 2019].

Вопреки стереотипам, граффити и стрит-арт активно взаимодействуют с урбанистической средой, отражая историю, характерные социальные и политические проблемы, представляя срез различных сторон городской жизни, заставляя общество обратить внимание на освоенное им пространство. В Нью-Йорке, Лондоне, Берлине, Гамбурге и целом ряде других городов в экскурсиях средствами граффити и стрит-арта раскрывается альтернативная сторона жизни мегаполисов, выходящая за границы традиционного представления. Родившись в рамках частной инициативы, сегодня экскурсии к объектам граффити и стрит-арта все чаще интегрируются в программы туристических компаний, а широкая география подобных объектов обуславливает необходимость организации не только пеших, но и вело-, и автобусных маршрутов. Зачастую подобные мероприятия объединяются с такой формой легитимации уличного искусства, как стрит-арт фестивали.

Трансформировавшись в одну из городских достопримечательностей, рожденное в уличной среде искусство превращается в один из инструментов создания и продвижения нового туристского продукта, создавая предпосылки для развития как внутреннего, так и международного

туризма. Можно говорить о рождении нового вида путешествий — стрит-арт туризма, представляющего собой городское путешествие как в роли зрителя, с целью знакомства с объектами граффити и стрит-арта, так и в роли уличного художника, создающего подобные работы в урбанистической среде. Среди потребителей подобного рода туристского продукта можно выделить два основных сегмента: ищущие новых впечатлений художники-граффитисты и страстно увлеченные уличным искусством обыватели. Последних, столь одержимо ищущих произведения уличных художников и открывающих оригинальные городские локации и маршруты, называют стрит-арт хантерами, а само увлечение — стрит-арт хантинг. Для таких ценителей уличного искусства энтузиасты запустили специальный сайт Street Art Cities, позволяющий самостоятельно соста-

вить для себя маршрут по объектам стрит-арта или пополнить глобальную карту своими ресурсами и адресами мест концентрации объектов подобной тематики (так называемых, спотов).

Уличное творчество уже стало настолько популярным и доступным направлением в современном художественном искусстве, что выступает в качестве одного из индикаторов «креативности» мегаполисов. Так, одним из критериев оценки глобального рейтинга самых творческих городов является стрит-арт. В 2023 году 75 городов в разных частях света оценивались по десяти параметрам, два из которых были так или иначе связаны со стрит-арт искусством: количество постов в месяц в Instagram (социальная сеть запрещена на территории РФ) об уличном искусстве (рисунок 1) и количество поисковых запросов об уличном искусстве (рисунок 2).

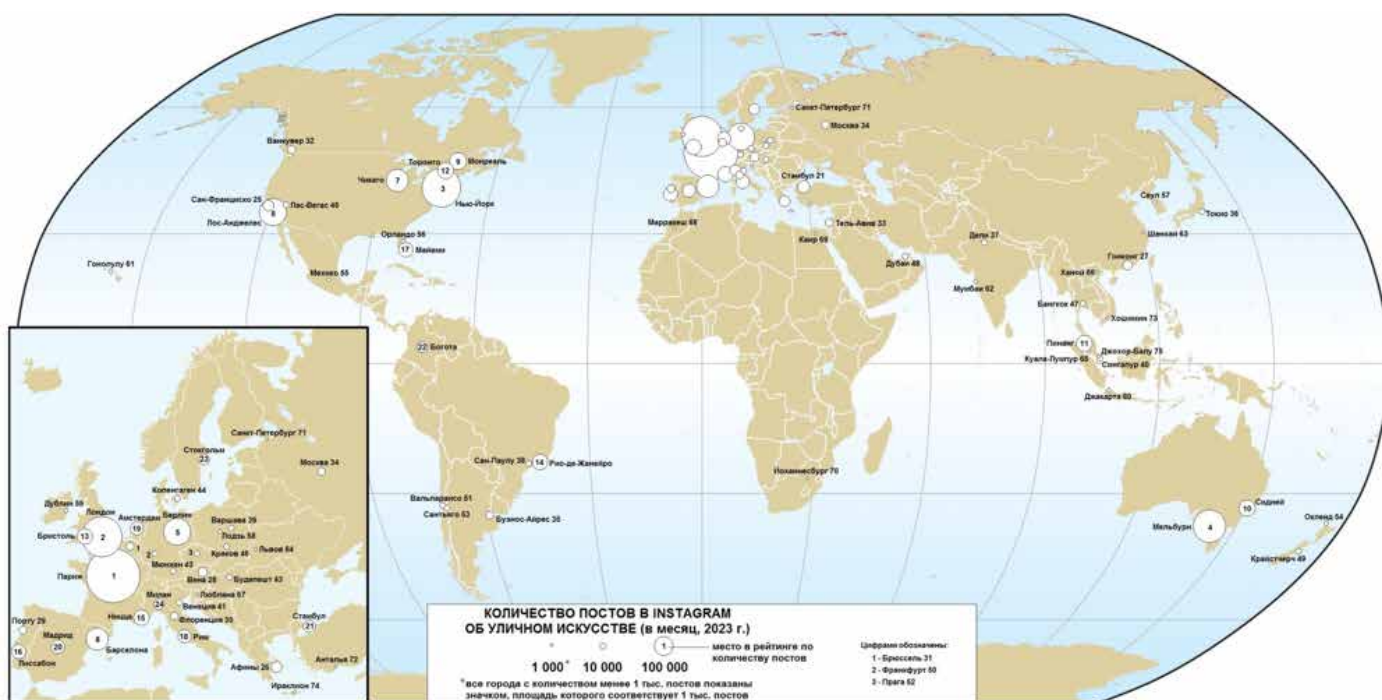


Рис. 1. Рейтинг наиболее креативных городов мира: количество постов в Instagram* об уличном искусстве

*Instagram — социальная сеть запрещена на территории РФ

Источник: составлено авторами по данным *The World's Most Creative Cities*. URL: <https://inkifi.com/most-creative-cities> (дата обращения: 20.12.2023).

Основные центры стрит-арта: в Америке — Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Чикаго, Сан-Паулу, Буэнос-Айрес; в Европе — Париж, Лондон, Берлин, Барселона, Бристоль; в Австралии — Мельбурн и Сидней.

Формат организации граффити и стрит-арт экскурсий многообразен: от традиционных пеших маршрутов до беговых; велосипедные экскурсии (например, стрит-арт экскурсии по городам Ни-

дерландов), с сегвеем или просмотром произведений искусства из гольф-кара (например, стрит-арт экскурсии по Майами), музыкальные аудиотуры в сотрудничестве с местными музеями; с использованием QR-кодов, размещенных рядом с фресками, из которых можно узнать больше об истории города, окружающей среде, а также информацию о произведении искусства и его создателе; осмотр граффити в необычном окружении

(например, граффити в бывшем зоопарке, заводе или самостоятельно, в том числе с помощью при- ложений). Осмотр может быть под руководством гида ложений.



Рис. 2. Рейтинг наиболее креативных городов мира: количество поисковых запросов в Instagram* об уличном искусстве

*Instagram — социальная сеть запрещена на территории РФ

Источник: составлено авторами по данным *The World's Most Creative Cities*. URL: <https://inkifi.com/most-creative-cities> (дата обращения: 20.12.2023).

Отдельного внимания заслуживают музеи и художественные пространства, в том числе на территории бывших или действующих промышленных зон. Остановимся лишь на ряде примеров.

STRAAT — впечатляющий музей в Амстердаме, посвященный уличному искусству и граффити. Музей построен в огромном старом судостроительном складе с галерейной площадью 8000 м². STRAAT представляет произведения уличного искусства художников со всего мира. Тем не менее, художественный музей также функционирует как трансграничная улица, объединяющая различные стили, техники и нарративы крупнейшего художественного движения под одной крышей. Посетители могут воспользоваться экскурсией по уличному искусству по переулкам и перекресткам выставки, которая имитирует город.

Музей современного городского искусства (Urban Nation: Museum for Urban Contemporary Art) в Берлине, открывшийся в 2017 году — революционный проект по продвижению современного уличного искусства в «широкие массы», в галереях которого собраны под одной «крышей» работы более 100 мастеров стрит-арта со всего мира. Это не столько художественная галерея в

привычном смысле слова, сколько динамично развивающаяся креативная и социальная среда. Создатели музея не изменили основным принципам стрит-арта — актуальности и изменчивости произведений. В постоянную экспозицию включены лишь некоторые работы, тогда как большинство творений регулярно сменяют друг друга в рамках временных выставок.

Institute Culturel Bernard Magrez — частный музей уличного и современного искусства во французском Бордо, основанный винным магнатом Бернаром Мэгре. Экспозиции расположены как на улице, в саду, так и в самом замке и пристроенных галереях. Кроме центрального здания на территории есть две отдельных галереи, в которых проходят выставки молодых художников. На чердаке шато организована арт-резиденция, а в музее проходят мероприятия и лекции.

Российское уличное искусство и его туристский потенциал пока не представляют серьезной конкуренции более известным мировым аналогам. Однако страна может быть интересна как направление стрит-арт и граффити туризма. Оригинальные произведения уличного искусства в нашей стране можно обнаружить не только во

входящих в число самых креативных городов мира Москве или Санкт-Петербургу (рисунок 1, рисунок 2), но и в центрах меньшего ранга.

С образцами уличного искусства в российских столицах можно познакомиться не только на улицах, но и в крупных арт-пространствах. В Северной столице среди них выделяются такие известные уголки стрит-арта, как клуб-музей «Котельная Камчатка» (ул. Блохина, 15), где стены двора дома, в подвале которого работал Виктор Цой, украшают связанные с его творчеством граффити, или один из старейших и крупнейших в стране арт-центров «Пушкинская-10» (ул. Пушкинская, 10), двор которого стараниями битломанов превращен в арт-пространство, посвященное легендарной ливерпульской четверке. Еще одним знаковым местом является «Севкабель Порт» (ул. Кожевенная линия, 40д), расположившийся в корпусах бывшего кабельного завода в гавани Васильевского острова, пространство которого вмещает помимо офисов и ресторанов, студии, арт-площадки, музей уличного искусства под открытым небом.

Именно в Петербурге расположились основанный в 2017 году Институт исследования стрит-арта и Музей стрит-арта. Институт занимается развитием искусства в общественном пространстве, в том числе в урбанизированной среде, во всем его спектре, включающем среди прочего граффити, стрит-арт, паблик-арт. Музей стрит-арта занимает часть территории действующего завода слоистых пластиков. Основная идея создания художественной площадки при заводе заключалась в оптимизации труда рабочих с помощью искусства. Желание облагородить заводскую территорию для местных рабочих переросло в амбициозный проект трансформации городской среды, ставший частью доступного всем художественного сообщества. Сегодня музей включает публичную площадку, где организуются временные выставки, и постоянную экспозицию с пополняемой коллекцией уличных художников.

В Москве знаковые произведения художников стрит-арта, например, представлены на стенах бывшего стекольного завода (Дизайн-завод «Флакон», ул. Большая Новодмитровская, 36), на главном здании киноконцерна «Мосфильм» (ул. Мосфильмовская, 1), где в муралах запечатлены выдающиеся деятели отечественно киноискусства.

К числу неформальных центров отечественного стрит-арта можно отнести также Нижний Новгород и Екатеринбург. Нижний Новгород одним из первых в России начал проводить выставки уличных художников. В число столиц российского стрит-арта город также выдвинулся благодаря проводимому в здесь с 2017 года фестивалю «Место», в рамках которого за это время было создано более 250 объектов граффити и стрит-арта. Для многих произведений характерна категория «site-specific» — художественные практики, вдохновленные конкретной локацией, ее архитектурой и функционалом. При подготовке эскизов художники изучают исторический контекст, делая на него отсылки в своих работах. В рамках фестиваля также организуют выставки, показы документальных фильмов, экскурсии, мастер-классы и лекции от знаковых представителей стрит-арта и граффити.

История уличного искусства Екатеринбурга началась в 1980-х годах XX века, но период расцвета и наиболее активного развития стрит-арта приходится на второе десятилетие XXI века, когда в городе при поддержке местных властей и крупного бизнеса развернул деятельность ежегодный паблик-арт-фестиваль «Длинные истории», преемником которого впоследствии стал фестиваль «Стенография». Ставший сегодня крупнейшим в стране фестиваль уличного искусства позволил художникам легально создавать свои произведения на специально предоставленных поверхностях, а городскую среду за этот период украсили порядка полутысячи творений уличных мастеров из шестнадцати государств.

В 2018-м в столице Урала появился еще один фестиваль — «Карт-бланш». Здесь же в 2020 году стараниями организаторов «Стенографии» вместе с «Яндекс. Картами» родился первый в России пешеходный маршрут Street Art Line, опоясывающий городской центр, пройдя который за фиолетовым пунктиром на асфальте предоставляется возможность ознакомиться с произведениями уличных художников — участников фестивалей разных лет. А годом ранее страница Екатеринбурга с подробной картой всех граффити города появилась на сайте международного проекта Street Art Cities.

Благодаря ежегодно проводимому с 2011 года одному из самых известных в стране фестивалей современного искусства «Выкса-фестиваль», по-

пулярность в качестве центра отечественного стрит-арта приобрел город Выкса в Нижегородской области. Здесь также представлены работы одного из известных уличных художников Павла Пухова. В 2017 году на стенах одного из корпусов Выксунского металлургического завода появилось самое большое в Европе граффити площадью 10 000 м², посвященное его истории. Помимо индустриального стрит-арт-парка, попасть в который можно с организованной экскурсией, в Выксе постоянно появляются новые креативные общественные пространства, в создании которых участвуют как приглашенные мастера и архитектурные бюро, так и местные жители. Есть даже арт-плоты, на которых летом можно поплавать по Верхневыксунскому пруду.

Самобытным стрит-артом отличается столица Пермского края. Проведенные здесь крупные фестивали стрит-арта сделали город ярче и живее. В городе проходит фестиваль-конкурс уличного искусства «Экология пространства» — открытый конкурс стрит-арт идей и их реализации в местной городской среде (на электрошкафах, таксофонах, фасадах зданий, заборах и т. п.). А участники фестиваля «Длинные истории Перми» своими творениями преобразуют бетонные ограждения, на которых появляются оригинальные арт-объекты.

В целом найти яркие образцы отечественного уличного искусства можно во многих городах нашей страны. Сервис бронирования жилья для отдыха TVIL.RU опросил пользователей соцсетей и определил, где в России самый интересный городской стрит-арт, составив рейтинг популярных маршрутов: Санкт-Петербург, 31 %; Нижний Новгород, 19 %; Екатеринбург, 11 %; Тула, 11 %; Краснодар, 8 %; Пермь, 6 %; Красноярск, 6 %; Москва, 6 %; Оренбург, 3 %.

Городские туристско-экскурсионные маршруты по объектам граффити и стрит-арта предлагают во многих городах мира и России. Одной из особенностей уличного искусства является его недолговечность. Учитывая динамичность явления граффити и стрит-арта, туристско-экскурсионные предложения, посвященные данной тематике, могут быть очень разнообразны как с позиции предлагаемых локаций, так и формата проведения: организованные и самостоятельные маршруты, где источником основной информации становится аудиогид или QR-коды; пешие маршруты и на разных видах городского

транспорта; традиционные экскурсии и с использованием инновационных технологий проведения (в формате квеста, городского исследования, иммерсивная форма, мастер-класс и пр.). В любом случае экскурсии по объектам граффити и стрит-арта всегда включают так называемый квадрант экономики впечатлений, то на что люди готовы тратить свое время и деньги: развлечение (то, что делает жизнь интересной и веселой), обучение (то, что делает людей умнее и развивает их), уход от реальности (то, что помогает людям расслабиться и забыть о проблемах), эстетику (то, что делает жизнь красивой и приятной).

Заключение (Выводы)

За последние полвека с появлением новых урбанистических трендов и изменением форматов городской застройки уличные граффити и стрит-арт стали неотъемлемым элементом современного мегаполиса. В условиях диалога властей, девелоперов и художников творения последних становятся все менее стихийными, обретая новые качества, смыслы и художественную ценность. Современный стрит-арт обзавелся своими «звездами» и институтами, способствующими систематизации и облагораживанию стихийного творчества.

Уличное искусство становится одним из главных героев городской среды, объекты которой все чаще осознанно интегрируются в дизайн урбанистического пространства, формируя его идентичность, узнаваемость и эстетику, что оказывает благотворное воздействие не только на внешний облик отдельных мест, районов или городов, но и на их экономику. Уличный стрит-арт может не только придать шарм городскому пространству, но и быть для него экономически выгодным.

Трансформировавшись в одну из городских достопримечательностей, рожденное в уличной среде искусство превращается в один из инструментов создания и продвижения нового туристского продукта, создавая предпосылки для развития как внутреннего, так и международного туризма. Можно говорить о рождении нового вида путешествий — стрит-арт туризма.

Формат организации граффити и стрит-арт экскурсий многообразен: от традиционных пеших маршрутов до беговых; от велосипедных экскурсий до музыкальных аудиотуров; от осмотра под руководством гида до самостоятельных

экскурсий с использованием специальных при- ложений или QR-кодов, размещенных рядом с арт-объектами.

Российское уличное искусство и его турист- ский потенциал пока не представляют серьезной конкуренции более известным мировым анало- гам. Однако страна может быть интересна как на- правление стрит-арт и граффити туризма. Совет- ская архитектура оставила нам обилие серых, ма- ловыразительных и невзрачных, но порой очень масштабных сооружений. В большинстве своем они не придают шарма и очарования нашим го- родам, пространство большинства из которых

типично, безлико и малоузнаваемо. Оригиналь- ные произведения уличного искусства способны корректировать внешний облик российских го- родов, добавить им узнаваемости, привлечь но- вых потребителей туристского продукта. В нашей стране их можно обнаружить не только во входя- щих в число самых креативных городов мира Мо- скве или Санкт-Петербурге, но и в Екатеринбурге, Перми и целом ряде провинциальных городов. А экскурсии по объектам граффити и стрит-арта способны раскрыть весь потенциал квадранта экономики впечатлений: развлечение, обучение,

Список источников

1. Адашова 2019 — *Адашова Т. А.* Трансформация городского пространства как фактор развития экономики впечатлений / Т. А. Адашова, Н. Н. Роготень. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10203. EDN: ZYTOQX // Современные проблемы сервиса и туризма = Service and Tourism: Current Challenges. 2019; 13(2):34–41. ISSN: 1995-0411; eISSN: 2414-9063.
2. Витюк 2012 — *Витюк Е. Ю.* Городская среда как арт-объект. EDN: PGPEEZ // Вестник Томского государственного университета = Tomsk State University Journal. 2012; 364:43–48. ISSN: 1561-7793; eISSN: 1561-803X.
3. Горошко 2023 — *Горошко Н. В.* Потенциал Новосибирской области в развитии темного туризма / Н. В. Горошко, С. В. Пацала. DOI: 10.52575/2687-0932-2023-50-4-813-824 // Экономика. Информатика = Economics. Information Technologies. 2023; 50(4):813–824. eISSN: 2687-0932.
4. Долгов 2019 — *Долгов А. Ю.* Стрит-арт как элемент уличного пространства и городской жизни. EDN: ZSVBHN // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология = Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Series 11: Sociology. 2019; 1:31–41. ISSN: 2219-8830.
5. Кузовенкова 2015 — *Кузовенкова Ю. А.* «Право на город»: практики легитимации граффити и стрит-арта. EDN: VDGAKT // Культура и цивилизация. 2015; 4–5:31–46. ISSN: 2223-5426.
6. Лебедева 2018 — *Лебедева С. А.* Экономика впечатлений в сфере туризма. Некоторые направления реализации туристско-рекреационных возможностей Камчатского края. EDN: YOWFHY // Экономика, управление, финансы : Материалы VIII Международной научной конференции, Краснодар, 20–23 февраля 2018 года. Краснодар : Новация, 2018. 190 с. С. 178–184. ISBN: 978-5-906990-33-4.
7. Мастеница 2015 — *Мастеница Е. Н.* Культурное пространство города: пути постижения и интерпретации. EDN: VHOTNF // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2015; 212:223–237. ISSN: 2308-0051.
8. Михайлов 2014 — *Михайлов С. М.* Стрит-арт как вид суперграфики в дизайне современного города / С. М. Михайлов, Р. Р. Хафизов. EDN: OUSCFF // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014; 5:106–111. ISSN: 1814-6457; eISSN: 1814-6465.
9. Мутавчи 2017 — *Мутавчи Е. П.* Городской туризм — драйвер экономики впечатлений / Е. П. Мутавчи, Л. В. Семенова. EDN: YMTBTV // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2017; 4:4–12. ISSN: 2313-4488.
10. Осокин 2014 — *Осокин В. М.* Концепция экономики впечатлений в развитии туризма и гостеприимства. DOI: 10-12737/4098. EDN: SEAFIT // Сервис в России и за рубежом = Services in Russia and Abroad. 2014. № 3. С. 54–61. eISSN: 1995-042X.
11. Сафонов 2022 — *Сафонов И. Е.* Граффити для города или город для граффити? Легитимность нелегальных граффити в историческом центре Санкт-Петербурга / И. Е. Сафонов, Е. В. Шапиро, Е. М. Лукина, С. А. Щепкина. DOI: 10.46539/gmd.v4i3.315. EDN: QALKAV // Galactica media: journal of media studies. 2022; 4(3):100–122. eISSN: 2658-7734.
12. Сувалко 2013 — *Сувалко А. С.* Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств : препринт WP20/2013/05. Москва : ВШЭ, 2013. 48 с. Текст : электронный. URL: [https://wp.hse.ru/data/2013/09/26/1277602830/WP20_2013_05%20\(1\).pdf](https://wp.hse.ru/data/2013/09/26/1277602830/WP20_2013_05%20(1).pdf) (дата обращения 20.12.2023).
13. Тарханова 2022 — *Тарханова Н. П.* Использование инструментария экономики впечатлений в

- туризме / Н. П. Тарханова, В. А. Романов. DOI: 10.21209/2227-9245-2022-28-10-133-146. EDN: ТОНОII // Вестник забайкальского государственного университета. 2022; 28(10):133–146. ISSN: 2227-9245.
14. Andron 2018 — *Andron S.* Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city. DOI:10.1177/0038026118771293 // *Sociological review*. 2018; 66(5):1036–1057.
15. Chalfant 2003 — *Chalfant H., Prigoff J.* *Spraycan art*. London : Thames and Hudson Ltd., 2003. 96 p. ISBN: 978-0500274699.
16. Christensen 2017 — *Christensen M., Thor T.* The reciprocal city: Performing solidarity – mediating space through street art and graffiti. DOI:10.1177/1748048517727183 // *International communication gazette*. 2017; 79(6-7):584–612.
17. Diercke Wörterbuch Geographie 2017 — *Diercke Wörterbuch Geographie*. Westermann Publ., 2017. 1116 p. ISBN: 978-3-14-100840-1.
18. Ley 1974 — *Ley D., Cybriwsky R.* Urban graffiti as territorial markers // *Annals of the Association of American Geographers*. 1974; 64 (4):491–505.

References

1. Adashova T. A. Transformatsiya gorodskogo prostranstva kak faktor razvitiya ekonomiki vpechatleniy [Transformation of urban space as a factor in the development of the economy of impressions]. By T. A. Adashova, N. N. Rogoten. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10203. EDN: ZYTOQX. *Service and Tourism: Current Challenges*. 2019; 13(2):34–41. ISSN: 1995-0411; eISSN: 2414-9063 (in Russ.).
2. Vityuk E. Yu. Gorodskaya sreda kak art-ob"yekt Urban environment as an art object. EDN: PGPEEZ. *Tomsk State University Journal*. 2012; 364:43–48. ISSN: 1561-7793; eISSN: 1561-803X (in Russ.).
3. Goroshko N. V. Potentsial Novosibirskoy oblasti v razvitii temnogo turizma [Potential of the Novosibirsk region in the development of dark tourism]. By N. V. Goroshko, S. V. Patsala. DOI: 10.52575/2687-0932-2023-50-4-813-824. *Economics. Information Technologies*. 2023; 50(4):813–824. eISSN: 2687-0932 (in Russ.).
4. Dolgov A. Yu. Strit-art kak element ulichnogo prostranstva i gorodskoy zhizni. [Street art as an element of street space and city life]. EDN: ZSVBHN. *Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Series 11: Sociology*. 2019; 1:31–41. ISSN: 2219-8830 (in Russ.).
5. Kuzovenkova Yu. A. "Pravo na gorod": praktiki legitimatsii graffiti i strit-arta ["Right to the city": practices of legitimation of graffiti and street art]. EDN: VDGAKT. *Kul'tura i tsivilizatsiya*. 2015; 4–5:31–46. ISSN: 2223-5426 (in Russ.).
6. Lebedeva S. A. Ekonomika vpechatleniy v sfere turizma. Nekotoryye napravleniya realizatsii turistsko-rekreatsionnykh vozmozhnostey Kamchatskogo kraya [Economics of impressions in the field of tourism. Some directions for the implementation of tourism and recreational opportunities in the Kamchatka Territory]. EDN: YOWFHY. *Ekonomika, upravleniye, finansy* [Economics, management, finance] : Proceedings of the 8th International Scientific Conference, Krasnodar, February 20–23, 2018. Krasnodar: Novation, 2018. 190 p. pp. 178–184. ISBN: 978-5-906990-33-4 (in Russ.).
7. Mastenitsa E. N. Kul'turnoye prostranstvo goroda: puti postizheniya i interpretatsii [Cultural space of the city: ways of comprehension and interpretation]. EDN: VHOTNF. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*. 2015; 212:223–237. ISSN: 2308-0051 (in Russ.).
8. Mikhailov S. M. Strit-art kak vid supergrafiki v dizayne sovremennogo goroda [Street art as a type of supergraphics in the design of a modern city]. By S. M. Mikhailov, R. R. Khafizov. EDN: OUSCFF. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2014; 5:106–111. ISSN: 1814-6457; eISSN: 1814-6465.
9. Mutavchi E. P. Gorodskoy turizm – drayver ekonomiki vpechatleniy [Urban tourism – a driver of the economy of impressions]. By E. P. Mutavchi, L. V. Semenova. EDN: YMTBTV. *Nauka i turizm: strategii vzaimodeystviya*. 2017; 4:4–12. ISSN: 2313-4488 (in Russ.).
10. Osokin V. M. Kontseptsiya ekonomiki vpechatleniy v razvitii turizma i gostepriimstva [The concept of the economy of impressions in the development of tourism and hospitality]. DOI: 10-12737/4098. EDN: SEAFIT. *Services in Russia and Abroad*. 2014. No. 3. pp. 54–61. eISSN: 1995-042X (in Russ.).
11. Safonov I. E. Graffiti dlya goroda ili gorod dlya graffiti? Legitimnost' nelegal'nykh graffiti v istoricheskom tsentre Sankt-Peterburga [Graffiti for the city or the city for graffiti? The legitimacy of illegal graffiti in the historical center of St. Petersburg]. By I. E. Safonov, E. V. Shapiro, E. M. Lukina, S. A. Shchepkina. DOI: 10.46539/gmd.v4i3.315. EDN: QALKAV. *Galactica media: journal of media studies*. 2022; 4(3):100–122. eISSN: 2658-7734 (in Russ.).
12. Suvalko A. S. *Emotional capitalism: commercialization of feelings* : preprint WP20/2013/05.

Moscow: HSE, 2013. 48 p. Text: electronic. URL: [https://wp.hse.ru/data/2013/09/26/1277602830/WP20_2013_05%20\(1\).pdf](https://wp.hse.ru/data/2013/09/26/1277602830/WP20_2013_05%20(1).pdf) (accessed 12/20/2023) (in Russ.).

13. Tarkhanova N. P. Ispol'zovaniye instrumentariya ekonomiki vpechatleniy v turizme [Using the tools of the impression economy in tourism]. By N. P. Tarkhanova, V. A. Romanov. DOI: 10.21209/2227-9245-2022-28-10-133-146. EDN: TOHOII. *Vestnik zabaykal'skogo gosudarstvennogo universiteta*. 2022; 28(10):133–146. ISSN: 2227-9245 (in Russ.).
14. Andron S. Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city. DOI:10.1177/0038026118771293. *Sociological review*. 2018; 66(5):1036–1057.
15. Chalfant H., Prigoff J. *Spraycan art*. London : Thames and Hudson Ltd., 2003. 96 p. ISBN: 978-0500274699.
16. Christensen M., Thor T. The reciprocal city: Performing solidarity – mediating space through street art and graffiti. DOI:10.1177/1748048517727183. *International communication gazette*. 2017; 79(6-7):584–612.
17. *Diercke Wörterbuch Geographie* [Diercke Dictionary of Geography]. Westermann Publ., 2017. 1116 p. ISBN: 978-3-14-100840-1 (in German).
18. Ley D., Cybriwsky R. Urban graffiti as territorial markers. *Annals of the Association of American Geographers*. 1974; 64 (4):491–505.

Информация об авторах:

Горошко Надежда Владимировна — кандидат географических наук, доцент. SPIN-код: 8648-3757. Researcher ID: K-7015-2018. Место работы 2: Новосибирский государственный медицинский университет Минздрава России (ФГБОУ ВО НГМУ Минздрава России), Красный проспект, 52, Новосибирск, 630091, Россия; **Пацала Сергей Викторович** — старший преподаватель кафедры географии, регионоведения и туризма ФГБОУ ВО НГПУ.

Место работы авторов: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный педагогический университет» (ФГБОУ ВО «НГПУ»), ул. Вилюйская, 28, Новосибирск, 630126, Россия.

Information about the authors:

Goroshko Nadezhda V. — Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor. SPIN code: 8648-3757. Researcher ID: K-7015-2018. Place of work 2: Novosibirsk State Medical University, 52 Krasny Prospekt, Novosibirsk, 630091, Russia; **Patsala Sergey V.** - senior lecturer at the Department of Geography, Regional Studies and Tourism, FSBEI HE NSPU.

Place of work of the authors: Novosibirsk State Pedagogical University, 28 Vilyuiskaya st., Novosibirsk, 630126, Russia.

Статья поступила в редакцию 10.01.2024; одобрена после рецензирования 29.01.2024; принята к публикации 01.03.2024. The article was submitted 01/10/2024; approved after reviewing 01/29/2024; accepted for publication 03/01/2024.