

Научная статья

УДК 008

DOI: 10.20323/1813-145X-2025-2-143-224

EDN: EEFOJF

### Современное городское пространство: социокультурный анализ

**Оксана Роальдовна Тучина**

Доктор психологических наук, профессор кафедры физики, Кубанский государственный технологический университет. 350072, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Московская, 2;

Профессор кафедры психологии личности и общей психологии, Кубанский государственный университет. 350040, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

tuchena@yandex.ru, <https://0000-0001-5525-7645>

**Аннотация.** Психологическое благополучие жителей города во многом определяется особенностями городской среды, в том числе и ее эстетической привлекательностью. Современная городская среда является динамично развивающимся пространством, создающим новые формы городской культуры, к которым относятся муралы – настенные изображения. Цель работы – исследование психосемантической структуры объектов городской культуры (муралов) у жителей Краснодара. Эмпирическая база исследования: 390 респондентов в возрасте от 18 до 38 лет ( $M=20,3$ ,  $SD=6,7$ ), жители Краснодара (211 женщин, 179 мужчин). В ходе проведения исследования был использован авторский опросник, методика свободных описаний Д. А. Леонтьева, методика «Биполярный семантический дифференциал», за основу которой были взяты пары противоположных по смыслу прилагательных, полученных в результате ассоциативного эксперимента. В качестве стимульного материала респондентам были предъявлены фотографии муралов. В результате факторизации суммарных оценок респондентов было получено двухфакторное семантическое пространство, включающее факторы «Привлекательность» и «Сила и активность». Все исследуемые муралы имеют высокую оценку по фактору привлекательности, по фактору силы и активности оценка исследуемых объектов значительно различается. Наиболее популярные объекты стрит-арта Краснодара различаются по основной идее, тематике, стилистике, их объединяющим свойством является оригинальность, а также органичность в городском пространстве, «вписанность» в городскую среду.

**Ключевые слова:** городская среда; городское культурное пространство; мурал; восприятие объектов городской культуры; методы психосемантики; факторная структура

Исследование выполнено при финансовой поддержке Кубанского научного фонда (проект № НИП-20.1/209 «Интерактивная цифровая среда как инструмент реализации социально-экономического потенциала изобразительного искусства г. Краснодара»).

**Для цитирования:** Тучина О. Р. Современное городское пространство: социокультурный анализ // Ярославский педагогический вестник. 2025. № 2 (143). С. 224–231. <http://dx.doi.org/10.20323/1813-145X-2025-2-143-224>. <https://elibrary.ru/EEFOJF>

Original article

### Modern urban space: sociocultural analysis

**Oksana Roaldovna Tuchina**

Doctor of psychological sciences, professor at department of physics, Kuban state technological university. 350072, Krasnodar, Moskovskaya st., 2;

Professor of the department of personality psychology and general psychology, Kuban state university. 350040, Krasnodar, Stavropolskaya st., 149

**Abstract.** Psychological well-being of city residents is largely determined by the characteristics of the urban environment, including its aesthetic appeal. The modern urban environment is a dynamically developing space that creates new forms of urban culture, which include murals – wall images. The purpose of the work is to study the psychosemantic structure of urban cultural objects (murals) among residents of Krasnodar. The empirical base of the study is

390 respondents aged 18 to 38 years ( $M = 20.3$ ,  $SD = 6.7$ ), residents of Krasnodar (211 women, 179 men). The author's questionnaire, the free description technique of D. A. Leontiev, the «Bipolar Semantic Differential» technique were used, based on pairs of opposite adjectives obtained as a result of an associative experiment. As a stimulus material, respondents were shown photographs of murals. As a result of factorization of the total assessments of the murals by the respondents, a two-factor semantic space was obtained, including the factors «Attractiveness» and «Strength and activity». All the murals under study have a high assessment for the attractiveness factor, but the assessment of the objects under study varies significantly for the strength and activity factor. The most popular street art objects in Krasnodar vary significantly in their main idea, theme, and style, their unifying feature is originality, as well as organicity in the urban space..

**Key words:** urban environment; urban cultural space; mural; perception of urban cultural objects; methods of psychosemantics; factor structure

**For citation:** Tuchina O. R. Modern urban space: sociocultural analysis. *Yaroslavl pedagogical bulletin*. 2025; (2): 224-231. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/1813-145X-2025-2-143-224>. <https://elibrary.ru/EEFOJF>

## Введение

Место проживания человека в современной науке рассматривается не только как физическая константа, но и как пространство формирования ценностно-смысловой сферы личности, ее отношения к себе и окружающим [Озерина, 2020; Тучина, 2023]. На сегодняшний день собран значительный массив данных, свидетельствующих, что физическое и эмоциональное состояние жителей города и в целом их психологическое благополучие во многом определяется особенностями городской среды, в том числе и ее эстетической привлекательностью [David, 1991; Galindo, 2000; 2005; Bornioli, 2018].

Образ города опирается как на личный опыт взаимодействия с окружающей средой города и способности человека выделить из городской среды субъективно значимые элементы, так и на коллективные представления городского сообщества и различных социальных групп горожан [Габидулина, 2012; Хохолова, 2021]. В отечественных исследованиях восприятия городской среды и ее влияния на психологическое состояние жителей рассматривается через исследование образа города в целом [Воробьева, 2012; Шмелина, 2016, Озерина, 2020; Тучина, 2023], и отдельных составляющих городского пространства. Чаще всего объектами исследования становятся архитектурные сооружения, исторические и современные [Артемьева, 1999; Габидулина, 2012; Вырва, 2015; Капцевич, 2020], а также отдельные элементы городской архитектурной среды, такие как храмовый изразец [Галяпина, 2024; Киселева, 2022].

## Исследование городской среды в современной науке

Восприятие городских пространств респондентами рассматривается в рамках психологии субъективной семантики, которая исследует «семанти-

ческие коды» объектов городской среды, представляющие собой эмоционально окрашенные реакции человека на воздействие определенного художественного объекта [Артемьева, 1999; Вырва, 2015; Габидулина, 2012; Воробьева, 2012], а также в рамках субъектно-бытийного подхода, рассматривающего место проживания человека как бытийное пространство личности [Тучина, 2023].

Современная городская среда является динамично развивающимся пространством, создающим новые формы городской культуры. Уличное искусство возникло как форма социального протеста и долго оставалось в основном несанкционированным видом городского акционизма, но в новом урбанистическом контексте стрит-арт постепенно превращается в полноценный элемент городской среды [Поносов, 2021]. Реклама, стрит-арт и муралы сегодня выполняют целый ряд функций: сохранение и актуализация исторической памяти и культурного наследия, помощь в улучшении навигации в типовой жилой застройке, индивидуализация конкретного района и города, самоидентификация как отдельных районов, так и города в целом [Маевская, 2021; Mendelson-Shwartz, 2024]. Паблик-арт также может быть значимым фактором социальной интеграции и активизации, облегчая восприятие городского пространства его жителями как своего собственного, закрепленного на их «ментальных картах» [Januchta-Szostak, 2010; Redaelli, 2021].

Мурализм как практика легального оформления городских фасадов является относительно недавним явлением, однако в настоящее время муралы заняли значительное место в городском пространстве мегаполисов по всему миру. Муралы могут изменять визуальную среду как придомовых территорий (роспись подстанций, вспомогательных технических строений дворов и малых общественных пространств), так и высотных жилых или общественных зданий, что выводит эти

художественные объекты в статус градостроительных доминант [Маевская, 2021].

Зарубежные ученые активно исследуют влияние муралов на социальные и физические аспекты городского пространства [Mendelson-Shwartz, 2024; Xu, 2024]. В этих исследованиях муралы рассматриваются с разных позиций: как визуальное воплощение вызовов современности, способ выражения социального протеста и идентичности определенных групп, способ сплочения и самоидентификации городского сообщества [Greaney, 2002; Fuentes 2018; Song, 2024], с точки зрения экономической ценности и туристической привлекательности [Forte, 2019]. Отечественные исследования в данной области пока немногочисленны и касаются в основном изучения возможностей стрит-арта как средства преобразования городской среды, повышения ее эстетической привлекательности [Поносов, 2021; Маевская, 2021; 2023].

Проблема восприятия объектов городского искусства и конкретно муралов городским сообществом и жителями города практически не изучалась. Соответственно, актуальной научной и практической задачей становится психологическое исследование восприятия объектов городской культуры и, в частности, муралов в современной городской среде.

### Методология исследования

Теоретической основой исследования является субъектно-бытийный подход, в рамках которого место проживания человека, его жизненное пространство, где происходит формирование личностных смыслов, реализация потребностей, рассматривается как значимое бытийное пространство личности [Рябкина, 2023]. Особенность места проживания как бытийного пространства личности проявляется в эмоциональной связи человека с городом и городским сообществом. Восприятие визуального образа города и его отдельных элементов, созданных архитекторами, скульпторами, художниками, является активным творческим процессом воссоздания жителем города видения их создателями городского пространства [Тучина, 2023].

Восприятие художественных объектов городского пространства, к которым относятся и муралы, как процесс творческого воспроизведения опосредован личностью горожанина, его имплицитной теорией мира, представления о городе и себе как жителе этого города. Соответственно, в качестве теоретических основ исследования

восприятия объектов городского искусства может быть использован психосемантический подход, который реализует парадигму «субъектного» подхода к пониманию другого [Осгуд, 1972; Петренко, 2010; Вырва, 2015], и теория субъективной семантики [Артемьева, 1999; Габидулина, 2012]. Реконструкция «субъективного инобытия» [Петренко, 2014] произведения городского искусства возможна путем построения семантических пространств, которые рассматриваются как операциональная модель сознания реципиентов.

*Целью* работы является исследование психосемантической структуры объектов городской культуры (муралов) у жителей Краснодара.

*Выборка.* Выборку исследования составили 390 респондентов в возрасте от 16 до 48 лет ( $M = 20,3$ ,  $SD = 6,7$ ); 211 женщин, 179 мужчин.

*Используемые методы.* Был использован авторский опросник, методика свободных описаний Д. А. Леонтьева, методика «Биполярный семантический дифференциал», за основу которой были взяты пары противоположных по смыслу прилагательных, полученных в результате ассоциативного эксперимента.

Для обработки данных применялся статистический пакет SPSS 23.0. Был использован эксплораторный факторный анализ, анализ согласованности шкал (альфа Кронбаха), метод анализа среднего.

На первом этапе исследования был проведен пилотажный опрос жителей Краснодара (520 человек) при помощи авторской анкеты с целью выявить наиболее значимые для респондентов объекты городской культуры и их ассоциативные характеристики. Было выявлено 5 наиболее значимых с точки зрения респондентов городских муралов, оказывающих наибольшее влияние на визуальный образ города (их отметили более 10 % опрошенных).

На основании анализа результатов ассоциативного эксперимента были составлены шкалы для изучения восприятия городских муралов методом семантического дифференциала (СД). Муралы, выявленные в результате пилотажного исследования, респонденты оценивали по данным шкалам (от 1 до 7 баллов). В качестве стимульного материала респондентам были предъявлены фотографии муралов, опрос проходил на Яндекс-платформе. Для каждого объекта методом анализа среднего были выявлены наиболее значимые, с точки зрения респондентов, характеристики.

Для снижения размерности шкал и структурирования образа, полученного при психосеман-

тической оценке муралов Краснодара, был проведен эксплораторный факторный анализ с использованием метода главных компонент с варимакс-вращением с нормализацией Кайзера. Объекты исследования (муралы) были размещены в факторном пространстве полученных семантических факторов.

### Результаты исследования

К наиболее значимым краснодарским муралам, с точки зрения жителей города, относятся следующие: «Скрипачка» на здании Муниципального концертного зала, автор Луиджи Мариа Мураторе, известный как «Raptuz» (его отметили 56 % опрошенных); портрет летчицы Евдокии Бершанской, автор Георгий Куринов (39 % респондентов); «Начинаем погружение», автор Георгий Куринов (32 % респондентов); «Краснодар растет», автор Роман Филиппов (22 % респондентов); «Девушка с рыбами и цветком», автор Татьяна Тако (14 % респондентов).

На основании анализа результатов ассоциативного эксперимента были составлены шкалы, включающие 27 пар противоположных по смыслу прилагательных. Для каждого мурала методом анализа среднего были выявлены наиболее значимые, с точки зрения респондентов, характеристики (более 5,5 баллов). Мурал «Скрипачка» респонденты оценили как приятный (6,1±1,4), дружелюбный (6,2±1,2), счастливый (6,0±0,9), торжествующий (6,2±0,8), звонкий (6,4±0,7), органичный в городской среде (6,1±1,1), необычный (6,2±0,9). Портрет летчицы Евдокии Бершанской в оценке горожан характеризуется качествами: необычный (6,3±1,1), торжествующий (6,4±1,2), органичный в городской среде (6,1±1,4), значимый (6,2±1,1), родной (6,3±1,1), энергичный (6,0±1,2), сильный (6,4±0,9), четкий (6,1±1,3). «Начинаем погружение» характеризуется жителями города как приятный (6,1±0,8), расслабляющий (6,2±1,4), спокойный (6,0±0,9), необычный (6,4±1,1), независимый (6,2±1,3), органичный в городской среде (6,4±1,1). Мурал «Краснодар растет» горожане оценивают как органичный в городской среде (6,3±1,3), дружелюбный (6,2±1,4), необычный (6,6±1,5), счастливый (5,9±0,9), звонкий (5,7±1,1), энергичный (6,3±1,1). Мурал «Девушка с рыбами и цветком» жители Краснодара оценивают как приятный (6,1±1,01), органичный в городской среде (6,0±0,8), расслабляющий (6,3±1,4), спокойный (6,3±1,2), необычный (6,4±1,5).

В результате факторизации суммарных оценок объектов городского искусства (муралов) было получено двухфакторное семантическое пространство, объясняющее 76,8 % дисперсии данных (Таблица 1). Показатели пригодности двухфакторной структуры имеют приемлемые значения: КМО 0,963, критерий сферичности Бартлетта 6499,493,  $p < 0,000$ .

Таблица 1.

### Результаты эксплораторного факторного анализа суммарных оценок респондентов муралов г. Краснодара

| шкалы                          |                              | фактор |        |
|--------------------------------|------------------------------|--------|--------|
|                                |                              | 1      | 2      |
| неприятный                     | приятный                     | 0,845  |        |
| неорганичный в городской среде | органичный в городской среде | 0,840  |        |
| враждебный                     | дружелюбный                  | 0,804  |        |
| напрягающий                    | расслабляющий                | 0,773  |        |
| злой                           | добрый                       | 0,724  |        |
| замкнутый                      | открытый                     | 0,722  |        |
| суетливый                      | спокойный                    | 0,696  |        |
| утомительный                   | неутомительный               | 0,662  |        |
| горестный                      | счастливый                   | 0,652  |        |
| черствый                       | отзывчивый                   | 0,627  |        |
| унылый                         | торжествующий                | 0,616  |        |
| глухой                         | звонкий                      |        | 0,811  |
| неизвестный                    | известный                    |        | 0,764  |
| незначимый                     | значимый                     |        | 0,737  |
| чужой                          | родной                       |        | 0,713  |
| зависимый                      | независимый                  |        | 0,688  |
| незаметный                     | заметный                     |        | 0,636  |
| вялый                          | энергичный                   |        | 0,620  |
| слабый                         | сильный                      |        | 0,618  |
| размытый                       | четкий                       |        | 0,602  |
| упрямый                        | уступчивый                   |        | -0,602 |
| обычный                        | необычный                    |        | 0,560  |
| % объясняемой дисперсии        |                              | 62,2   | 14,6   |

Таким образом, в результате факторного анализа были выявлены два фактора оценки муралов, объединившие 22 пары прилагательных. Они были обозначены нами в соответствии с традиционными семантическими критериями, выделенными Ч. Осгудом [Осгуд, 1972]: как «Привлекательность» ( $\alpha$  Кронбаха 0,79) и «Сила и активность» ( $\alpha$  Кронбаха 0,87).

Затем исследуемые объекты (муралы) были размещены в факторном пространстве полученных семантических факторов «Привлекательность» и «Сила и активность» (рис. 1).

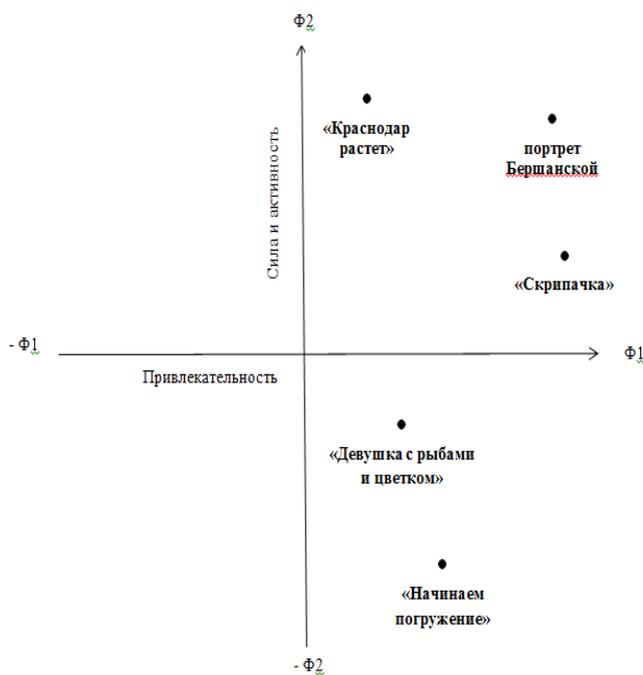


Рисунок 1. Факторное пространство семантических факторов «Привлекательность» и «Сила и активность»

### Обсуждение результатов

Результаты пилотажного опроса респондентов Краснодара при помощи авторской анкеты позволили выявить наиболее значимые, с точки зрения горожан, объекты городской культуры. Среди наиболее значимых для краснодарцев городских муралов – три женских образа: портрет командира легендарных «ночных ведьм» летчицы Евдокии Бершанской; юная девушка со скрипкой, воплощающая идею искусства, творчества; девушка с рыбами и цветком, чей образ, по мнению автора, говорит о важности умения расслабляться и доверять жизни [Юга.ру]. Мурал «Краснодар растёт», созданный как арт-объект, посвященный Дню города Краснодара, изображает в рамках одного пространства на фасаде дома два поколения строителей – юных краснодарцев, играющих в кубики, и взрослых специалистов, реализующих масштабные проекты [Деловая газета. Юг]. Мурал «Начинаем погружение» изображает фантастический подводный мир, созданный воображением героя произведения, читающего книгу [Юга.ру]. Таким образом, наиболее популярные объекты стрит-арта Краснодара значительно различаются по основной идее, тематике, стилистике. Объединяющим свойством данных объектов является выявленная при помощи метода СД их оригинальность, а также их органичность в городском простран-

стве, «вписанность» в городскую среду.

Все исследуемые муралы имеют высокую оценку по фактору привлекательности, поскольку были выделены респондентами как наиболее заметные в городской среде. Оценка по фактору силы и активности исследуемых объектов значительно различается. Наиболее высокие оценки получили муралы «Краснодар растёт» и портрет Бершанской, характеризуемые респондентами как «энергичные, сильные, звонкие». Муралы «Девушка с рыбами и цветком» и «Начинаем погружение», расположенные на противоположном полюсе фактора, оцениваются как расслабляющие и спокойные. Таким образом, горожанам хочется видеть в городской среде настенные изображения разных типов и стилей, как активизирующие, так и расслабляющие, они должны, прежде всего, гармонизировать с другими объектами городского культурного пространства.

Активное освоение человеком городского пространства способствует укреплению его эмоциональных и смысловых связей с городом, повышению субъектности личности в городской среде [Тучина, 2024]. Муралы в современном мире стали важной частью городской культуры и визуального образа города. Соответственно, самые значимые из них должны быть включены в путеводители, городские экскурсии и стать частью интерактивной карты культурного пространства города, разрабатываемой авторами в рамках проекта «Интерактивная цифровая среда как инструмент реализации социально-экономического потенциала изобразительного искусства г. Краснодара».

### Заключение

Муралы являются важной частью городской культуры и визуального образа Краснодара. Наиболее популярные среди жителей Краснодара городские муралы оцениваются респондентами как оригинальные и органичные в городском пространстве. Образ городских муралов имеет двухфакторную психосемантическую структуру, включая факторы «Привлекательность» и «Сила и активность».

Методы психосемантики могут быть использованы для исследования восприятия объектов городской культуры, для изучения особенностей как индивидуального сознания, так и восприятия разных групп респондентов (возрастных, гендерных, профессиональных, коренных жителей и приезжих и т. д.).

Ограничения исследования связаны, прежде всего, со способом предъявления стимульного материала, поскольку воздействие на реципиента изображения мурала, по-видимому, отличается от воздействия объекта в городской среде, что должно стать предметом отдельного исследования.

#### Библиографический список

1. Артемьева Е. Ю. Основы психологии субъективной семантики. Москва : Смысл, 1999. 350 с.
2. Во всю стену. Он-лайн тур по самым большим граффити Краснодара // Юга.ру. 13.02.2022. URL: <https://www.yuga.ru/articles/culture/9596.html?ysclid=m59zzg179t619601933> (дата обращения: 12.02.2025).
3. Воробьева И. В. Психология городской среды. Екатеринбург : Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. 244 с.
4. Вырва А. Ю. Субъективная семантика архитектурных образов. Возможности субъективно-семантических методов в исследовании восприятия архитектуры / А. Ю. Вырва, Д. А. Леонтьев // Культурно-историческая психология. 2015. Т. 11, № 4. С. 96–111.
5. Габидулина С. Э. Психология городской среды. Москва : Смысл, 2012. 152 с.
6. Галяпина В. Н. Роль культурной идентичности в восприятии элементов храмовой архитектуры / В. Н. Галяпина, Н. А. Киселева, И. А. Аполлонов // Человек. 2024. Т. 35, № 5. С. 145–163.
7. Искусство вне музея: как развивается культура граффити и муралов на Кубани // Деловая газета. Юг. 25.09.2023. URL: <https://www.dg-yug.ru/article/132032.html?ysclid=m5a0aerpek0203535196> (дата обращения: 12.02.2025).
8. Капцевич О. А. Смысловые аспекты восприятия различных типов жилых зданий по результатам ассоциативного эксперимента // Экспериментальная психология. 2022. Т. 15, № 1. С. 103–121.
9. Киселева Н. А. Взаимосвязь индивидуальных ценностей и психосемантической оценки архитектурных храмовых изразцов / Н. А. Киселева, В. Н. Галяпина // Психология. Журнал ВШЭ. 2022. Т. 19, № 4. С. 784–804.
10. Маевская М. Е. Новые способы формирования образа города в цифровую эпоху // Современная архитектура мира. 2021. Вып. 17, № 2. С. 199–221.
11. Маевская М. Е. Стратегии легализации уличного искусства в пространстве российских городов в контексте международного опыта. Позитивные и негативные практики // Современная архитектура мира. 2023. Вып. 21, № 2. С. 111–132.
12. Озерина А. А. Визуальный образ города в представлении студентов (на примере города Волгограда) / А. А. Озерина, Н. Е. Тимофеев // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2020. Вып. 3. С. 516–521.
13. Осгуд Ч. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам / Ч. Осгуд, Дж. Суси, П. Танненбаум // Семиотика и искусствометрия / ред. Ю. М. Лотман, В. М. Петров. Москва : Мир, 1972. С. 278–297.
14. Петренко В. Ф. Основы психосемантики. Москва : Изд-во Московского ун-та. 2010. 482 с.
15. Петренко В. Ф. Психосемантика искусства. Москва : МАКС Пресс, 2014. 320 с.
16. Поносов И. Г. Искусство и город. Граффити, уличное искусство, активизм. Москва : Юпитер-Импэкс, 2021. 288 с.
17. Рябикина З. И. Психология личности: субъектно-бытийный подход: монография / под ред. З. И. Рябикиной, Л. Н. Ожиговой, А. Ш. Гусейнова. Краснодар : Изд-во Кубанского гос. ун-та, 2023. 249 с.
18. Тучина О. Р. Визуальный образ города в представлениях горожан (на материале исследования жителей Краснодара) / О. Р. Тучина, И. А. Аполлонов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2023. Т. 20, № 4. С. 896–913.
19. Тучина О. Р. Исследование ценностных оснований идентичности с местом проживания: субъектный подход / О. Р. Тучина, И. А. Аполлонов // Российский психологический журнал. 2024. Т. 21, № 3. С. 92–111.
20. Хохолова И. С. Ментальные карты северных городов Якутии (Верхоянск и Среднеколымск): социокогнитивный подход / И. С. Хохолова, В. В. Филиппова // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 3 (83). С. 40–47.
21. Шмелина О. С. Образы «города-мечты» и реального города в представлении жителей крупного и малого городов / О. С. Шмелина, О. Е. Цыганкова // Социально-психологические исследования города / под общ. ред. Т. В. Дробышевой, А. Л. Журавлева. Москва: Институт психологии, Российская академия наук, 2016. С. 27–49.
22. Bornioli A. The psychological wellbeing benefits of place engagement during walking in urban environments: A qualitative photo-elicitation study / A. Bornioli, G. Parkhurst, P. L. Morgan // Health & Place, Volume 53, 2018. P. 228–236.
23. David L. Environmental psychological perspectives on landscape / L. David, B. A. Uzzell // Landscape Research. 1991. № 16(1). P. 3–10.
24. Forte F. How can street art have economic value? / F. Forte, P. De Paola // Sustainability. 2019. Т. 11, № 3. P. 580.
25. Fuentes E. The abstraction of content and intent between murals and street art // Visual Inquiry: Learning & Teaching Art. 2018. Т. 7, № 1. P. 9–17.
26. Galindo M. P. Environmental aesthetics and psychological wellbeing: Relationships between preference judgements for urban landscapes and other relevant affective responses/ M. P. Galindo, J. A. C. Rodriguez // Psychology in Spain. 2000 Vol. 4, № 1 P. 13–27.
27. Galindo M. P. Aesthetic preferences and the attribution of meaning: Environmental categorization pro-

cesses in the evaluation of urban scenes / M. P. Galindo, M. C. Hidalgo // *International Journal of Psychology*. 2005. № 40(1). P. 19–27.

28. Greaney M. E. The power of the urban canvas: Paint, politics, and mural art policy // *New England Journal of Public Policy*. 2002. T. 18, № 1. P. 6.

29. Januchta-Szostak A. The Role of Public Visual Art in Urban Space Recognition // *Cognitive Maps*. 2010. URL: <http://dx.doi.org/10.5772/7120>.

30. Mendelson-Shwartz, E. Murals and the City: A Comparative Perspective on Practices, Policies, and Regulations / E. Mendelson-Shwartz, N. Mualam. Routledge. 2024. 382 p.

31. Redaelli E. Arts in the city: Debates in the Journal of Urban Affairs / E. Redaelli, D. Stevenson // *Journal of Urban Affairs*. 2021. № 44(4–5). P. 456–470.

32. Song H. Value-Creation and Challenges of Public Art Practice in Rural Areas: A Systematic Review / H. Song, M. Mustafa, S. Chen // *The Journal of Arts Management, Law, and Society*. 2024. P. 1-18.

33. Xu J. Endowed with positive values and fatal weaknesses: Public art practices in post-industrial landscape. A systematic review / J. Xu, M. Ker, M. Mustafa // *Environment and Social Psychology*. 2024. T. 9, № 10. P. 1-20.

#### Reference list

1. Artem'eva E. Ju. Osnovy psihologii subjektivnoj semantiki = Basic psychology of subjective semantics. Moskva : Smysl, 1999. 350 s.

2. Vo vsju stenu. On-lajn tur po samym bol'shim graffiti Krasnodara = All over the wall. Online tour of the largest graffiti in Krasnodar // *Juga.ru*. 13.02.2022. URL: <https://www.yuga.ru/articles/culture/9596.html?ysclid=m59zzgl79t619601933> (data obrashhenija: 12.02.2025).

3. Vorob'eva I. V. Psihologija gorodskoj sredy = Psychology of the urban environment. Ekaterinburg : Izd-vo Ros. gos. prof.-ped. un-ta, 2012. 244 s

4. Vyrva A. Ju. Subjektivnaja semantika arhitekturnyh obrazov. Vozmozhnosti subjektivno-semanticheskikh metodov v issledovanii vosprijatija arhitektury = Subjective semantics of architectural imagery. Possibilities of subjective-semantic methods in the study of architecture perception / A. Ju. Vyrva, D. A. Leont'ev // *Kul'turno-istoricheskaja psihologija*. 2015. T. 11, № 4. S. 96–111.

5. Gabidulina S. Je. Psihologija gorodskoj sredy = Psychology of the urban environment. Moskva : Smysl, 2012. 152 s.

6. Galjapina V. N. Rol' kul'turnoj identichnosti v vospriyatii jelementov hramovoj arhitektury = The role of cultural identity in the perception of elements of temple architecture / V. N. Galjapina, N. A. Kiseleva, I. A. Apollonov // *Chelovek*. 2024. T. 35, № 5. S. 145–163.

7. Iskusstvo vne muzeja: kak razvivaetsja kul'tura graffiti i muralov na Kubani = Art outside the museum: how the culture of graffiti and murals is developing in the Kuban // *Delovaja gazeta*. Jug. 25.09.2023. URL: [https://www.dg-](https://www.dg-yug.ru/article/132032.html?ysclid=m5a0aepk0203535196)

[yug.ru/article/132032.html?ysclid=m5a0aepk0203535196](https://www.dg-yug.ru/article/132032.html?ysclid=m5a0aepk0203535196) (data obrashhenija: 12.02.2025).

8. Kapcevich O. A. Smyslovye aspekty vosprijatija razlichnyh tipov zhilyh zdaniy po rezul'tatam associativnogo jeksperimenta = Semantic aspects of perception of various types of residential buildings based on the results of an association experiment // *Jeksperimental'naja psihologija*. 2022. T. 15, № 1. C. 103–121.

9. Kiseleva N. A. Vzaimosvjaz' individual'nyh cennošej i psihosemanticheskoi ocenki arhitekturnyh hramovyh izrazcov = The relationship of individual values and psychosemantic assessment of architectural temple tiles / N. A. Kiseleva, V. N. Galjapina // *Psihologija. Zhurnal VShJe*. 2022. T. 19, № 4. S. 784–804.

10. Maevskaja M. E. Novye sposoby formirovanija obraza goroda v cifrovuju jepohu = New ways to shape the image of the city in the digital age // *Sovremennaja arhitektura mira*. 2021. Vyp. 17, № 2. S. 199–221.

11. Maevskaja M. E. Strategii legalizacii ulichnogo iskusstva v prostranstve rossijskih gorodov v kontekste mezhdunarodnogo opyta. Pozitivnye i negativnye praktiki = Strategies for legalizing street art in the space of Russian cities in the context of international experience. Positive and negative practices // *Sovremennaja arhitektura mira*. 2023. Vyp. 21, № 2. S. 111–132.

12. Ozerina A. A. Vizual'nyj obraz goroda v predstavlenii studentov (na primere goroda Volgograda) = Visual image of the city in students' ideas (on the example of the city of Volgograd) / A. A. Ozerina, N. E. Timofeev // *Gercenovskie chtenija: psihologicheskie issledovanija v obrazovanii*. 2020. Vyp. 3. S. 516–521.

13. Osgud Ch. Prilozhenie metodiki semanticheskogo differenciala k issledovanijam po jestetike i smezhnym problemam = Application of the semantic differential technique to studies on aesthetics and related problems / Ch. Osgud, Dzh. Susi, P. Tannenbaum // *Semiotika i iskusstvometrija* / red. Ju. M. Lotman, V. M. Petrov. Moskva : Mir, 1972. S. 278–297.

14. Petrenko V. F. Osnovy psihosemantiki = The basics of psychosemantics. Moskva : Izd-vo Moskovskogo un-teta. 2010. 482 s.

15. Petrenko V. F. Psihosemantika iskusstva = Psychosemantics of art. Moskva : MAKS Press, 2014. 320 s.

16. Ponosov I. G. Iskusstvo i gorod. Graffiti, ulichnoe iskusstvo, aktivizm = Art and city. Graffiti, street art, activism. Moskva : Jupiter-Impjeks, 2021. 288 s.

17. Rjabikina Z. I. Psihologija lichnosti: subjektivno-bytijnij podhod = Personality psychology: subjective-everyday approach : monografija / pod red. Z. I. Rjabikinoj, L. N. Ozhigovoj, A. Sh. Gusejnova. Krasnodar : Izd-vo Kubanskogo gos. un-ta, 2023. 249 s.

18. Tuchina O. R. Vizual'nyj obraz goroda v predstavlenijah gorozhan (na materiale issledovanija zhitelej Krasnodara) = The visual image of the city in the views of citizens (based on the research of Krasnodar residents) / O. R. Tuchina, I. A. Apollonov // *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Psihologija i pedagogika*. 2023. T. 20, № 4. S. 896–913.

19. Tuchina O. R. Issledovanie cennostnyh osnovanij identichnosti s mestom prozhivaniya: subjektnyj podhod = Studying the value bases of identity with place of residence: a subject approach / O. R. Tuchina, I. A. Apollonov // Rossijskij psihologicheskij zhurnal. 2024. T. 21, № 3. S. 92–111.
20. Hoholova I. S. Mental'nye karty severnyh gorodov Jakutii (Verhojansk i Srednekolymsk): sociokognitivnyj podhod = Mental maps of the northern cities in Yakutia (Verkhoyansk and Srednekolymsk): sociocognitive approach / I. S. Hoholova, V. V. Filippova // Obshhestvo: sociologija, psihologija, pedagogika. 2021. № 3 (83). S. 40–47.
21. Shmelina O. S. Obrazy «goroda-mechty» i real'nogo goroda v predstavlenii zhitelej krupnogo i malogo gorodov = Images of the «dream city» and the real city in the representation of residents in large and small cities / O. S. Shmelina, O. E. Cygankova // Social'no-psihologicheskie issledovanija goroda / pod obshh. red. T. V. Drobyshevoj, A. L. Zhuravleva. Moskva: Institut psihologii, Rossijskaja akademija nauk, 2016. S. 27–49.
22. Bornioli A. The psychological wellbeing benefits of place engagement during walking in urban environments: A qualitative photo-elicitation study / A. Bornioli, G. Parkhurst, P. L. Morgan // Health & Place, Volume 53, 2018. P. 228–236.
23. David L. Environmental psychological perspectives on landscape / L. David, B. A. Uzzell // Landscape Research. 1991. № 16(1). R. 3–10.
24. Forte F. How can street art have economic value? / F. Forte, P. De Paola // Sustainability. 2019. T. 11, № 3. P. 580.
25. Fuentes E. The abstraction of content and intent between murals and street art // Visual Inquiry: Learning & Teaching Art. 2018. T. 7, №. 1. P. 9–17.
26. Galindo M. P. Environmental aesthetics and psychological wellbeing: Relationships between preference judgements for urban landscapes and other relevant affective responses/ M. P. Galindo, J. A. C. Rodriguez // Psychology in Spain. 2000 Vol. 4, № 1 P. 13–27.
27. Galindo M. P. Aesthetic preferences and the attribution of meaning: Environmental categorization processes in the evaluation of urban scenes / M. P. Galindo, M. C. Hidalgo // International Journal of Psychology. 2005. № 40(1). R. 19–27.
28. Greaney M. E. The power of the urban canvas: Paint, politics, and mural art policy // New England Journal of Public Policy. 2002. T. 18, №. 1. P. 6.
29. Januchta-Szostak A. The Role of Public Visual Art in Urban Space Recognition // Cognitive Maps. 2010. URL: <http://dx.doi.org/10.5772/7120>.
30. Mendelson-Shwartz, E. Murals and the City: A Comparative Perspective on Practices, Policies, and Regulations / E. Mendelson-Shwartz, N. Mualam. Routledge. 2024. 382 r.
31. Redaelli E. Arts in the city: Debates in the Journal of Urban Affairs / E. Redaelli, D. Stevenson // Journal of Urban Affairs. 2021. № 44(4–5). P. 456–470.
32. Song H. Value-Creation and Challenges of Public Art Practice in Rural Areas: A Systematic Review / H. Song, M. Mustafa, S. Chen // The Journal of Arts Management, Law, and Society. 2024. P. 1-18.
33. Xu J. Endowed with positive values and fatal weaknesses: Public art practices in post-industrial landscape. A systematic review / J. Xu, M. Ker, M. Mustafa // Environment and Social Psychology. 2024. T. 9, №. 10. R. 1-20.

Статья поступила в редакцию 13.01.2025; одобрена после рецензирования 17.02.2025; принята к публикации 27.03.2025.

The article was submitted 13.01.2025; approved after reviewing 17.02.2025; accepted for publication 27.03.2025.