

Цитування:

Плюта О. П. Роль арт-туризму в процесі формування туристичної привабливості території. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2021. № 3. С. 47-52.

Plyuta O. (2021). The role of art tourism in the process of forming tourist attractiveness of the territory. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 3, 47-52 [in Ukrainian].

Плюта Олена Павлівна,

кандидат культурології, викладач кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8722-4546>
plyuta-olena@ukr.net

РОЛЬ АРТ-ТУРИЗМУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ

Мета статті – визначити роль сучасного арт-туризму, його складових і різновидів у процесі формування туристичної привабливості певної території. **Методологія** дослідження ґрунтується на застосуванні загальнонаукових методів (системного, структурно-функціонального, генетичного, типологізації тощо) із залученням дослідницьких настанов соціокультурного аналізу явищ і процесів. **Наукова новизна** одержаних результатів дослідження полягає у з'ясуванні ролі арт-туризму в процесі формування туристичної привабливості території, що полягає у формуванні позитивного іміджу останньої за рахунок використання нових способів і механізмів просування. Результати та **висновки**. У статті наведено характеристику арт-туризму, який передбачає інтелектуальний відпочинок, тобто поєднання приємного з корисним, а саме цілеспрямоване відвідування різних арт-заходів і подій: форумів сучасного мистецтва, великих художніх та фотовиставок, театральних прем'єр, кінофестивалів та ін. Арт-туризм створює позитивні характеристики конкретної території, формує певний образ у споживача щодо культурно-історичної спадщини, сучасного мистецтва, повсякденного стилю життя тощо. Визначено особливості сучасного стріт-арту, який є одним з напрямів, що приваблює туристів з усього світу. Все більше спільнот включають стріт-арт і графіті в концепції оформлення сучасних кварталів та районів своїх міст. Безпосередньо приділено увагу такому напрямку креативної туристичної діяльності як арт-готелі, що вирізняються із загальної маси своєю оригінальністю, художнім оформленням і творчим підходом до обслуговування.

Ключові слова: арт-туризм, стріт-арт, арт-об'єкт, арт-готель, культура, мистецтво, культурно-пізнавальний туризм, відпочинок, індустрія розваг, туристична привабливість.

Plyuta Olena, Candidate of Culturology, Lecturer of the Department Hotel, Restaurant, and Tourist Business, Kyiv National University of Culture and Arts

The role of art tourism in the process of forming tourist attractiveness of the territory

The purpose of the article is to determine the role of modern art tourism, its components, and varieties in the process of the formation of tourist attractiveness of a certain territory. **The methodology** of the research is based on the use of general scientific methods (systemic, structural and functional, genetic, typologization, etc.) with the involvement of research guidelines of socio-cultural analysis of phenomena and processes. **The scientific novelty** of the results obtained is to find out the role of art tourism in the process of forming a tourist attractiveness of the territory, which consists in the formation of a positive image of the latter due to the use of new methods and mechanisms for promotion. **Conclusions.** The article presents an article characteristic of art tourism, which provides intellectual rest, that is, a combination of pleasant with useful, namely purposeful visits to various art measures and events: forums of contemporary art, large artistic and photo exhibitions, theatrical prime minister, film festivals, etc. Art tourism creates positive characteristics of a particular territory, forms a certain image of a consumer about cultural and historical heritage, contemporary art, everyday style of life, etc. The features of modern street art, which is one of the directions attracting tourists from all over the world. Street art is able to tell an entire history of culture and life without a single word. More and more communities include Street Art and Graffiti in the concept of designing modern quarters and areas of their cities. Important attention is paid to this direction of creative tourism activity as an art hotel, which distinguished from the overall mass with its originality, artistic design, and creative approach to service.

Keywords: art-tourism, street art, art object, art-hotel, culture, art, cultural and cognitive tourism, rest, entertainment industry, tourist attractiveness.

Актуальність теми дослідження. Культура є таким же двигуном прогресу, як і наука. Вона утворює, регулює поведінку, несе в собі цінності та відображає певний образ суспільства. Для туристичної діяльності культура також важлива, вона є частиною культурно-пізнавального туризму – виду туризму, де культура є базисом для формування туристичного продукту. Культурно-пізнавальний туризм позитивно впливає на економіку території, підтримує її імідж, забезпечує збереження культурної спадщини та розвиток самої культури. Цей вид туризму можна поділити на кілька видів, серед яких слід виокремлюють так званий арт-туризм. Він спеціалізується на «високій» і популярній культурі, реалізує інтереси до сучасних процесів в сфері художньої творчості. Тут турист зацікавлений в художніх галереях і виставках, театрах і драматичних, музичних виставах, культурно-креативних кварталах, фестивалях мистецтв, музеях і подіях в сфері сучасного дизайну і моди, літературних місцях, місцях зйомок фільмів та ін. Арт-туризм створює позитивні характеристики певної території, формує певний образ у споживача щодо культурно-історичної спадщини, сучасного мистецтва, повсякденного стилю життя тощо.

Вивчення територіальних особливостей і виявлення потенціалу територій для вирішення питань соціокультурного розвитку регіону пов'язані з потребами управлінської практики і довгостроковим прогнозуванням розвитку території. Результати такого аналізу важливі і актуальні для підприємців, що спеціалізуються на організації туризму в регіоні, а також працівників туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми комплексного розвитку арт-туризму в регіонах України не розглядалися в науковій літературі належним чином. Проте певні напрацювання були зроблені такими вченими, як: О. Бейдик, О. Бабкін, Л. Устименко, О. Власенко, Ю. Забалдіна та ін. Вони вказують на необхідність включати арт-туризм як елемент привабливості туристично-рекреаційної території, а також здійснювати системний аналіз становлення та розвитку цього виду туризму в окремих регіонах та в Україні загалом.

Мета статті – визначити роль сучасного арт-туризму, його складових і різновидів у процесі формування туристичної привабливості певної території.

Виклад основного матеріалу. Арт-туризм є одним з перспективних напрямів культурно-

пізнавальних подорожей в усьому світі. Поєднання різних ресурсів для створення продукту арт-туризму дає змогу розширити можливості диференціації культурної складової. При формуванні туристичного продукту робиться акцент на індивідуальності об'єктів показу в рамках оглядово-ознайомчих туристичних маршрутів. У процесі обговорення питань організації екскурсійно-туристичних заходів, сформувався порівняно новий підхід, що враховує потребу туриста щодо отримання вражень шляхом залучення у інтерактивну діяльність. Враження завжди були ядром індустрії розваг, тому все частіше в містах відтворюються історичні реконструкції та організуються фестивалі, що перетворюють гостей міста зі спостерігачів на повноправних учасників. Добираючи найважливіші об'єкти показу в межах певної території, використовуються різноманітні форми їх подання, що максимально впливають на емоційно-чуттєву сферу.

Якщо для українського пересічного громадянина поняття «арт-туризм» є досить новим, то в Європі ще на межі ХХ – ХХІ ст. було вперше відзначено зрушення туристичного інтересу від пам'яток культурно-історичної спадщини в сторону арт-туризму – туризму, пов'язаного з домінуючим інтересом до поточних процесів в сфері художньої творчості, результатами і процесам сучасного мистецтва. Будучи відносно новим, але дуже перспективним напрямом, арт-туризм (або «художній туризм»), стає одним з провідних в туристичній галузі, зокрема в процесі розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Як різновид культурно-пізнавального туризму він передбачає інтелектуальний відпочинок, тобто поєднання приємного з корисним, цілеспрямоване відвідування різних арт-заходів і подій: форумів сучасного мистецтва, великих художніх та фотовиставок, театральних прем'єр, кінофестивалів та ін.

Арт-туризм має багато спільного з подієвим туризмом. Реалізуються поїздки на великі міжнародні виставкові заходи, такі, як Венеціанська і Стамбульська бієнале, Ліонська бієнале сучасного мистецтва та ін. Якщо ці заходи давно стали привабливими і звичними арт-маршрутами туристів, то в українців уявлення про арт-туризм ще належить сформулювати. Арт-туризм розрахований, перш за все, на тих, хто цікавиться і захоплюється публічним мистецтвом, працює в сфері культури та мистецтва, а також тих, хто бажає підвищити свій загальнокультурний і професійний рівень [4]. Закономірно, що в

деяких зарубіжних джерелах поняття «арт-туризм» і «культурно-пізнавальний туризм» ототожнюються. Хоча культурно-пізнавальний туризм здебільшого відображає прагнення мандрівника знаходити і досліджувати нові істини, чи то історичні та культурні ресурси чи інтерпретації у візуальному та виконавському мистецтві.

Культурно-пізнавальний туризм об'єднує в собі широкий спектр туристичної діяльності, яка формує розуміння відмінних характеристик окремого регіону: культурно-історичну спадщину, сучасне мистецтво, повсякденний стиль життя, а також бізнес-практики, що забезпечують доступність та інтерпретацію культури певної території.

У сучасній науковій літературі зустрічається таке поняття, як креативний (творчий) туризм. Один з підходів розглядає креативний туризм як чинник прискорення регіонального розвитку, оскільки творчий підхід багато в чому визначає стратегію розвитку регіонів. Згідно з іншим підходом, основною метою творчого туризму є надання можливості набути навички, пережити нові емоції, здобуваючи нові знання за допомогою участі у творчій діяльності спільно з іншими туристами та взаємодіючи з місцевими жителями. У цьому сенсі поняття творчості стосується того факту, що туристи не лише ознайомлюються з туристичною дестинацією за допомогою фізичної присутності, а й відкрито пізнають культурну спадщину.

Таким чином, креативний (творчий) туризм орієнтований на реалізацію потреб туристів у творчому самовираженні та духовному розвитку на основі їх власної практичної творчої діяльності. Він не прив'язаний до конкретних видів культурних пам'яток, але може ґрунтуватися на будь-яких з них, в різних поєднаннях. Головною його рисою є власна творча діяльність туриста у мистецькій сфері (малювання, музикування, літературна творчість, прикладне мистецтво, фото- та кіномистецтво тощо) та у сфері духовного самовдосконалення (навчання різним духовним практикам). Тому арт-туризм – це комплексний вид культурно-пізнавального туризму. Він вимагає: по-перше, співпраці туристичних підприємств із сучасними арт-майданчиками; по-друге, додаткових інвестицій для залучення арт-туристів; по-третє, фахівців, які орієнтуються в туристичному бізнесі та світі мистецтва одночасно.

Арт-туризм – це можливість духовного збагачення людини, її творчого розвитку. Арт-

туристів приваблюють тематичні тури, присвячені окремим видам культури та мистецтва. Так, наприклад, багато колекціонерів відвідують арт-галереї, «закриті» презентації та вернісажі для придбання творів мистецтва. Шанувальники мистецтва їдуть подивитися на роботи не лише відомих художників, чиї творіння вже вписані у світову історію мистецтва, а й на роботи сучасних митців.

Разом із тим, поняття «арт-туризм» багатогранне. Виокремлюють такі види арт-турів: виставкові, театральні, музичні, балетні тощо. До арт-турів можна віднести й виставки образотворчого, прикладного, фотомистецтва, які організують великі художні музеї. Арт-тури завжди креативні. Їм властивий не тільки художньо-пізнавальний характер, що виражається у створенні власних арт-проектів, а й освітній (відвідування арт-тренінгів, арт-семинарів, майстер-класи) та діловий (круглі столи, конференції, арт-форуми). Тому арт-туризм можна успішно поєднувати з MICE (від англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions, – діловий туризм, пов'язаний з організацією та проведенням корпоративних заходів) та освітнім туризмом. Арт-тури розраховані на фахівців, які приїжджають з метою участі в різних арт-проектах, а також на тих, хто готовий поринути у художньо-освітнє середовище та ділові комунікації. Незважаючи на те, що арт-туризм не є сьогодні рентабельним і масовим напрямом туризму, він міцно пов'язаний з проведенням масових арт-заходів. І, безумовно, у нього є всі підстави стати масовим видом туризму у найближчій перспективі. Сучасна арт-індустрія готова співпрацювати з туроператорами в цьому напрямі.

Наразі варто також згадати про новий вид сучасного мистецтва – стріт-арт. Це об'ємне поняття означає не лише створення графіті (інакше – застосування «спрей-арту»), а й друк некомерційних постерів, застосування трафаретної графіки на фасадах будівель та інших об'єктах міського середовища, проектування різних скульптурних інсталяцій тощо. У вуличному мистецтві важлива кожна деталь, дрібниця, тінь, колір, лінія. Художник залишає за собою право проявити свій «авторський стиль», створити «унікальний знак» і відобразити його на ділянках міського ландшафту різними способами [5]. Вуличне мистецтво на ранній стадії свого розвитку найбільш активно проявлялося в умовах політичного, економічного та соціального протесту. Сьогодні цей вид візуальної

культури є унікальним втіленням у міському середовищі думок і прагнень художників різного віку, які залучають безпосередньо в діалог і глядачів. Стрімкість розвитку вуличного мистецтва охопила до початку ХХІ століття всі розвинені країни. Стріт-арт пройшов шлях від найпростіших графіті кінця 1960-х років до величезних настінних розписів, що відображають настрої художника, або є реакцією на політичні та економічні події в країні, або ж просто мають за мету покращення зовнішнього вигляду того чи іншого району міста.

Є два основних напрями вуличного мистецтва, які часто протиставляються у науковій та популярній літературі – стріт-арт і паблік-арт. Їх відмінність полягає в умовах створення самого твору. Так, перший з термінів більшою мірою застосуємо до нелегального вуличного мистецтва, а паблік-арт, відповідно, до всього легального і схваленого інституціями та часто навіть виконаного на їх замовлення. З технічної точки зору засоби та прийоми вираження у «паблік-арті» та «стріт-арті» практично ідентичні – і перший і другий спеціалізуються на розписах міських об'єктів, скульптурних композиціях, використовують аерозолі, маркери, фарбу, підручні матеріали тощо. При цьому необхідно зазначити, що «паблік-арт» часто втрачає ряд притаманних «стріт-арту» рис, таких, як невизначеність і темпоральність існування витворів мистецтва (об'єкти «паблік-арту» переважно спочатку «захищені» від знищення владою, термін їх життя визначається бажанням замовника). Тому такі витвори мистецтва часто позбавлені ефекту несподіванки, пов'язаного, перш за все, з чистотою сприйняття. Планування подібних проектів часто анонсується в ЗМІ, глядач може дізнатися про твори зі сторонніх джерел ще до першого ознайомлення з ними в реальному міському просторі. «Стріт-арт», навпаки, використовує ефект несподіванки, спонтанно проникаючи в звичні міські маршрути, «зламуючи» їх зсередини. Стикаючись з такими витворами мистецтва, глядачі мають можливість «оцінювати їх з власних позицій», без впливу авторитету в особі інституцій, представлених місцевою владою та визнаними культурними організаціями, музеями та галереями.

Важливе значення для збільшення туристичного потенціалу територій мають арт-об'єкти – об'єкти мистецтва, що являють собою не лише матеріальну, а й художню цінність. У сучасному розумінні арт-об'єкт

розглядається з нової точки зору, де його функціональна складова порівняна з художньо-образною виразністю, в ньому вкладена ідея та душа творця. Саме тому арт-об'єкти, незначні з точки зору монументального мистецтва та архітектури, викликають позитивні людські почуття та об'єднують людей навколо себе. Одним з найбільш відомих прикладів збільшення туристичного інтересу до регіону, а точніше міста, за допомогою розміщення незвичайного арт-об'єкту в міському пейзажі є слоган у вигляді напису, наприклад, «I Amsterdam», що в перекладі означає Я – Амстердам. Слоган з'явився у 2004 році, коли столична влада столиці Нідерландів задумалися над сумнівним іміджем міста, який асоціювався у туристів виключно із забороненими речовинами і публічними будинками. Але Амстердам – це і велична архітектура та живопис, сучасні технології та інновації, казки, тюльпани, річкові канали, любов. Це місто, яке з радістю зустрічає гостей, даруючи їм незабутні емоції та яскраві враження. Влада міста оголосила конкурс на ребрендинг Амстердама, і маркетологи агентства «Kessels Kramer» придумали вдалий і креативний слоган – «I Amsterdam». Комбінація від англійського словосполучення «I am», що перекладається як «Я є», і початкових букв назви міста несуть в собі нову концепцію образу Амстердама: «Я – це і є Амстердам, я – мешканець цього міста!» [2]. Спочатку слоган мав лише рекламний характер, використовувався для просування нового іміджу Амстердама у всьому світі з метою розвинути бізнес, але з часом фраза «I Amsterdam» здобула скульптурну форму і перетворилася на популярну визначну пам'ятку. Влітку 2012 року ще один комплект букв встановили в аеропорту Схіпхол, щоб головне гасло країни зустрічало та проводжало гостей. Третя, мобільна версія напису «подорожує» по всьому Амстердаму, з'являючись на показах мод, ярмарках, фестивалях та інших великих заходах. На тлі величезного арт-об'єкту фотографуються не лише місцеві жителі, а й туристи, найбільш сміливі з яких навіть забираються на самі букви слогана. Словосполучення «I Amsterdam» – популярне місце для фотосесій в столиці Нідерландів. Арт-об'єкт вже давно став символом міста, його брендом і візитною карткою.

Індустрія туризму і гостинності – це галузь, що постійно змінюється і модернізується. Створюються нові напрями

туризму, послуги, маршрути і програми відпочинку та розваги, змінюються структури готельних комплексів, які стають комфортнішими і сучаснішими, а часто і креативнішими, залучаючи унікальністю і творчим підходом. Всі ці тенденції впливають на стан готельної сфери, зумовлюючи потребу створювати незвичайний туристичний продукт, придумати неймовірні ідеї для залучення гостей з дуже вимогливими запитами. Одним з таких напрямів креативної туристичної діяльності стала ідея арт-готелів – закладу розміщення, що вирізняється із загальної маси своєю оригінальністю, художнім оформленням і творчим підходом до обслуговування. Найчастіше арт-готелі – це міні-готелі, тобто невелика кількість номерів і включений сніданок. У Франції, наприклад, такі готелі мають назву «chambre d'hôtes», або «гостьові кімнати». Вони розташовуються зазвичай в центрах маленьких селищ для стимулювання розвитку сільського туризму. У Німеччині міні-готелі найчастіше називають пансіонами («pension»), для яких типовими є невеликі кімнати та відсутність стійки реєстрації. З'явилися й унікальні міні-готелі. Наприклад, відомі капсульні готелі в Японії, площа номерів яких дорівнює площі спального місця. Таку послугу тепер можна зустріти не лише в Японії. У лондонському аеропорту Хітроу є дуже маленький міні-готель «Yotel», який знаходиться поруч зі стійкою реєстрації. Його номери були спроектовані з використанням космічних технологій, щоб надати при мінімумі простору максимум комфорту. Готелі такого типу діють і в Голландії, і в Камбоджі. Зазвичай міні-готелі мають клас «три зірки». Кількість номерів в таких закладах розміщення в середньому становить близько 20–30. Переважно такі готелі пропонують оренду на одну-дві доби. В кожній країні є свої стандарти за розміром номерного фонду міні-готелів. Саме оригінальність цих закладів розміщення стає тією унікальною пропозицією, яка приваблює клієнтів, які прагнуть змінити стандартну обстановку традиційних готелів на щось нове й унікальне [3].

Натомість в арт-готелях увагу привертає оформлення приміщень і зокрема номерів. Крім стандартного набору наданих зручностей, арт-готелі мають особливе внутрішнє оздоблення загального простору й оригінальне оформлення номерів. Стиль і декорації можуть бути найнесподіванішими: занурювати в історичну епоху, в певний художній твір, в казковий або фантазійний світ

або в особисте життя відомої людини. Особливо важливо для арт-готелів створити незвичайну атмосферу перебування для гостей, занурити їх в інший історичний час або у віртуальну реальність, або створити особливий затишок, що дозволяє відключитися від повсякденних турбот. Арт-готелі вирізняє так звана інтелектуальна концепція, яка припускає наявність в готелі міні-бібліотек і навіть спеціальних магазинів, де поважні гості могли б придбати книги та сувеніри. Зазвичай родзинкою арт-готелів стає присутність в їх інтер'єрах справжніх творів мистецтва, антикваріату або автентичних речей. Наприклад, німецькі бізнесмени та колекціонери картин Дірк Гадек і Урс Карлі відкрили в другій половині 90-х років ХХ-го століття мережу таких арт-готелів, які мали значний успіх серед гостей Берліна [4]. Арт-готелі стають й творчим майданчиком для креативних заходів: персональних виставок, концертних виступів, творчою майстернею або місцем для проведення майстер-класів. По суті, у готелю з'являється можливість, створюючи певні івенти, розвивати подієвий туризм і залучати гостей навіть у низький сезон.

Висновки. У сучасних конкурентних умовах територіальним утворенням стає все складніше завоювати увагу зовнішніх цільових груп: туристів, інвесторів, спонсорів та ін. Коли унікальність території більше не є основною перевагою, боротьба за увагу цільових груп починає переходити з раціональної сфери в емоційну. Враховуючи те, що класичні маркетингові інструменти перестають демонструвати ефективність, більшість територій змушені шукати нові способи просування. У цій ситуації культурно-пізнавальний туризм надає цілий ряд можливостей. Культурно-пізнавальний туризм та його різновид арт-туризм схожі з креативним (творчим) туризмом, однак між ними є відмінності. В першу чергу, це діапазон культурно-пізнавальних ресурсів для розвитку арт-туризму, і звичайно, це спрямованість інтересів туриста. Арт-туризм відрізняється від культурно-пізнавального туризму тим, що охоплює історичні пам'ятки, місця та події, пов'язані з мистецтвом у будь-якому його прояві.

Важливе значення для збільшення туристичного потенціалу територій мають арт-об'єкти, що як штучні атракція не лише формують додатковий інтерес до туристичної дестинації, а й дають змогу збільшити туристичний потік та урізноманітнити

подорож туристів. Арт-об'єкти сприяють формуванню позитивних вражень у туристів, впливають на імідж міста, створюючи його унікальний та помітний образ. Світовий досвід доводить, що навіть невелике впровадження арт-об'єкту в міське середовище може збільшити привабливість регіону та помітно змінити його імідж і сприйняття туристами в цілому. Зокрема, якісний стріт-арт в останні роки став одним з напрямів, який приваблює туристів з усього світу. Все більше спільнот включають стріт-арт і графіті в концепції оформлення сучасних кварталів та районів своїх міст. Багато творів стріт-арту мають яскраво виражену соціальну спрямованість і мають характер протесту. Представники цього мистецтва створюють вуличні шедеври не лише для самовираження, а й з метою залучення уваги громадськості до важливих повсякденних проблем.

Одним із механізмів формування туристичної привабливості території і важливим напрямом креативної туристичної діяльності є ідея створення арт-готелів. Переваги арт-готелів, що вигідно відрізняють їх від закладів розміщення іншого типу, це: елегантне художнє оформлення, нестандартний дизайн, невеликі розміри (домашній затишок), демократична цінова політика, творча атмосфера.

Література

1. A Brief History of the “I Love New York” Logo. – Режим доступу: <https://www.logoworks.com/a-brief-history-of-the-i-love-new-york-logo>

2. I Amsterdam – Kessels and Kramer. URL: <https://www.kesselskramer.com/project/i-amsterdam>

3. The Guardian. Art hotels of the world. URL: <https://www.theguardian.com/travel/gallery/2009/aug/12/art-hotels-world>

4. Travel channel. World’s Best Art Destinations. URL: <https://www.travelchannel.com/interests/arts-and-culture/photos/art-destinations>

5. Widewalls. What Is Street Art and How Can We Define It? URL: <https://www.widewalls.ch/magazine/defining-street-art>

References

1. A Brief History of the “I Love New York” Logo, available at: <https://www.logoworks.com/a-brief-history-of-the-i-love-new-york-logo> (Accessed 20 October 2020) [in English].

2. I Amsterdam – Kessels and Kramer, available at: <https://www.kesselskramer.com/project/i-amsterdam> (Accessed 20 October 2020) [in English].

3. The Guardian. Art hotels of the world, available at: <https://www.theguardian.com/travel/gallery/2009/aug/12/art-hotels-world> (Accessed 20 October 2020) [in English].

4. Travel channel. World’s Best Art Destinations, available at: <https://www.travelchannel.com/interests/arts-and-culture/photos/art-destinations> (Accessed 20 October 2020) [in English].

5. Widewalls. What Is Street Art and How Can We Define It?, available at: <https://www.widewalls.ch/magazine/defining-street-art> (Accessed 20 October 2020) [in English].

*Стаття надійшла до редакції 10.05.2021
Отримано після доопрацювання 07.06.2021
Прийнято до друку 11.06.2021*