

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИКА МІСТ: БРЕНДІНГ КУЛЬТУРНИХ СТОЛИЦЬ СВІТУ

Кутішевська Ольга Олегівна

*студентка І курсу магістратури факультету мистецтва і дизайну
Міжнародний гуманітарний університет*

*Науковий керівник: **Татарнікова Анжеліка Анатоліївна***

доктор мистецтвознавства,

*доцент кафедра мистецтвознавства та загально гуманітарних
дисциплін*

Міжнародний гуманітарний університет

м. Одеса, Україна

Візуальний контекст міста визначає його пізнаваність, історичний, соціокультурний та економічний потенціал, привабливість для проживання, що й зумовлює потребу в дослідженні дизайнерсько-художніх прийомів, які це забезпечують. Культурно-мистецьке обличчя кожного міста залежить від його зовнішнього вигляду, що репрезентує його історію, традиції, цінності, робить його виразним і конкурентним серед інших антропогенних просторів [2, с. 119].

Так візуальна ідентика міст значною мірою визначається їхньою символікою та логотипами, де кожне місто має знакові об'єкти, що асоціюються з ним на міжнародному рівні. Наприклад, Ейфелева вежа у Парижі чи Статуя Свободи в Нью-Йорку – ці символи формують упізнаваний імідж міста та сприяють його туристичній привабливості. Крім того, логотипи міст, такі як The London Font або герб Венеції, слугують засобом комунікації з громадянами та туристами, підкреслюючи унікальні культурні й історичні риси.

Кольорові рішення відіграють важливу роль у візуальному брендингу міст. Вони впливають на сприйняття міського середовища та емоційне забарвлення його образу. Наприклад, червоний і білий кольори домінують у візуальній айдентиці Токіо, а середземноморські міста використовують теплі теракотові відтінки, що перегукуються з місцевими традиціями будівництва, де вибір кольорів часто ґрунтується на історичних і культурних зв'язках.

Шрифти є також важливим елементом візуального коду міста. Унікальні типографічні рішення можна побачити в громадських місцях, наприклад, «Amsterdam Sans» в Амстердамі. Такі стилізовані шрифти допомагають створювати неповторну атмосферу міста та підкреслювати його ідентичність. Наприклад, арабська каліграфія є невід'ємною

частиною візуального коду Дубая, а кириличні стилізації використовуються в Києві для підкреслення його культурної спадщини.

Архітектура відіграє центральну роль у візуальному образі міста. Вона може поєднувати історичні стилі з сучасними тенденціями, створюючи гармонійний міський ландшафт. Наприклад, готичні собори сусідять із сучасними хай-тек спорудами, як це видно у багатьох європейських містах. Іконічні будівлі, такі як Сіднейський оперний театр чи Бурдж Халіфа в Дубаї, стають своєрідними «візитівками» міст, сприяючи їхній упізнаваності.

Одним із викликів міського брендингу є баланс між традиціями та інноваціями. Наприклад, модернізація старих районів у Сеулі чи Львові зберігає історичний дух, водночас інтегруючи нові архітектурні й дизайнерські рішення. Формуванню нового візуального контексту середовища сприяє наявність у ньому муралів, графіті, вуличних трафаретів, стикер-арту, аерозольного мистецтва, постерів, фотошпалер, в'язаного графіті, мозаїк, світлодіодного мистецтва, медіафасадів, скульптур, відеомапінгу, 3D-зображень та ін. Важливою частиною візуальної ідентики стає інтеграція стріт-арту в міський простір, як це можна побачити у Берліні та Мехіко, де мурали та графіті стали частиною туристичного бренду міста.

Візуальна ідентика міст відіграє критично важливу роль у формуванні їхнього іміджу та сприйняття як туристичних і культурних центрів. Символіка, архітектура, колористика, типографія, мистецтво, екологічний аспект та цифрова присутність – всі ці складові працюють разом, щоб створити впізнаваний та привабливий образ міста. Як стверджується, міський брендинг не лише впливає на туристичні потоки, а й формує локальну ідентичність [1, с. 42]. Успішні приклади, такі як Париж, Токіо чи Нью-Йорк, демонструють важливість комплексного підходу до візуальної ідентики міст.

Література:

1. Влащенко Н. М. Сіті-брендинг: навч. посібник / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с.
2. Сліпич А. Л. Дизайнерсько-художні засоби формування візуального контексту в сучасному антропогенному середовищі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. 2024. № 3. С. 118–125.