



Міжнародна
науково-
практична
конференція
факультету
дизайну
і реклами
КНУКіМ

Міністерство освіти України
Міністерство культури України
Київський національний
університет культури і мистецтв
Vytautas Magnus University
Timis Country Youth Foundation
Київський університет культури
Тернопільський національний
педагогічний університет
ім. В. Гнатюка
ГО Design4Ukraine
Національна Спілка
художників України
Спілка дизайнерів України
ГО «АртМіст»

**ДИЗАЙН
ДЛЯ
СТАЛОГО
РОЗВИТКУ:
НАУКА,
ОСВІТА,
ПРАКТИКА**

30
КВІТНЯ
2026

МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
І МИСТЕЦТВ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Міжнародна науково-практична
конференція

**«ДИЗАЙН ДЛЯ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ: НАУКА, ОСВІТА,
ПРАКТИКА»**

30 квітня 2026

**ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА
МІСЬКОЇ ГРОМАДИ
ЯК ІНСТРУМЕНТ
УРБАНІСТИЧНОЇ
ТРАНСФОРМАЦІЇ
ТА СОЦІАЛЬНОЇ
ЗГУРТОВАНОСТІ**

Денис Борисенко,

кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри креативного
менеджменту і дизайну,
Харківський національний еконо-
мічний університет імені Семена
Кузнеця, м. Харків, Україна
ORCID 0009-0005-8227-6194

Інна Нешева,

здобувач вищої освіти за спеціаль-
ністю 022 Дизайн,
Навчально-науковий інститут
менеджменту і маркетингу,
Харківський національний
економічний університет імені
Семена Кузнеця,
м. Харків, Україна

Ключові слова: візуальна айдентика, урбаністичний дизайн, територіальний брендинг, візуальна екологія, цифровий двійник.

Концепція урбаністичного розвитку візуальної айдентики міської громади на сьогодні активно трансформується. Так, раніше це був простий набір графічних символів, а тепер представляє набагато складніші системи візуального контролю якості та рівнів місцевого соціального капіталу. Багато громад зараз перевантажені обсягом доступної їм інформації, і в результаті багато старих рекламних методів стали абсолютно неактуальними. Виникає необхідність залучення комплексної системи візуалізації, створеної з використанням принципів міського планування в поєднанні з цифровими технологіями.

Локальна ідентичність сьогодні не може бути розвинена без добре зрозумілого ефективного міського простору. У своєму систематичному огляді Т. Аторо та інші (Atoro et al., 2025) демонструють, що естетичні стандарти в міському плануванні безпосередньо пов'язані з візуальною якістю міста, а дизайн – це практичний зв'язок між певним елементом історичної забудови міста та вимогами сучасного мешканця (Atoro et al., 2025). Ідентичність повинна служити не лише декоративним елементом, вона повинна поєднуватися з фізичним середовищем, щоб створити більшу загальну привабливість простору.

Інформація про громаду використовує інструменти, які допомагають створювати практичні позначення для складного контенту. За даними Сарменто та Каллас-Бріто (2022), дизайнери використовують дуже специфічні інструменти разом із певними значеннями для розвитку фізичної міської ідентичності, і головним інструментом є розробка унікального, послідовного та автентичного образу, що представляє місцевий контекст (Mazzetto, 2024). Ця зміна гуманізує громаду, використовуючи різні візуальні метафори; забезпечує впізнаваність громади не тільки на локальному та державному, а й міжнародному рівні, та створює відчуття приналежності серед мешканців громади.

Одним із вирішальних етапів розвитку є створення модульної системи, яка забезпечує гнучкість бренду. Модульні системи означають, що ідентичність залишатиметься «живою» та може набувати різних форм залежно від конкретних потреб, таких як розробка дизайну муніципальних транспортних засобів або створення піктограм для смартфонів, тоді як спільнота залишатиметься візуально єдиною в усіх формах комунікації.

Сучасні тенденції в брендингу територій змістилися від використання фізичного представлення для створення

бренду до створення цифрової копії міського середовища як інструменту брендингу. В дослідженні Маццетто (Mazzetto, 2024) демонструє, як інтеграція міських цифрових двійників у розвиток розумних міст може бути важливою для пов'язування фізичного вираження бренду з його ідентичністю (Sarmiento & Quelhas-Brito, 2022).

На сьогодні цифрова трансформація айдентики полягає у використанні сучасних технологій, серед яких VR та AR, для візуалізації культурного шару, розробці інтерактивних карт і навігаційних застосунків, а також створенні цифрових інтерфейсів для прямого контакту з громадою.

Щодо дизайну, сталий розвиток охоплює рішення, які не вимагають частой заміни ресурсів або фінансування. Поза часу типографічні рішення та природні колірні палітри збережуть актуальність ідентичності на десятиліття. Отже, це узгоджується з результатами Т. Аторо та ін., щодо довгострокового планування естетичних параметрів міста для візуальної екології (Atoro et al., 2025).

Ідентичність має різні рівні практичної реалізації в міському контексті. Виділяють: інфраструктурний, що включає маркування елементів міського вуличного благоустрою та ландшафтних об'єктів; інформаційний, що базується на створенні ієрархічної навігації для орієнтування; цифровий, що враховує запровадження однакового стандарту UX/UI для всіх муніципальних платформ. Зазначенні рівні демонструють широкі можливості дизайн-пошуків та створення унікальних рішень. Візуальна ідентичність для міських громад — це методичне поєднання лірики та технологій. Використовуючи сучасні інструменти дизайну (Mazzetto, 2024) та вдосконалені аналітичні можливості цифрових двійників (Sarmiento & Quelhas-Brito, 2022), формує можливість побудови стійкої системи

ідентичності. Професійно скоординована ідентичність стає одним із інструментів для соціальної взаємодії та перетворює місто на зрозумілий, безпечніший у взаємодії й привабливий для життя регіон.

Список бібліографічних посилань:

1. Atoro, T., Okimiji, O. P., Yoade, A., & Olaleye, R. (2025). Urban design and planning: Aesthetics current trends for visual city quality, systematic review. *Journal of the Nigerian Institute of Town Planners*, 30(3), 175-198.
2. Mazzetto, S. (2024). A review of urban digital twins integration, challenges, and future directions in smart city development. *Sustainability*, 16(19), 8337.
3. Sarmiento, T., & Quelhas-Brito, P. (2022). Visual identity of cities: designers' tools and meanings. *Journal of Place Management and Development*, 15(2), 182-201.