

Руслана БЕЗУГЛА,

orcid.org/0000-0003-1190-3646

доктор мистецтвознавства, доцент,
завідувачка кафедри графічного дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну
(Київ, Україна) *r.bezuhla@gmail.com*

Ганна КРИВОРОТЬКО,

orcid.org/0009-0008-6745-5057

магістр кафедри графічного дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну
(Київ, Україна) *anna1krivorotko@gmail.com*

Анастасія ТРИКОЗЕНКО,

orcid.org/0009-0007-3467-4766

магістр кафедри графічного дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну
(Київ, Україна) *anastasiatrikozenko@gmail.com*

ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА КИЄВА: ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНІСТЬ

Актуальність проблеми дослідження візуальної айдентики Києва обумовлена необхідністю розуміння основних цінностей і смислів міської культури, її феноменів та атмосфери. Аналіз візуальних ідентифікаторів міської культури є важливим питанням не тільки для фіксації історичної культурної своєрідності міста Києва, але й для прогнозування розвитку в найближчій перспективі, враховуючи тісний взаємозв'язок між урбанізацією та процесом глобалізації.

Метою статті є аналіз візуальної айдентики міста Києва включаючи образи історичної геральдики, а також сучасних візуальних образів, які розглядаються як символічне відображення різних аспектів культури, що зберігає її зв'язок із традиціями в контексті соціокультурних трансформацій сучасності.

Методологія. Теоретико-методологічною базою дослідження стали такі загальнонаукові підходи та методи як-от: культурно-історичний метод для дослідження візуальних образів міста в контексті його історичного розвитку, культурних традицій та соціально-політичних умов; структурно-типологічний метод для виявлення характерних особливостей візуальних образів Києва на різних етапах його історії; метод порівняльного аналізу авторських концепцій творчості: зіставлено різні погляди на візуальну ідентичність міста, представлених в наукових роботах.

Результати. Визначено ключові фактори, які впливають на візуальний образ міста та на його айдентіку. Простежено історичний розвиток та становлення візуальної ідентичності Києва. Зроблено висновки про те, як візуальна айдентика Києва відображає його історію, культуру та цінності.

Наукова новизна. Формат цієї роботи дозволив визначити загальні риси означеної проблеми та виокремити деякі особливості її загальні тенденції, які знаходяться в основі формування її розвитку візуальної айдентики Києва.

Практична значущість дослідження обумовлена розширенням теоретичних відомостей про візуальну айдентіку Києва. Результати, отримані в ході дослідження, допоможуть краще зрозуміти принципи стилістичного оформлення логотипу міста та візуальної айдентики Києва та можуть бути використані у розробці нових стратегій візуального маркетингу міста, створенні сувенірної продукції та інших візуальних матеріалів, які репрезентують Київ.

Висновки. Візуальна айдентика Києва є складною та багатогранною, протягом століть зазнавала значних змін, відображаючи історію, еволюцію міста, його культуру та цінності. Констатовано, що візуальна айдентика Києва не є статичною, вона постійно еволюціонує, щоб відображати нові реалії та прагнення міста. Наголошено, що дослідження візуальної айдентики міст має важливе значення, оскільки допомагає глибше зрозуміти, як візуальні образи міста формують його сприйняття та впливають на життя містян.

Ключові слова: візуальна айдентика, Київ, герб, логотип, історія, культура, дизайн.

Ruslana BEZUHLA,

orcid.org/0000-0003-1190-3646

Doctor of Study of Art, Associate Professor,
 Head of the Department of Graphic Design
 Kyiv National University of Technology and Design
 (Kyiv, Ukraine) r.bezuhla@gmail.com

Hanna KRYVOROTKO,

orcid.org/0009-0008-6745-5057

Master of Graphic Design Department
 Kyiv National University of Technology and Design
 (Kyiv, Ukraine) anna1krivorotko@gmail.com

Anastasiia TRYKOZENKO,

orcid.org/0009-0007-3467-4766

Master of Graphic Design Department
 Kiev National University of Technology and Design
 (Kyiv, Ukraine) anastasiatrikozenko@gmail.com

VISUAL IDENTITY OF KYIV: TRADITIONS AND MODERNITY

The urgency of the problem the study of Kyiv's visual identity is conditioned by the need to understand the main values and meanings of urban culture, its phenomena and atmosphere. The analysis of visual identifiers of urban culture is an important issue not only for fixing the historical cultural identity of the city of Kyiv, but also for forecasting development in the near future, taking into account the close relationship between urbanization and the process of globalization.

The purpose of the article is an analysis of the visual identity of the city of Kyiv, including images of historical heraldry, as well as modern visual images, which are considered as a symbolic reflection of various aspects of culture, which preserves its connection with traditions in the context of socio-cultural transformations of modern times.

Methodology. The theoretical-methodological base of the research was such general scientific approaches and methods as: cultural-historical method for researching visual images of the city in the context of its historical development, cultural traditions and socio-political conditions; a structural-typological method for identifying the characteristic features of Kyiv's visual images at different stages of its history; the method of comparative analysis of author's concepts of creativity: different views on the visual identity of the city, presented in scientific works, are compared.

The results. The key factors influencing the visual image of the city and its identity have been identified. The historical development and formation of Kyiv's visual identity is traced. Conclusions were made about how the visual identity of Kyiv reflects its history, culture and values.

The scientific novelty. The format of this work made it possible to determine the general features of the specified problem and to single out some features and general trends that are at the basis of the formation and development of Kyiv's visual identity.

The practical significance of the study is due to the expansion of theoretical information about the visual identity of Kyiv. The results obtained during the research will help to better understand the principles of the stylistic design of the city logo and the visual identity of Kyiv and can be used in the development of new strategies for visual marketing of the city, the creation of souvenir products and other visual materials that represent Kyiv.

Conclusions. The visual identity of Kyiv is complex and multifaceted, and has undergone significant changes over the centuries, reflecting the history, evolution of the city, its culture and values. It was established that the visual identity of Kyiv is not static, it constantly evolves to reflect the new realities and aspirations of the city. It is emphasized that the study of the visual identity of cities is important, as it helps to better understand how the visual images of the city shape its perception and influence the lives of citizens.

Key words: visual identity, Kyiv, coat of arms, logo, history, culture, design.

Вступ. В контексті процесів глобалізації та дигіталізації візуальність стає однією із домінант сучасної культури. Будь-яке місто – це не тільки його географічні кордони, але це певні візуальні образи, стиль життя, звички тощо, що робить це місто унікальним явищем культури серед схожих за просторовою організацією територіальних локацій. Візуальні ідентифікатори міста являють собою знайомі всім образи, які відображають осно-

вні цінності й змісти міської культури, атмосферу міста, яка асоціюється конкретно з цим містом. Київ – одне з найстаріших міст Європи з багатою історією та культурою тому вивчення візуальної айдентики цього міста актуально з наступних причин: виявлення особливостей візуальних образів та маркерів, аналіз їх змін в історичній динаміці, а також графічних характеристик є важливими питаннями для вивчення, формування й наступ-

ного прогнозування розвитку бренду міста; також важливою є розробка технологій моделювання візуальних ідентифікаторів міських брендів, які визначають та транслиують культурну специфіку міста, а вивчення візуального образу Києва допоможе нам краще зрозуміти місто, його минуле, сьогодення і майбутнє.

Постановка завдання. Мета статті – аналіз візуальної айдентики міста Києва включаючи образи історичної геральдики, а також сучасних візуальних образів, які розглядаються як символічне відображення різних аспектів культури, що зберігає її зв'язок із традиціями в контексті соціокультурних трансформацій сучасності.

Аналіз останніх досліджень і джерел. Сьогодні існує значна кількість досліджень, присвячених візуальній ідентичності міст. Деякі з цих досліджень присвячені історії геральдики і прапорів, інші акцентують увагу на еволюції міських карт, треті аналізують сучасні брендингові кампанії, їхню творчість та діяльність.

У роботі авторів Т. Кротової, О. Мазніченко, Є. Гули, А. Осадчої досліджено складові репутації міста, висловлено думку про те, який має бути новий логотип для міста Київ (Кротова, 2022: 106). Робота О. Мадієвської присвячена оцінці дизайну міських логотипів (Мадієвська, 2012: 124), а О. Біловодська пропонує реалізовувати стратегію міського брендингу на певному наборі етапів, визначаючи цільову аудиторію в процесі формулювання суті бренду (Біловодська, 2012: 22). Узагальнення досвіду брендингу міст країн світу та України наведено у роботі авторів С. Шліпченка, В. Тимінського, А. Макаренка, Л. Малеса, І. Тищенка (Шліпченко, 2013: 360). В контексті нашого дослідження важливим є підхід Ю. Моклиці, основою якого стала теорія С. Анхольта про брендування територій та адаптивна методологія яка враховує особливості українських міст і систематизує моделі міських брендів (Моклиця, 2011: 14). Основними ідентифікаторами моделі є природні об'єкти, символічні фігури та історичні події, інфраструктурні споруди, різні заходи та спеціалізація певних географічних територій.

Виклад основного матеріалу. Важливо зазначити, що «технологія» створення образу міста виникла досить давно і однією із ранніх візуальних форм стали геральдичні символи, які наділялись сакральними смислами та зберігали високий статус. Вважається, що найдавніші геральдичні зображення з'явилися в XV столітті. Герб міста в символічних формах відображав основи культури певної територіальної локації, основні історичні події, ремісничо-господарські відносини

міської спільноти тощо. Точний час виникнення герба Києва невідомий. Є припущення, що герб був подарований місту великим князем Київським. Протягом століть герб Києва змінювався, але його основні елементи залишались незмінними. Спочатку, аж до XVIII століття, герб прикрашала рука з арбалетом, символізуючи місто як фортецю. Згодом, приблизно з XVII століття, з'явився відомий образ Архангела Михаїла, який спочатку був гербом київських земель, а потім закріпився за самим містом. Незважаючи на різні варіації, Архангел залишався незмінним елементом герба аж до революції 1917 року (Адруг, 2005: 77).

Герб міста Києва: щит, на синьому полі якого зображено Архангела Михаїла у срібному вбранні, підперезаному золотим поясом, пурпуровому плащі та із золотим ореолом навколо голови. У правій руці він тримає вогняний золотий меч-промінь, а в лівій – срібний овальний щит із грецьким хрестом (Адруг, 2005: 77).

Символіка. Архангел Михаїл – це святий покровитель Києва, який символізує силу, мужність і перемогу добра над злом. Вогняний меч – це символ захисту та справедливості; синій щит – небо і вірність; срібний щит з грецьким хрестом – це символ християнської віри; пурпурний плащ – символ королівської влади; золотий німб – святість архангела Михаїла (Карамашев, 2000: 43).

Кольорова гама. У гербі Києва використовуються наступні кольори: синій колір – символізує небо, вірність і спокій; срібний – чистоту, благородство і мудрість; золотий – багатство, славу і велич; фіолетовий – королівську владу, велич і розкіш; червоний – мужність, силу і кров, пролиту за Київ.

Конфігурація. Герб Києва має динамічну і симетричну композицію. Фігура Архангела Михаїла знаходиться в центрі щита, а інші елементи герба розташовані симетрично навколо неї. Це створює відчуття рівноваги і гармонії.

Значення герба: Герб Києва є важливим символом міста, відображає його багату історію, християнську віру та прагнення до свободи та справедливості. Герб використовується в офіційних документах, будівлях, пам'ятниках і сувенірах (Кисельов, 1982: 12).

Герб Києва є одним з найвідоміших символів України. Звичайно, як і у будь-якого іншого дизайнерського об'єкта, у герба Києва є критики. Деякі люди вважають, що він занадто релігійний або що його дизайн не відповідає сучасним естетичним уявленням. Але в цілому герб Києва – це виразний символ, який зберігався століттями (Малаков, 2012: 198).

У 2011 році, напередодні Євро-2012, Київ отримав новий імідж – «Місто, де все починається». Цей образ створювався для того, щоб позиціонувати столицю як сучасне європейське місто. Незважаючи на те, що візуальний образ Києва як «Міста, де все починається» був розроблений одними з найкращих українських дизайнерів, сьогодні він уже не відповідає сучасним вимогам. Засновник Fedoriv Андрій Федорів підкреслює, що візуальна айдентика Києва вимагає радикальних змін.

Розроблені Fedoriv логотип та слоган спочатку були призначені для промоції Києва на міжнародній туристичній виставці ITB Berlin. Після перемоги у конкурсі КМДА у 2011–2012 роках, вони стали офіційною візуальною айдентикою міста з 2015 року.

Логотип складається з 4 колірних елементів: синій колір символізує Дніпро, річку, що протікає через місто, а також небо і свободу; зелений – символізує парки та зелені насадження, якими славиться Київ; жовтий – сонце та оптимізм; червоний – історію та динамізм міста. Разом ці кольори створюють яскраву і динамічну палітру, що відображає енергію і позитивний дух Києва.

В основі логотипу лежить модульна сітка, яка забезпечує його чіткість і масштабованість. Ця сітка використовується для створення різних візуальних елементів ейдетики, таких як візитні картки, бланки, веб-сайти та рекламні матеріали.

Чотири елементи логотипа розташовані динамічно і асиметрично. Така композиція створює відчуття руху і розвитку. Ці елементи логотипу також можуть бути інтерпретовані як символи різних аспектів життя Києва: *крапля* – символізує Дніпро та водні ресурси міста; *каштан* – зелені насадження та парки; *купол* – архітектурну спадщину та релігійну культуру міста; *серце* – гостинність та щирість киян (Символіка міста Києва, 2024).

В цілому, візуальна айдентика «Місто, з якого все починається» вдала і ґрунтовно продумана. Вона чітко позиціонує Київ як сучасне, динамічне і гостинне місто. Його яскраві кольори, динамічна композиція і символічні елементи дозволяють легко запам'ятати і впізнати його.

Логотипи добре адаптуються до різних засобів масової інформації, від друкованих до цифрових платформ та використовуються в самих різних випадках – від офіційних документів до туристичних сувенірів.

Звичайно, як і у будь-який інший дизайнерської роботи, у айдентиці «Міста, з якого все починається» є критики. За що критикують офіційний логотип? Існує думка, що це занадто складно або що кольори не відповідають духу міста. Напри-

клад, Ірина Метньова, креативний директор VANDOG Agency, вважає, що логотип Fedoriv виглядає так, ніби 10-річна дитина намагається скопіювати успіх Google Doodles (Cases, 2024).

Кирило Ткачов, відомий український дизайнер, висловив критичні зауваження щодо логотипу Києва. Зокрема, він зазначив, що градієнти в логотипі виглядають недоречно, а білі літери всередині знаку – безхарактерними. Дизайнер також вважає, що дескриптор виконаний курсивом «Місто, де все починається», не відповідає сучасному візуальному мовленню (Cases, 2024).

Критики відзначають невдалу стилістику: дивні сторонні кольори, градієнти, характер, наївність, інфантильні форми. Вибір символів також викликає питання: Дніпро, каштан, храм і любов мало що говорять про Київ як про сучасний мегаполіс, який в останні роки пережив конфлікти і трансформацію в центр ділової та творчої активності. Крім того, цей логотип створювався давно і для певної цільової аудиторії – туристів.

На думку деяких дизайнерів-графіків, що працюють у сфері брендингу та айдентиці, для цього логотипу характерна «невизначність і трохи нудотна м'якотілість у характері символів» (Kyiv City Brand Book, 2017: 21). Емоційне забарвлення 4-х різнокольорових символів зчитується як «інфантильне, нейтральне, з відсутністю чіткого заявленого характеру міста. Хіба Київ такий? Чотири пухкі символи: крапля, каштан, купол і серце + заявлений меседж «місто можливостей»?», так зазначає Дмитро Буланов, дизайнер, автор нового логотипу (Cases, 2024).

Але головне, на що акцентують увагу майже всі, – цей логотип не працює, він не користується популярністю і його не використовують.

У 2019 році Київська міська державна адміністрація оголосила про необхідність оновити логотип міста. За словами колишнього начальника управління туризму КМДА Антона Тараненка, планувалося зберегти бренд, але провести ребрендинг, щоб зробити візуальний образ Києва більш сучасним. Незважаючи на оголошені плани, наразі оновлення логотипу так і не відбулося. Вже у квітні 2019 року Олександр Трегуб, керівник дизайнерського відділу Projector, запропонував новий візуальний символ для Києва – каштанове листя. Ця ідея викликала великий інтерес у дизайнерському співтоваристві. Завдяки таланту Дмитра Буланова та Катерини Яцушек, які візуалізували цей символ і зробили його доступним для всіх, каштанове листя швидко стало популярним і стало прикрашати різні об'єкти в місті та онлайн.

Як каштан став символом Києва? Після нагородження Києва званням Міста-героя у 1965 році виникла потреба в новому гербі, який би відображав цей значний статус. Оскільки радянська символіка того часу виключала традиційні релігійні образи, такі як архангел, було розроблено новий дизайн. Автори проекту, які були знайомі з творчістю Флоріана Юр'єва та Бориса Добгана, вирішили поєднати радянські символи – серп і молот, зірку Героя – із стародавнім символом міста – луком. Як центральний елемент було обрано золоте зображення квітучої гілки каштана, яке символізувало розквіт соціалістичного Києва (див. рис. 1д) (Горбенко, 2009: 105).

З тих пір каштанові дерева стали асоціюватися з Києвом, а листя каштана використовують в якості фірмових елементів міста з жетонами метро, коробками кийських тортів, корпоративними, телевізійними каналами і логотипами політичних партій (рис. 1е).

Антон Тараненко, начальник управління просування туризму КМДА зазначав, що в міській адміністрації усвідомлюють необхідність оновлення логотипу Києва, розробленого студією Fedoriv. За його словами, департамент туризму вже розпочав роботу над цим питанням, залучивши до обговорення автора оригінального логотипу та інших дизайнерів. При цьому Тараненко підкреслив, що мова йде не про повну заміну логотипу, а про його оновлення та модернізацію (Cases, 2024). Наголошено, що 2018 року КМДА вже робила деякі кроки в цьому напрямі – тоді хотіли створити талісман Києва. Але це не вдалося: на конкурс було надіслано понад 100 робіт, жодна з них не була визнана гідною журі, і конкурс було скасовано.

Олександр Трегуб та Дмитро Буланов продовжують активно популяризувати свій варіант логотипу Києва за допомогою кампанії #newkyivlogo. Вони заохочують всіх використовувати цей логотип у будь-яких проєктах, включаючи комерційні, і надають для цього вільний доступ.

Паралельно з кампанією Newkyivlogo, у Києві активно розвивається цифрова інфраструктура. Зокрема, восени 2020 року розпочалася розробка нового дизайну для цифрових сервісів міста, а вже на початку наступного року було оновлено інтерфейс мобільного додатка та зовнішній вигляд транспортних карт. «Київ цифровий» – це амбітна ініціатива, спрямована на створення зручного та інтуїтивного цифрового простору для взаємодії мешканців міста з муніципальними послугами. Це платформа, яка покликана зблизити міську владу та громадян.

Логотип «Київ цифровий» – це більше, ніж просто графічний елемент. Він розповідає історію про місто, яке поєднує в собі сучасність і традиції. Образи щита і кишені символізують безпеку та зручність, які прагнуть створити для киян. Це місто, де кожен може відчувати себе частиною великої спільноти. Зазначена візуальна айдентика відображає динамічний характер столиці та її прагнення до розвитку.

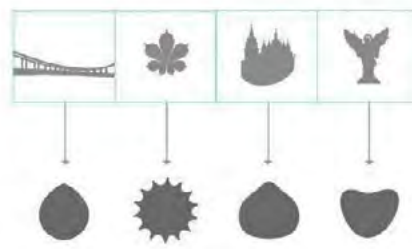
Буква «К» має унікальну впізнавану форму, що відсилає до стилізованого символу міста – Каштан. Фірмовим шрифтом бренду є Kyiv Type Sans з сімейства варіативних шрифтів, Kyiv Type, створений шрифтовим дизайнером Дмитром Солутцевим.

Шрифт Kyiv Type Sans став невід'ємною частиною візуальної ідентичності «Київ цифровий». Він відображає сучасний і динамічний характер столиці, а також підкреслює її зв'язок з цифровими технологіями. Цей шрифт був створений на замовлення школи Projector, бюро Олександра Трегуба та Дмитра Буланова та Інституту Bada в рамках альтернативного символу та ініціативи Києва #newkyivlogo. Для забезпечення чіткості та легкості читання технічних текстів автори обрали шрифт Daikon. Цей геометричний гротеск, розроблений українським дизайнером Олегом Ліщуком, має широкий набір функцій та ідеально підходить для передачі технічної інформації.

Щоб створити атмосферу доброзичливого і динамічного спілкування, Київський цифровий бренд розробив графічний дизайн, який включає в себе весь набір візуальної айдентики від абстракції до іконок та ілюстрацій. В процесі роботи над корпоративними ілюстраціями була розроблена фірмова палітра бренду, сформована в основному виразними яскравими і доброзичливими кольорами із ключовим синім.

Знак у вигляді літери «К» в логотипі є самодостатнім візуальним елементом стилю. Автори розробили варіативний метод використання цього ключового візуального образу бренду, наприклад: в шаблоні використовується літера «К» в обсязі в якості фірмової фотографії, самодостатніх скульптурних об'єктів, різних офлайн- і онлайн-медіа. Для брендування фотографії використовується техніка «вікна», при якій буква К – це форма, в яку вставляється фрагмент фотографії.

Три фірмових візерунка «Каштан», «клітка» і «Ешер» також засновані на інженерному футуристичному настрої і елементі «К». Вони є декоративним доповненням до комунікації Київського цифрового бренду. Для цифрового середовища



1а



1б



1в



1г



1д



КИЇВ

1е



КУІV

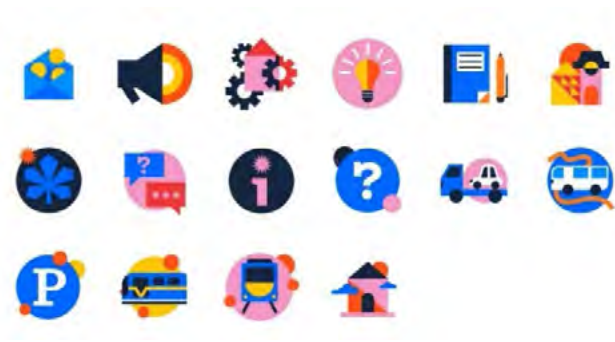
1ж

Рис. 1. Еволюція брендингу міста Києва:

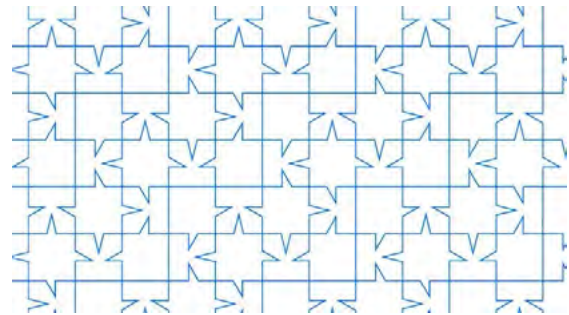
а – чинний логотип міста Києва, автор Frolov, 2011; б – герб Києва до XVIII ст.;
 в – герб Києва з XVII ст. революції 1917 року; г – чинний герб міста Київа;
 д – радянський герб Києва, автори Флоріан Юр'єв та Борис Довгань; е – логотипи
 підприємств, пов'язаних з Києвом, де використаний символ міста – каштан;
 ж – новий, не офіційний логотип Києва, автори Олександр Трегуб та Дмитро Буланов

автори створили анімовану версію цих шаблонів. Для верстки офлайн- та онлайн-медіа автори розробили гнучку модульну сітку для різних форматів, ключовим принципом якої є розміщення логотипів та інших елементів щодо неї. Також, в межах розробки айдентики запропоновано концепції дизайну транспортної картки, а також учнівського і студентського квитка у єдиному системному рішенні. Студентський квиток повторює дизайн транспортної картки і відрізняється за кольором.

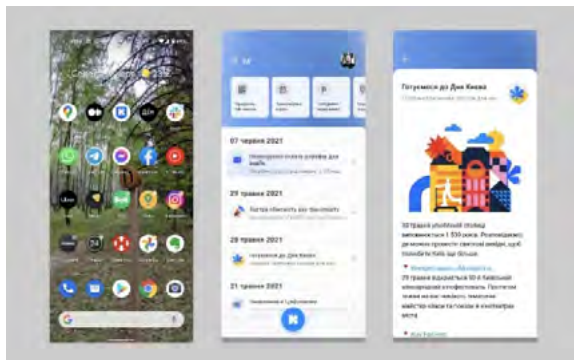
Для студентського квитка винайдено додатковий символ з двокрапки і букви «К» зверху, що відсилає до букви «І» в назві Києва, і символ буде дружнім. Остаточний дизайн синьої транспортної картки був розроблений командою ГіОЦ в рамках створеного фірмового стилю. У майбутньому дизайнери команди ГіОЦ будуть самостійно створювати медіа та візуальні комунікації Kiev Digital, використовуючи розроблений брендбук (Символіка міста Києва, 2024).



2а



2б



2в



2г



2д



2е

Рис. 2. Дизайн додатку Київ цифровий, автори Vulanov vigo спільно з ІТ-командою КП «ГіОЦ», 2020 р.:

а – іконки додатку; б – патерн; в – дизайн сторінок додатку; г – дизайн проїздної картки; д – складові елементи логотипу додатку; е – плакат

Ще десять років тому в Україні не було успішних місцевих туристичних брендів, але завдяки зусиллям дизайнерів ситуація змінюється і таких проєктів стає все більше. В цьому контексті важливо зазначити, що туристична галузь столиці й всієї країни загалом через війну переживає важкі часи. На початку повномасштабного вторгнення туристичний бізнес перепрофілювався, щоб допомагати військовим і малозахищеним верствам населення. Проте, оскільки Київ має значний туристичний потенціал, після перемоги над російськими загарбниками, мирний Київ очікує на мільйони туристів з усього світу, й відповідно значення оновленої візуальної айдентики міста збільшується. Марина Радова, начальниця Управління туризму та промощій КМДА, також наголошує на необхідності оновлення візуальної айдентики Києва, проте зазначає, що до перемоги «ми залишаємося з нинішніми логотипом та айдентикою» (Cases, 2024).

Брендинг і айдентика – це два інструменти, сумісні між собою, в той же час вони відрізняються. Завдання брендингу – створити зміст, саму філософію. Айдентика ж – це візуальна комунікація. В айдентики є ціла візуальна система з кольорами, шрифтами, прикладами використання та правилами (Сучасний Київ, 2015: 53).

Висновки. Візуальна айдентика Києва є складною та багатогранною, протягом століть зазнавала значних змін, відображаючи історію, еволюцію міста, його культуру та цінності. Герб Києва, який зображує Архангела Михаїла, що вражає вогняним мечем змія, є одним із найдавніших та найвідоміших символів міста. Він символізує силу, мужність та перемогу добра над злом та свідчить про силу, стійкість та прагнення до краси та гармонії, які протягом століть характеризували це дивовижне місто.

Констатовано, що візуальна айдентика Києва не є статичною, вона постійно еволюціонує, щоб відображати нові реалії та прагнення міста.

З'ясовано, що на сучасному етапі в контексті соціокультурних трансформацій, з розвитком всіх рівнів та галузей культури, із збільшенням ролі інформаційних потоків та візуальних образів, візуальна айдентика отримує імпульс для розвитку та виходить поза межі геральдичної традиції.

Наголошено, що дослідження візуальної айдентики міст має важливе значення, оскільки допомагає глибше зрозуміти, як візуальні образи міста формують його сприйняття та впливають на життя містян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адруг А. Київський герб: Енциклопедія історії України. Київ : Наукова думка, 2005. Т. 4. С. 357–358.
2. Біловодська О. Стратегічний підхід до формування бренда міста (на прикладі м. Сум). *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 22–31.
3. Горбенко О. Київський герб: історія та сучасність. *Вісник Національної академії наук України*. 2009. № 11. С. 104–115.
4. Карамашев Д. Українська геральдика: навч. посіб. Київ : Абрис, 2000. 109 с.
5. Кисельов Г. Картографія Києва: історичний нарис. Київ : Наукова думка, 1982. 176 с.
6. Кротова Т., Мазніченко О., Гула Є., Осадча А. Логотип Києва в контексті сучасності. *Collection of scientific papers «SCIENTIA»*. 2022. № 29. С. 107–109.
7. Мадієвська О. Місто з великої літери. *Вісник КНУТД* (Київського національного університету технологій та дизайну). 2012. № 3. С. 124–129.
8. Малаков Д. Бренд міста: теорія та практика. Київ : Центр досліджень міської політики, 2012. 205 с.
9. Місто й оновлення. Урбаністичні студії. Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьоля в Україні / Редкол.: С. Шліпченко, В. Тимінський, А. Макаренко, Л. Малес, І. Тищенко: ФОП Москаленко О., 2013. 360 с.
10. Моклиця Ю. Класифікаційні аспекти туристичного потенціалу міста Луцька. *Географія та туризм*. 2011. № 14. URL: <http://www.geolgt.com.ua> (дата звернення 01.09.2024).
11. Символіка Києва URL: https://kyivcity.gov.ua/news/simvolika_mista_kiyeva_356906/ (дата звернення 20.06.2024).
12. Усі обговорюють новий логотип Києва. URL: <https://cases.media/> (дата звернення 20.06.2024).
13. Сучасний Київ: брендинг міста. Київ: Фенікс, 2015. 209 с.
14. The Kyiv City Brand Book. Kyiv City Council, 2017. 43 p.

REFERENCES

1. Adruh A. (2005). Kyivskiy herb: Entsiklopediia istorii Ukrainy. [Kyiv coat of arms: Encyclopedia of the history of Ukraine.] Kyiv: Naukova dumka. Vol. 4, pp. 357–358. [in Ukrainian].
2. Bilovodska O.A. (2012). Stratehichnyi pidkhid do formuvannia brenda mista (na prykladi m. Sum). [A strategic approach to building a city brand (on the example of the city of Sumy)]. Marketing and innovation management. No. 2. P. 22–31. [in Ukrainian].
3. Horbenko O. (2009). Kyivskiy herb: istoriia ta suchasnist. [Kyiv coat of arms: history and modernity] Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine. No. 11. P. 104–115. [in Ukrainian].

4. Karamashev D. (2000) Ukrainska heraldyka: navch. Posib. [Ukrainian heraldry: teaching. Manual]. Kyiv: Abrys, 109 p. [in Ukrainian].
5. Kyselov H. (1982). Kartohrafiia Kyieva: istorychnyi narys. [Cartography of Kyiv: a historical essay]. Kyiv: Naukova dumka. 176 p. [in Ukrainian].
6. Krotova T., Maznichenko O., Gula E., Osadcha A. (2022) Lohotyp Kyieva v konteksti suchasnosti. [Krotova T., Maznichenko O., Gula E., Osadcha A. Logo of Kyiv in the context of modernity. Collection of scientific papers "SCIENTIA". 29. P. 107–109. [in Ukrainian].
7. Madiievska O. (2012). Misto z velykoi litery. [City with a capital letter. Bulletin of KNUTD (Kyiv National University of Technology and Design)]. No. 3. P. 124–129. [in Ukrainian].
8. Malakov D. (2012). Brend mista: teoriia ta praktyka. [Brand of the city: theory and practice]. Kyiv: Center for Urban Policy Research. 205 p. [in Ukrainian].
9. Misto y onovlennia. Urbanistychni studii. (2013). [City and renewal. Urban studies]. Representation of the Foundation named after Heinrich Böll in Ukraine; Editors: S. Shlipchenko, V. Tyminsky, A. Makarenko, L. Males, I. Tyshchenko: FOP Moskalenko O.M. 360 p. [in Ukrainian].
10. Moklytsia Yu. (2011). Klasyfikatsiini aspekty turystychnoho potentsialu mista Lutsk. [Classification aspects of the tourist potential of the city of Lutsk]. Geography and tourism. No. 14. URL: <http://www.geolgt.com.ua> (access date 09/01/2024). [in Ukrainian].
11. Symvolika Kyieva [Symbolics of Kyiv]. URL: https://kyivcity.gov.ua/news/simvolika_mista_kyieva_356906/ (access date 20.06.2024) [in Ukrainian].
12. Usi obhovoriuiut novyi lohotyp Kyieva. Everyone is discussing the new Kyiv logo. URL: <https://cases.media/> (access date 20.06.2024) [in Ukrainian].
13. Suchasnyi Kyiv: brendynh mista. [Modern Kyiv: city branding.] Kyiv: Phoenix, 2015. [in Ukrainian].
14. The Kyiv City Brand Book. Kyiv City Council, 2017. 43 p.