

Висновки. Згідно з дослідженням можна сказати, що у сучасному етапі інноваційний дизайн є вирішальним чинником у формуванні дієвої візуальної ідентичності спортивного бренду. Успіх сучасної марки ґрунтується на відмові від статичних графічних шаблонів на користь гнучких проектних систем, здатних миттєво адаптуватися до будь-якого цифрового чи фізичного середовища. Впровадження технологічних рішень, як браузерна доповнена реальність та високі стандарти візуальної доступності, перетворює дизайн із пасивного зображення на активний інструмент комунікації, що транслює ключові цінності спорту - енергію, швидкість та рух. Зрештою, поєднання міцної теоретичної бази дизайну з інноваційними стратегіями управління увагою дозволяє вітчизняним маркам успішно інтегруватися в європейський простір, створюючи функціональний та конкурентоспроможний візуальний продукт.

Список використаних джерел:

1. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник. Харків : ХДАДМ, 2003. 320 с.
2. Іванова, О. Трансформація графічного дизайну під впливом технології доповненої реальності: історія та сучасність. *Fine Art and Culture Studies*. 2023. №4. С.141–146
3. Тренди графічного дизайну 2025. *Vdovtsova Design Blog*. 2025. URL: <https://vdovtsova-design.com/blog/trendy-grafichnoho-dyzainu-2025>
4. Wheeler A. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 4th ed. John Wiley & Sons, Inc., 2012. 326 p.
5. *Brand Identity and Technological Innovation: Evolution from Traditional to Variable Visual Identity Design*. ResearchGate. 2025.
6. Людмила Кухаренко. Тренди графічного дизайну у 2026 році. *Weblium*. URL: <https://ua.weblium.com/blog/trendi-grafichnogo-dizajnu>
7. Єфімов Ю. В. Тенденції «яскравого мінімалізму» у сучасному графічному дизайні. *Арт-простір*. Вип. 5. 2024. С.225-239

УДК 74.01:741.02

Самойленко Анастасія, студентка кафедри дизайну

Гаркін Петро, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РОЛЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ ТЕРИТОРІЇ ЧЕРЕЗ РЕПРЕЗЕНТАЦІЮ ЛОКАЛЬНОЇ РОК-КУЛЬТУРИ

Анотація. У роботі проаналізовано потенціал графічного дизайну як інструменту соціальної комунікації та сталого розвитку територіальних громад. Розглянуто практичні аспекти проектування візуальної ідентичності для рок-гурту «Hellcords», де айдентика виступає ключовим маркером локальної культурної самобутності. Автор доводить, що через розробку впізнаваного візуального стилю, шрифтових гарнітур та ілюстративних систем музичний колектив інтегрується в соціокультурне середовище громади, стимулюючи розвиток місцевого креативного сектору. Визначено, що професійна візуалізація культурних проектів сприяє формуванню позитивного іміджу території та зміцненню зв'язків всередині молодіжних спільнот. Зроблено висновок, що системний підхід до створення айдентики є необхідним компонентом сучасних стратегій культурного менеджменту, орієнтованих на сталий поступ громади та збереження її автентичності.

Ключові слова: графічне проектування, візуальна ідентичність, сталий розвиток, рок-культура,

територіальна громада, креативні індустрії, айдентика.

Вступ. Сучасні візуальні медіа та системи айдентики є потужним інструментом трансляції культурних смислів, що безпосередньо впливає на формування ідентичності людини в межах громади. Посилаючись на концепцію Маршалла Маклуена (1964) [6], можна дійти висновку, що айдентика територіальної громади функціонує як «розширення» колективного сенсорного сприйняття, змінюючи спосіб, у який мешканці та зовнішні аудиторії сприймають локальну реальність. Візуальний стиль гурту «Hellcords» працює як інструмент зв'язку, який об'єднує різні культурні події громади в одну зрозумілу систему. Це допомагає мешканцям легше орієнтуватися у творчому житті свого регіону та відчувати приналежність до нього. Дослідження механізмів впливу медіа Н. Хомського та Е. Хермана (1988) [7] вказують на те, що візуальні наративи можуть використовуватися як інструмент формування готових культурних шаблонів або, навпаки, для конструювання позитивної соціальної свідомості через професійні дизайн-рішення. Це підтверджується ідеями Ніколаса Карра (2010) [3], який зазначає, що в епоху цифрових медіа спосіб подачі інформації (її візуальна оболонка) радикально змінює когнітивні процеси. Відтак, якісна айдентика має протидіяти інформаційному шуму, пропонуючи цілісний та глибокий візуальний образ, що сприяє концентрації уваги на культурних цінностях громади.

Актуальність дослідження також зумовлена зростанням ролі «м'якої сили» (soft power) у розвитку територіальних громад, де візуальне мистецтво та дизайн айдентики рок-гурту «Hellcords» виступають ефективними засобами символічної репрезентації локальних цінностей, історичної пам'яті та культурної ідентичності регіону. Музичні проекти, фестивалі та креативні мистецькі заходи дедалі частіше використовуються як платформи внутрішнього соціокультурного діалогу, сприяючи формуванню довіри, суспільної єдності та спільних культурних цінностей, що є необхідною умовою для сталого поступу громади в сучасному глобальному просторі. У дослідженнях Томаса де Зенготіти (2005) [8] наголошується, що сучасні медіа-форми впливають на спосіб життя людини, часто перетворюючи поле культурної комунікації на розважальний контент. Проектування айдентики для рок-колективу дозволяє збалансувати цю тенденцію, перетворюючи розважальний формат музичного продукту на інструмент сталого розвитку та збереження автентичності. Загалом, вплив дизайну на формування особистості в просторі громади є багатограним: з одного боку, айдентика сприяє культурному діалогу та впізнаваності регіону, з іншого — вона запобігає інформаційній перенасиченості, створюючи єдиний візуальний вектор розвитку креативних індустрій.

Метою роботи є концептуальне обґрунтування ролі візуального мистецтва та дизайну у подоланні кризи самоідентифікації територіальних громад в умовах глобального інформаційного перевантаження та фрагментації культурного простору. Дослідження спрямоване на аналіз проблеми розмивання візуальної самобутності регіону та пошук дієвих способів її відновлення через створення цілісної айдентики сучасних молодіжних проектів, зокрема рок-гурту «Hellcords». Робота фокусується на вирішенні протиріччя між стихійним розвитком креативних індустрій та необхідністю їх системної інтеграції у стратегії сталого розвитку громад, де дизайн виступає не лише естетичним об'єктом, а інструментом «м'якої сили», здатним протидіяти маніпулятивним медіа-впливам (за Н. Хомським) та когнітивній деградації суспільного дискурсу (за Н. Карром). Таким чином, мета полягає у доведенні того, що професійна візуалізація локального мистецького продукту є критично важливою для збереження інтелектуального ресурсу та суспільної згуртованості громади у сучасному медіатизованому світі.

Виклад основного матеріалу. Графічне мистецтво та дизайн відіграють ключову роль у внутрішній соціокультурній комунікації територіальних громад, оскільки вони здатні транслювати унікальні цінності, символи та локальну ідентичність поза межами вербальних бар'єрів. Розглядаючи мистецтво як ключовий канал комунікації, ми стверджуємо, що саме візуальні образи сьогодні найефективніше транслюють цінності там, де слова виявляються недостатніми. Айдентика гурту «Hellcords» працює як «розширення» відчуттів людини, створюючи цілісне середовище через конкретні графічні інструменти.

Візуальна мова проекту базується на системі агресивної, але структурованої графіки. Основу «візуальної ДНК» становить авторська ілюстрація — стилізований образ вовка, виконаний у грубій,

майже плакатній манері з ефектом «grunge». Цей символ обраний не випадково: він ретранслює енергію локальної рок-сцени та виступає метафорою внутрішньої свободи й «неприборканості», що прямо перегукується з гаслами проекту — «Unleash your beast» та «No rules».

Кольорова палітра проекту є свідомо обмеженою та висококонтрастною: домінування насиченого червоного (Fire Engine Red) та глибокого чорного (Black Pearl) створює відчуття напруги та динаміки, що характерно для рок-естетики. Додавання відтінків Buttery White (як пом'якшувального фону) та акцентного зеленого (Fern) дозволяє виділити бренд у цифровому середовищі, де панує інформаційний шум. Такий дизайн не просто інформує про концерт, а формує впізнавану «платформу для діалогу» між гуртом та громадою. Завдяки реалізації цієї системи у мерчі та зовнішній рекламі, локальна культура стає видимою, перетворюючи музичний колектив на реального носія регіональної самобутності, що й забезпечує її сталий розвиток через підтримку креативних індустрій.

У сучасному культурологічному дискурсі дизайн айдентики рок-гурту «Hellcords» розглядається не лише як естетична практика, але й як універсальна система графічних символів, що формує спільне розуміння та стійкий діалог між різними соціальними групами всередині громади. Зокрема, візуальне мистецтво як засіб комунікації забезпечує збереження і трансляцію автентичних ідей, дозволяючи інтегрувати сучасні молодіжні субкультури у спільний культурний простір регіону. Це сприяє осмисленню актуальних духовних цінностей громади в цілому, перетворюючи локальний мистецький проект на ефективний інструмент сталого розвитку, що протидіє фрагментації інформаційного поля та зміцнює цілісність регіонального культурного ландшафту.

Висновки. У ході дослідження встановлено, що сучасне графічне мистецтво та дизайн айдентики виступають переконливим інструментом соціокультурної комунікації та «локальної дипломатії», здатним зміцнювати довіру, солідарність і взаєморозуміння всередині територіальних громад. У межах наукового дискурсу візуальна ідентичність рок-гурту «Hellcords» осмислюється не лише як естетичний продукт, а як дієвий засіб «м'якої сили», що забезпечує символічну репрезентацію цінностей та культурної самобутності регіону. Доведено, що в умовах глобального інформаційного перевантаження та загрози втрати автентичності, професійне дизайн-проекування стає критично важливим для збереження творчого ресурсу місцевої спільноти. Кейс «Hellcords» ілюструє, як цілісна візуальна система впорядковує культурне середовище громади. Замість хаотичного споживання контенту, дизайн пропонує зрозумілий образ, який зміцнює зв'язки всередині спільноти та сприяє її сталому розвитку.

Отже, впровадження авторського дизайну в стратегію розвитку регіону відкриває нові можливості для залучення туристів та популяризації локальної культури. Це доводить, що якісна візуальна мова є основою для діалогу між творчою молоддю та громадою, допомагаючи регіону залишатися впізнаваним і сучасним у цифровому просторі.

Список використаних джерел:

1. Данилюк В. (2025). Українське ігрове кіно як інструмент культурної дипломатії та каталізатор громадських дискусій. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2025. № 2, 59–70.
2. Дубовик Н., Шило О. (2023). Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації України. Молодий вчений. № 4 (116), 72-76.
3. Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. W. W. Norton & Company
4. Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Viking Penguin.
5. Уханова Н.С. Деструктивний вплив засобів масової інформації на суспільну і особистісну свідомість та поведінку молоді. Наукова робота.
6. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
7. Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
8. De Zengotita, T. (2005). *Mediated: How the Media Shapes Your World and the Way You Live in It*. Bloomsbury Publishing.