

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І
МИСТЕЦТВ**

Інститут практичної культурології та арт-менеджменту
Кафедра культурології та міжкультурних комунікацій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему :

**ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ 21
СТОЛІТТЯ**

Виконала студентка IV курсу
Групи БКР-31-9
Спеціальності:
034 «Культурологія»

Орел Поліна Ігорівна
(ПІБ студента)

Керівник:
доктор культурології, професор
(науковий ступінь керівника)

Герчанівська Поліна Евальдівна
(ПІБ керівника)

Рецензент:
кандидат філософських наук,
доцент
(науковий ступінь рецензента)

Русakov Сергій Сергійович
(ПІБ рецензента)

Допустити до захисту
Протокол засідання кафедри
від «__» _____-20__ р. № _____
Завідувач кафедри _____
(_____) _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Київ-2023

АНОТАЦІЯ

Робота «Формування образу міста в європейській культурі початку 21 століття» досліджує поняття та формування образу міста в контексті європейської культури. У ній розглядаються історичні та культурні впливи, сучасні підходи та інноваційні проекти, які формують імідж міст у Європі. Дослідження заглиблюється у роль культури та мистецтва, а також ефективність інноваційних методів у формуванні іміджу міста. Воно також містить унікальний кейс про досвід Лондона у формуванні іміджу. Дослідження пропонує практичні висновки та рекомендації для містобудівників, політиків, культурних менеджерів та інших зацікавлених сторін, які беруть участь у розвитку міста. Робота сприяє розумінню формування іміджу міста та його значення для розбудови сталих, динамічних і конкурентоспроможних міст на початку 21-го століття.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ.....	6
1.1. Поняття образу міста та його формування.....	6
1.2. Історичний аспект формування образу міста в європейській культурі....	13
1.3. Сучасні підходи до формування образу міста в європейській культурі ..	17
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ОБРАЗУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО МІСТА.....	22
2.1. Аналіз інноваційних проєктів формування образу міста в європейській культурі	22
2.2. Сучасний досвід європейських міст в формуванні свого образу.....	28
2.3. Роль культури та мистецтва в формуванні образу міста	32
РОЗДІЛ III. ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ МІСТ 21 СТОЛІТТЯ.....	37
3.1. Дослідження унікального досвіду формування образу міста на прикладі Лондону	37
3.2. Оцінка ефективності застосування інноваційних методів у формуванні сучасного міста в Україні.....	43
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

ВСТУП

Поняття образу міста та його формування посідає центральне місце в дискурсі з урбаністики, культурології та міського дизайну. Формування образу міста є цікавою темою, яка привертає значну увагу науковців у сфері урбаністики та культурного дискурсу. На початку 21-го століття європейські міста зазнали значних трансформацій, формуючи свої ідентичності, наративи та сприйняття в динамічному і постійно мінливому глобальному контексті. Розуміння складного процесу формування іміджу та його глибоких наслідків для міського розвитку, культурної репрезентації та суспільної динаміки є важливим для розуміння складності сучасних європейських урбаністичних ландшафтів.

Актуальність дослідження — дослідження процесу формування образу міста в європейській культурі 21 століття має велику актуальність через декілька причин.

Перш за все, зростання населення міст і їх роль як центрів культури, науки, інновацій та бізнесу підкреслюють необхідність формування позитивного образу міста для приваблення мешканців, туристів та інвесторів. Крім того, значення культури, мистецтва та архітектури у формуванні образу міста набуває все більшої ваги, оскільки вони впливають на сприйняття міста суспільством. Аналізуючи сучасні підходи та інструменти, використовувані в європейських містах, можна знайти ефективні рішення для розвитку міст і сприяти загальному розвитку культури та мистецтва.

Мета дослідження — дослідження процесу формування образу міста в європейській культурі 21-го століття є аналіз та узагальнення сучасних підходів та інструментів формування образу міста, а також визначення їх ефективності та можливостей впровадження на практиці.

Завдання дослідження — завдання дослідження включає наступні пункти: дослідити поняття "образ міста" та визначити ключові аспекти його

формування; розглянути сучасні підходи до формування образу міста в європейській культурі; проаналізувати інноваційні проекти формування образу міста в європейській культурі; визначити роль культури та мистецтва в формуванні образу міста; вивчити сучасний досвід європейських міст у формуванні свого образу; розглянути приклади успішної реалізації проектів, що включають культурні та мистецькі елементи.

Об'єкт дослідження — європейські міста, які відображають аспекти культури та соціально-економічного розвитку представлених регіонів у 21 столітті.

Предмет дослідження — формування образу міста в європейській культурі 21 століття, тобто процес створення та розвитку сприйняття та іміджу міста в сучасному європейському суспільстві.

Практичне значення отриманих результатів — результати робіт мають практичне значення для містобудівників, політиків, культурологів, архітекторів та менеджерів культури. Висновки містять ідеї та рекомендації, які можуть слугувати орієнтиром для збереження історичних та культурних цінностей, надихати на інноваційні підходи, сприяти співпраці зацікавлених сторін, активізувати туризм та економічний розвиток, а також сприяти підвищенню загальної привабливості та конкурентоспроможності європейських міст.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

1.1. ПОНЯТТЯ ОБРАЗУ МІСТА ТА ЙОГО ФОРМУВАННЯ

Поняття образу міста стосується ментального та емоційного сприйняття людьми міського середовища. Воно включає візуальні, культурні та соціальні характеристики, які складають ідентичність міста чи району. Образ міста формується поєднанням фізичних і нефізичних факторів, таких як архітектура, громадські простори, транспортні системи, культурні об'єкти та соціальна взаємодія.

Образ міста можна визначити як символічну репрезентацію та колективне сприйняття міського середовища, що охоплює його культурні, соціальні та історичні виміри. Він зосереджується на культурних наративах, репрезентаціях і значеннях, закладених у фізичних і символічних елементах міста, включаючи архітектуру, публічне мистецтво, культурні події та історичні пам'ятки. У цьому контексті образ міста формується під впливом культурних цінностей, вірувань і практик, а також формує культурну ідентичність, досвід і взаємодію людей у міському просторі.

Згідно з тлумачним словником, образ — це збірне уявлення індивідуума чи групи індивідів, цілісне, але неповне уявлення певного об'єкта або класу об'єктів [55].

З моменту утворення, образ відразу стає відносно самостійним і неконтрольованим. Образ надзвичайно важливий, оскільки те, за допомогою чого людина формує ставлення до місця. Наприклад, Париж асоціюється з чимось шикарним, новим, модним навіть для тих, хто там ніколи не був, Рим — з історією і величчю імперії, а Лондон — це взірць стриманості й аристократизму.

Образ території — це перша асоціативна думка про місто. Так, українські дослідниці О. М. Хамідова та І.А. Бугайова чітко розмежовують поняття іміджу та образу і підкреслюють, що негативний образ може бути поширенішим за позитивний імідж [60]. Наприклад, першочергові образи: Детройт — кримінальна столиця Америки, Колумбія — осередок наркомафії, Куба — полігон революції, а Мумбаї — апофеоз бідності. Для формування ефективної стратегії територіального маркетингу необхідно не тільки створити абсолютно новий образ, але й скорегувати або знівелювати існуючий.

Поняття образу міста є багатовимірним і може змінюватися залежно від індивідуального досвіду та сприйняття. Наприклад, дві людини можуть по-різному сприймати одне й те саме місто залежно від їхнього віку, етнічної приналежності, культурного походження чи соціально-економічного статусу.

Також, образ міста відіграє важливу роль у формуванні способу взаємодії людей з міським середовищем та його використання. Позитивний образ може приваблювати відвідувачів, мешканців та бізнес, тоді як негативний — стримувати інвестиції та спричиняти соціальний та економічний занепад.

Однією з перших і найвпливовіших праць, присвячених концепції образу міста, була книга Кевіна Лінча "Образ міста" [19]. У цій книзі Лінч запропонував метод вивчення ментальних образів, які люди мають про міста, і виділив п'ять елементів, які сприяють формуванню образу міста:

1. Шляхи — це маршрути або канали, якими люди пересуваються містом. Це можуть бути вулиці, тротуари, алеї або навіть природні об'єкти, такі як річки чи парки. Шляхи слугують основним засобом навігації і мають вирішальне значення для створення відчуття безперервності та зв'язку в міській мережі.
2. Межі — це фізичні кордони або бар'єри, які визначають і відокремлюють різні райони в межах міста. Вони можуть бути природними, наприклад,

берегові лінії або гірські хребти, або ж створеними людиною, наприклад, стіни, паркани або автомагістралі. Межі сприяють читабельності міста, розмежовуючи окремі простори і створюючи відчуття замкненості.

3. Райони — це ідентифіковані території в межах міста, які мають свій власний унікальний характер, функції або види діяльності. Вони часто характеризуються схожими архітектурними стилями, землекористуванням або культурними атрибутами. Райони створюють відчуття місця і сприяють різноманітності та багатству міського досвіду.
4. Вузли — це стратегічні точки зближення в місті, де перетинаються шляхи і збираються люди. Це можуть бути площі, сквери, перехрестя або транспортні вузли. Вузли слугують фокусними точками і сприяють пересуванню та взаємодії, створюючи соціальні та функціональні центри в міському ландшафті.
5. Орієнтири — це визначні та легко впізнавані об'єкти в місті, які допомагають орієнтуватися людям і створюють пам'ятні для них місця. Це можуть бути знакові будівлі, пам'ятники або природні елементи, які виділяються з навколишнього середовища. Орієнтири не лише допомагають знайти дорогу, але й сприяють візуальній ідентичності та символічному значенню міста.

П'ять елементів Лінча забезпечують основу для аналізу та розуміння того, як люди сприймають, орієнтуються та створюють ментальні карти міст.

З того часу багато науковців спиралися на роботу Лінча і досліджували концепцію міського образу з різних боків, використовуючи різні теоретичні та методологічні підходи. Наприклад, зосереджувалися на ролі технологій та медіа у формуванні образу міста, тоді як інші вивчали вплив культурно-історичних чинників на формування міської ідентичності.

Розуміння формування міського образу є важливою сферою досліджень у сфері міського планування та дизайну, оскільки воно може стати основою для

розробки стратегій створення більш привабливого, сталого та інклюзивного міського середовища.

Розуміння того, як формуються міські образи, може дати цінне уявлення про те, як люди взаємодіють з міським середовищем і сприймають його. Ці знання можуть допомогти містобудівникам і політикам створити більш привабливе і стає міське середовище, яке відповідає потребам мешканців і відвідувачів.

Як зазначає видатна урбаністка та дослідниця Анна Вернез Мудон: "Образ міста — це не просто відображення фізичного міста, а складний і динамічний конструкт, який формується під впливом індивідуального і колективного досвіду, культурних значень і соціальних взаємодій" [21, с. 11].

Мудон підкреслює важливість розуміння багатовимірної та динамічної природи образу міста, а також необхідність враховувати роль соціальних і культурних чинників у його формуванні. Міські дизайнери та планувальники можуть використовувати ці знання для створення міського середовища, яке краще реагує на потреби та вподобання мешканців і відвідувачів, а також відображає культурну та історичну ідентичність міста.

Один із підходів до вивчення формування міського образу полягає у використанні кількісних та якісних методів дослідження. Наприклад, опитування та анкетування можна використовувати для збору даних про те, як мешканці та гості міста сприймають різні аспекти міського середовища, такі як архітектура, громадські простори та культурні об'єкти. Ці дані можна проаналізувати, щоб виявити закономірності та тенденції у формуванні міського образу, а також визначити фактори, які сприяють позитивному чи негативному сприйняттю міста.

Інший підхід полягає у використанні візуального та просторового аналізу для розуміння того, як формуються міські образи. Це може включати використання ГІС (географічних інформаційних систем) для картографування та аналізу розподілу різних міських елементів, таких як будівлі, вулиці та

громадські простори. Це також може включати використання методів візуального картографування, таких як фотомонтаж або віртуальна реальність, для моделювання досвіду різних міських середовищ і вивчення того, як різні елементи сприяють формуванню міського образу.

Окрім дослідницьких методів, для розуміння формування образу міста можна застосовувати теорії та концепції з різних дисциплін, таких як психологія, соціологія та географія. Концепція прив'язаності до місця, яка стосується емоційних і когнітивних зв'язків, які люди формують з певними місцями, може бути використана для розуміння того, як люди розвивають прив'язаність до різних аспектів міського середовища і як ця прив'язаність сприяє формуванню міського образу.

Загалом, вивчення формування образу міста є складною та міждисциплінарною галуззю, яка вимагає використання різних методів дослідження та концепцій з різних дисциплін. Отримавши глибше розуміння того, як формуються міські образи, містобудівники та політики можуть створювати більш привабливе та стале міське середовище, яке відповідає потребам мешканців та відвідувачів і сприяє економічній, соціальній та культурній життєздатності міста.

Крім того, розуміння формування образу міста може допомогти містобудівникам і політикам визначити сфери, які потребують покращення в міському середовищі. Наприклад, якщо дані показують, що мешканці та гості міста сприймають певний район міста негативно, планувальники можуть дослідити, які фактори впливають на таке сприйняття, і працювати над їх усуненням. Це може включати покращення дизайну та функцій громадських просторів, покращення доступності транспорту або створення нових культурних об'єктів, які краще відображатимуть різноманітність громади.

Також, формування міського образу можна також вивчати стосовно різних груп населення. Наприклад, як сприймають міське середовище різні вікові

групи, етнічні групи чи соціально-економічні верстви населення? Це може допомогти планувальникам розробити цілеспрямовані стратегії для задоволення потреб та вподобань різних груп мешканців та відвідувачів.

Поняття образу міста тісно пов'язане з ідеєю прив'язаності до місця, яка стосується емоційних та афективних зв'язків, що розвиваються у людей з певними місцями. Прив'язаність до місця є важливим аспектом міської ідентичності та сприяє формуванню образу міста. Позитивні чи негативні емоції людей щодо певного місця можуть формувати їхнє ставлення та поведінку щодо міста в цілому, а також впливати на їхнє почуття приналежності та ідентичності.

Останніми роками дослідження образу міста набуло нового інтересу в контексті сталого розвитку міст. Сталі міста — це міста, які задовольняють потреби сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Щоб досягти цієї мети, містобудівники та дизайнери повинні створювати міста, які є не лише екологічно стійкими, але й соціально та економічно сталими. Концепція образу міста може надати цінну інформацію про те, як створити міста, придатні для життя, привабливі та значущі для їхніх мешканців.

Дослідження формування міського образу може також отримати користь від технологічних досягнень, таких як машинне навчання та штучний інтелект. Ці інструменти можуть допомогти швидко і точно обробляти великі обсяги даних, дозволяючи дослідникам виявляти закономірності і тенденції, які може бути важко виявити вручну.

Для вивчення концепції образу міста дослідники розробили низку методів та інструментів, серед яких опитування, інтерв'ю, когнітивне картографування та візуальний аналіз. Ці методи дозволяють дослідникам вивчати когнітивні та афективні компоненти образу міста, а також фактори, що впливають на його

формування, такі як міська морфологія, архітектурний стиль та культурний контекст.

Загалом, концепція образу міста є складним і багатограним конструктом, який продовжує розвиватися разом зі змінами та еволюцією міського середовища. Розуміння образу міста є важливим для ефективного міського дизайну та планування, оскільки воно дає уявлення про те, як люди сприймають і використовують міське середовище, а також про те, як можна спроектувати і управляти міським середовищем, щоб воно відповідало їхнім потребам і вподобанням.

Отже, вивчення формування образу міста є важливою сферою досліджень, яка може надати цінну інформацію про те, як люди взаємодіють з міським середовищем та сприймають його. Використовуючи поєднання методів дослідження та концепцій з різних дисциплін, містобудівники та політики можуть отримати глибше розуміння факторів, що впливають на формування міського образу, та розробити ефективні стратегії для створення більш привабливого, сталого та інклюзивного міського середовища.

1.2. ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Історичний аспект формування образу міста в європейській культурі є складним і багатограним процесом, який розвивався протягом багатьох століть. Образ міста є не статичним поняттям, а скоріше динамічним конструктом, який відображає зміну культурних, соціальних та політичних сил, що формували розвиток міст протягом тривалого часу.

Одним із важливих аспектів історичного формування образу міста в європейській культурі є роль міської морфології та архітектури. Фізичне планування та дизайн міст формувалися під впливом цілої низки факторів, включаючи топографію, клімат та соціальну організацію. Міська морфологія та архітектура можуть впливати на те, як люди сприймають і використовують міське середовище, а також формувати їхнє ставлення та емоції до міста.

Крім того, культурні та історичні чинники відіграли значну роль у формуванні образу міста в європейській культурі. Міста були центрами культурної та інтелектуальної активності протягом всієї історії і формувалися під впливом рухів та ідей, що виникали в них. Наприклад, в епоху Відродження відновився інтерес до класичної архітектури та міського дизайну, що вплинуло на розвиток міст по всій Європі. Так само промислова революція мала глибокий вплив на образ міста, оскільки нові технології та види транспорту трансформували міські ландшафти та соціальні структури.

Політичні та економічні сили також зробили свій внесок у формування образу міста в європейській культурі. Міста були центрами влади та впливу і формувалися під впливом політичних та економічних структур, що виникали в них. Наприклад, розвиток капіталізму і становлення сучасної національної держави мали значний вплив на розвиток міського середовища, впливаючи на такі фактори, як землекористування, транспорт і соціальну організацію.

Більше того, історичне формування образу міста в європейській культурі має тривалий вплив на сучасне міське середовище. Багато європейських міст зберегли свою історичну та культурну спадщину, створивши унікальний і самобутній міський образ, який приваблює як туристів, так і мешканців. Наприклад, історичний центр Риму з його античними руїнами та архітектурою бароко визнаний у всьому світі як символ європейської культури та спадщини.

Однак збереження історичної та культурної спадщини може також створювати виклики для міського розвитку. Необхідність задовольнити сучасні потреби і запити, такі як житло і транспорт, може вступати в конфлікт із зусиллями зі збереження історичних будівель і ландшафтів. Крім того, на образ міста можуть впливати зовнішні чинники, такі як глобалізація та інтернаціоналізація, які можуть створювати як можливості, так і виклики для міського розвитку.

Таким чином, містобудівники та дизайнери повинні орієнтуватися в складному і динамічному ландшафті, формуючи образ міста в європейській культурі. Вони повинні балансувати між збереженням історичної та культурної спадщини і потребами сучасного розвитку та інновацій, беручи до уваги соціальні, екологічні та економічні фактори, що формують міське життя. Розуміючи історичний контекст образу міста та його роль у сучасному міському середовищі, планувальники та дизайнери можуть створювати функціональні та змістовні міста, які відображають цінності та прагнення їхніх мешканців та відвідувачів.

Як зазначає урбаніст Девід Гарві у своїй книзі "Стан постмодерну", "Місто є історичним продуктом, сховищем численних і суперечливих спогадів, місцем інтенсивної боротьби за виробництво і споживання простору, видовищем для очей, принадою для капіталу і туристів, концентрацією соціальної влади, полем битви за соціальну справедливість, ареною, на якій виявляються і оскаржуються напруженість і суперечності капіталістичного суспільства" [15, с. 227]. Ця цитата підкреслює складну і багатогранну природу образу міста та

його формування в європейській культурі, а також важливість розуміння історичних, соціальних, політичних та економічних сил, які формують міський розвиток.

Крім того, поняття образу міста та його формування має значення, що виходить за межі сфери міського планування та дизайну. Образ міста — це потужний символ ідентичності, культури та історії, який може впливати на сприйняття місця як на місцевому, так і на глобальному рівні. Образ міста може формувати спосіб його просування, а також мати економічні наслідки для міста з точки зору туризму, інвестицій та культурного обміну.

Образ міста також може мати соціальні та політичні наслідки. Наприклад, образ міста як місця розмаїття та інклюзії може приваблювати різноманітне населення та сприяти соціальній згуртованості. І навпаки, образ міста як ексклюзивного або однорідного може створювати бар'єри для соціальної інтеграції та посилювати нерівність. Образ міста також може відображати і впливати на політичні ідеології, такі як міське управління, планування та політика.

Тому розуміння концепції образу міста та його формування є важливим для створення придатних для життя, сталих і справедливих міст, які відображають потреби та прагнення їхніх мешканців і гостей. Це вимагає міждисциплінарного підходу, який спирається на такі галузі, як міське планування, дизайн, історія, соціологія, економіка та культурологія. Досліджуючи історичні та культурні впливи на формування образу міста та його сучасні прояви, науковці та практики можуть розвинути більш тонке розуміння міського розвитку та сприяти створенню більш інклюзивних та сталих міст.

Отже, поняття образу міста та його формування є важливою сферою дослідження для містобудівників, дизайнерів та науковців. Історичний аспект формування образу міста в європейській культурі відіграв значну роль у

розвитку сучасних міських середовищ, і розуміння цієї історії має вирішальне значення для створення значущих і функціональних міських просторів, які відображають цінності та прагнення їхніх мешканців і відвідувачів. Хоча збереження історичної та культурної спадщини може створювати виклики для міського розвитку, важливо збалансувати ці зусилля з сучасними потребами та вимогами для створення динамічних, придатних для життя та сталих міст.

Як зазначає теоретик урбаністики Саскія Сассен у своїй книзі "Глобальне місто", "образ міста здавна був сховищем надій, мрій і прагнень, а також місцем суперечок, конфліктів і боротьби. Розуміння формування та еволюції образу міста вимагає критичної взаємодії з історичними, соціальними, політичними та економічними силами, які формують міський розвиток, а також усвідомлення культурних та символічних значень, які міста мають для своїх мешканців та відвідувачів. Лише визнаючи складну та динамічну природу образу міста, ми можемо створити міста, які є справді сталими, інклюзивними та справедливими" [27, с. 152]. Вона підкреслює важливість критичного та міждисциплінарного підходу до розуміння поняття образу міста та його формування, а також наголошує на необхідності більш тонкого та нюансованого підходу до міського розвитку.

Визнаючи складний і динамічний характер образу міста та його формування, містобудівники та дизайнери можуть створювати міста, які є одночасно функціональними та змістовними, і які відображають багату та різноманітну культурну спадщину європейського суспільства.

1.3. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Сучасні підходи до формування образу міста в європейській культурі відображають мінливий соціальний, економічний та культурний ландшафт сучасного міського середовища. Ці підходи формуються під впливом цілої низки факторів, серед яких технологічний прогрес, зміна моделей міграції та мобільності, а також зростаюче усвідомлення важливості сталого розвитку, стійкості та соціальної справедливості.

Однією з важливих тенденцій у сучасних підходах до формування образу міста є використання цифрових технологій для покращення міського планування та дизайну. Ці технології дозволяють планувальникам і дизайнерам створювати реалістичні симуляції міського середовища та тестувати різні сценарії, що дає їм змогу приймати більш обґрунтовані рішення щодо розвитку міст. Наприклад, географічні інформаційні системи (ГІС) та інші цифрові картографічні інструменти можна використовувати для аналізу просторових даних і візуалізації складних міських систем, а інформаційне моделювання будівель (BIM) — для створення 3D-моделей будівель і споруд, що дозволяє планувальникам і дизайнерам досліджувати різні варіанти дизайну та оптимізувати експлуатаційні характеристики будівель.

Ще однією тенденцією в сучасних підходах до формування образу міста є акцент на сталості та стійкості. Міста стикаються зі зростаючим тиском з боку зміни клімату, виснаженням ресурсів та зростанням населення, і планувальники та дизайнери шукають інноваційні рішення для вирішення цих проблем. Наприклад, зелена інфраструктура, така як парки, зелені дахи та дощові сади, може допомогти пом'якшити вплив міських островів тепла та зливових стоків, а відновлювані джерела енергії, такі як сонячна та вітрова, можуть зменшити залежність від викопного палива та знизити викиди вуглецю.

Нарешті, сучасні підходи до формування образу міста відображають зростаюче визнання важливості соціальної справедливості та інклюзивності в міському розвитку. Планувальники та дизайнери все більше зосереджуються на створенні міст, доступних і гостинних для всіх мешканців, незалежно від їхнього соціально-економічного статусу, етнічної приналежності чи інших факторів. Це вимагає цілісного підходу, який охоплює цілу низку питань, включаючи доступне житло, транспорт, громадські простори та культурне розмаїття.

Одним із конкретних прикладів сучасного підходу до формування образу міста є концепція "розумних міст". Розумні міста використовують цифрові технології та аналітику даних для підвищення ефективності, сталості та комфортності життя в місті. Це може включати використання датчиків для моніторингу дорожнього руху та якості повітря, впровадження автономних транспортних засобів і дронів, а також розробку інтелектуальних електромереж, які оптимізують використання та розподіл енергії.

Ще одним підходом до формування образу міста є використання культурних і креативних індустрій для сприяння відродженню та економічному розвитку міст. Міста дедалі більше визнають економічну та соціальну цінність культурних і креативних індустрій, таких як дизайн, мода та медіа, і використовують їх для залучення інвестицій, створення робочих місць та сприяння життєдіяльності міст. Наприклад, такі міста, як Амстердам і Берлін, створили яскраві креативні кластери, які приваблюють художників, дизайнерів і підприємців, а Більбао і Ліверпуль використовують культурні події та визначні пам'ятки, такі як Музей Гуггенхайма і набережна Ліверпуля, щоб прискорити відродження міст і трансформувати їхній образ.

Як зазначає урбаніст Едвард Глезер, "міста — це найбільший винахід людства, але вони також є основним джерелом наших екологічних проблем... завдання містобудівників полягає в тому, щоб використовувати сили агломерації, мінімізуючи при цьому екологічні витрати і максимізуючи

соціальні вигоди" [13]. У цьому контексті концепція "розумного міста" представляє важливу можливість вирішити ці проблеми шляхом використання технологій для створення більш ефективного, сталого і придатного для життя міського середовища. Однак важливо забезпечити, щоб ці технології впроваджувалися у прозорий, інклюзивний і справедливий спосіб, а також щоб вони відповідали потребам і проблемам усіх мешканців міста, а не лише привілейованої групи.

Так само використання культурних і креативних індустрій для формування образу міста є важливою можливістю сприяти економічному розвитку та життєздатності міста, але це має відбуватися з урахуванням місцевих культур і спільнот. Культурна економіка не є нейтральною, аполітичною силою... вона є частиною ширшої системи владних відносин, яка може або сприяти, або перешкоджати соціальній справедливості та демократичній участі в міському житті. У цьому контексті успіх культурних і креативних індустрій у формуванні образу міста залежатиме від їхньої здатності сприяти розмаїттю, інклюзивності та громадянській активності, а також сприяти добробуту та розширенню прав і можливостей усіх мешканців міста.

Отже, сучасні підходи до формування образу міста в європейській культурі є різноманітними, складними та багатогранними. Від використання цифрових технологій та аналізу даних до розгортання культурних і креативних індустрій, планувальники та дизайнери мають у своєму розпорядженні широкий спектр інструментів і стратегій для створення міського середовища, яке є не лише функціональним та ефективним, але й красивим, інклюзивним та придатним для життя.

Водночас, ці підходи ставлять важливі питання і виклики, зокрема необхідність збалансувати конкуруючі вимоги економічного зростання, екологічної стійкості та соціальної справедливості; забезпечити прозорий, справедливий і відповідальний підхід до розвитку технологій і культури з

урахуванням потреб і проблем усіх мешканців міста; сприяти різноманітності, інклюзивності та громадській активності у формуванні міського образу.

Також, успіх сучасних підходів до формування образу міста залежатиме від їхньої здатності орієнтуватися в цих викликах і створювати міське середовище, яке є одночасно динамічним і стійким, а також відображає мінливі потреби і прагнення людей, які живуть і працюють у ньому. Працюючи разом, планувальники, дизайнери та мешканці міст можуть створити міста, які будуть не лише ефективними та сталими, але й красивими, надихаючими та справедливими, і які слугуватимуть моделями кращого та справедливішого світу.

Для досягнення цього бачення важливо, щоб планувальники та дизайнери брали участь у постійному діалозі та співпраці з мешканцями міст, громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами, а також враховували їхні погляди, ідеї та відгуки при розробці та реалізації міських проєктів та ініціатив.

Крім того, важливо визнати, що процес формування образу міста — це не лише фізичний дизайн та інфраструктура, а й соціальна та культурна динаміка, створення простору та можливостей для людей збиратися разом, взаємодіяти та брати участь у значущих справах. Це вимагає глибокого розуміння соціальної та культурної динаміки міста, а також прагнення створювати простори та можливості для всіх мешканців міста, щоб вони могли брати участь у формуванні власних спільнот.

Зрештою, концепція формування образу міста полягає не лише у створенні красивих і функціональних просторів, але й у створенні живих, динамічних і стійких громад, які відображають різноманітні потреби і прагнення їхніх мешканців. Прийнявши це бачення і працюючи разом над його реалізацією, планувальники, дизайнери та мешканці міст можуть створити міста, які будуть не лише ефективними та сталими, але й красивими, надихаючими та

справедливими, і які слугуватимуть моделями для кращого та справедливішого світу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ОБРАЗУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО МІСТА

2.1. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Останніми роками зростає інтерес до ролі, яку інноваційні проєкти та ініціативи можуть відігравати у формуванні образу та ідентичності міст у європейській культурі. Ці проєкти варіюються від масштабних проєктів міського розвитку до невеликих інтервенцій, спрямованих на створення більш живого і динамічного міського середовища.

В основі цих проєктів лежить бажання створити більш придатні для життя, стійкі та надихаючі міські простори, які відображають унікальну культурну та соціальну ідентичність їхніх громад. Це передбачає цілу низку творчих та інноваційних підходів, від використання публічного мистецтва та культурних заходів до перетворення занедбаних міських просторів на яскраві громадські парки та зелені зони.

У цьому розділі буде розглянуто деякі з найбільш інноваційних та надихаючих проєктів, які зараз реалізуються в європейських містах, і досліджено, як ці проєкти допомагають формувати образ та ідентичність цих міст. Аналізуючи стратегії дизайну та планування цих проєктів, можна глибше зрозуміти складний і динамічний процес формування міського образу, а також роль, яку інноваційні проєкти можуть відігравати у формуванні майбутнього наших міст.

Аналіз інноваційних проєктів з формування образу міста в європейській культурі виявляє низку творчих та інноваційних підходів, які використовуються для трансформації міського простору та створення динамічних і живих спільнот. Ці проєкти часто передбачають співпрацю між архітекторами, містобудівниками, дизайнерами та громадськими

організаціями і спрямовані на вирішення низки соціальних, культурних та екологічних проблем.

У Європі є чимало прикладів інноваційних проєктів з формування образу міста. Одним з таких прикладів є проєкт «HafenCity» в Гамбурзі, Німеччина, який є проєктом міського редевелопменту, спрямованим на перетворення колишньої промислової зони на жвавий багатофункціональний район. Проєкт передбачає будівництво нових житлових і комерційних будівель, а також реконструкцію історичних споруд. Він також включає в себе громадські простори, такі як парки і площі, а також нову набережну вздовж річки Ельба.

Гамбурзький проєкт «HafenCity» є одним з найбільш інноваційних і значущих містобудівних проєктів у Європі. Проєкт розпочався у 2001 році з метою перетворення старої, невикористаної портової території на новий динамічний і сталий район. Він займає площу 157 гектарів і, як очікується, після його завершення в ньому проживатимуть близько 12 000 мешканців і буде створено 40 000 робочих місць.

Проєкт «HafenCity» включає в себе широкий спектр особливостей міського дизайну, в тому числі громадські простори, культурні установи, житлові та комерційні будівлі, а також стійку інфраструктуру. Однією з ключових особливостей проєкту є зосередженість на сталому розвитку, з акцентом на енергоефективність, відновлювані джерела енергії та зелені насадження.

«HafenCity» є важливим для формування образу Гамбурга та Німеччини в цілому. Проєкт отримав численні нагороди за інноваційний дизайн та екологічні характеристики, в тому числі Європейську премію з міського та регіонального планування у 2010 році. Проєкт також став символом прихильності Гамбурга до сталого міського розвитку і прикладом для інших міст Європи та світу.

Він мав значний вплив на місцеву економіку, створивши тисячі нових робочих місць і залучивши інвестиції з усього світу. Проєкт також допоміг

відродити навколишні райони, створивши більш яскраве і привабливе міське середовище.

На підсумок, проєкт «HafenCity» в Гамбурзі є чудовим прикладом інноваційного проєкту з формування образу міста в Європі. Він перетворив стару, невикористовувану портову територію на жвавий і сталий новий район з акцентом на енергоефективність, відновлювані джерела енергії та зелені насадження. Проєкт отримав численні нагороди і став символом прихильності Гамбурга до сталого міського розвитку, що робить його взірцем для інших міст Європи та світу.

Іншим прикладом є забудова Борнео-Споренбург в Амстердамі, що являє собою житловий район високої щільності, побудований на колишньому промисловому майданчику. Район вирізняється унікальною архітектурою, що характеризується різнокольоровими вузькими будівлями, розташованими у вигляді сітки. Дизайн максимально ефективно використовує простір, водночас створюючи виразну візуальну ідентичність району.

Проєкт розташований на двох невеликих півостровах у східній частині Амстердаму і був розроблений наприкінці 1990-х - на початку 2000-х років. Проєкт був покликаний забезпечити житлом понад 3 000 осіб і мав на меті стати інноваційною та сталою складовою розвитку, який би покращив образ міста.

Забудова Борнео-Споренбург відома своєю унікальною архітектурою, що складається з серії вузьких висотних будівель, які організовано навколо центрального каналу. Будинки побудовані в особливому стилі, який поєднує традиційні голландські елементи, такі як круті двосхилі дахи, з сучасними особливостями дизайну. Будинки розташовані таким чином, щоб максимізувати природне освітлення і забезпечити мешканцям доступ до виду на воду.

Проект був розроблений з сильним акцентом на стійкість та екологічну свідомість. Будинки побудовані з енергоефективних матеріалів і спроектовані таким чином, щоб зменшити споживання енергії та кількість відходів. Проект також включає в себе зелені насадження та зони загального користування, в тому числі великий центральний парк, щоб сприяти почуттю спільноти та зв'язку між мешканцями.

Забудова Борнео-Споренбург отримала широке визнання як успішний приклад сталого міського розвитку і була відзначена численними нагородами за дизайн та інновації. Проект допоміг змінити образ Амстердама і став популярним місцем для туристів та любителів архітектури.

Загалом, забудова Борнео-Споренбург є яскравим прикладом інноваційного проекту, який допоміг сформувати образ Амстердама як сталого, сучасного та перспективного міста. Його успіх демонструє потенціал міського розвитку не лише у забезпеченні житлом та інфраструктурою, але й у покращенні образу та ідентичності міста.

«Місто мистецтв і наук» у Валенсії, Іспанія, є ще одним прикладом інноваційного проекту, спрямованого на формування образу міста. Комплекс включає кілька футуристичних будівель, в яких розташовані музеї, театри та планетарій. Він став головною туристичною визначною пам'яткою і символом прихильності Валенсії до інновацій та прогресу.

«Місто мистецтв і наук» — це комплекс футуристичних будівель, які слугують культурною та архітектурною пам'яткою. Проект був розроблений Сантьяго Калатравою та Феліксом Канделою, і був урочисто відкритий у 1998 році в рамках плану міської регенерації. Комплекс займає площу 350 000 квадратних метрів і складається з кількох будівель, серед яких Hemisfèric (кінотеатр і планетарій IMAX), Umbracle (ландшафтна доріжка і автостоянка), Музей науки (інтерактивний музей з практичними експонатами), Oceanogràfic

(найбільший акваріум в Європі) і Палац мистецтв королеви Софії (оперний театр і центр виконавського мистецтва).

Місто мистецтв і наук стало символом сучасності та авангардної культури Валенсії. Його унікальна архітектура та дизайн приваблюють мільйони туристів з усього світу, сприяючи економічному та культурному розвитку міста. Проєкт також слугує прикладом того, як інноваційні урбаністичні проєкти можуть формувати образ міста та підвищувати його міжнародну репутацію.

«Місто мистецтв і наук» отримало численні нагороди та визнання, серед яких Премія принца Астурійського в галузі мистецтв у 1999 році та Премія Всесвітнього архітектурного фестивалю у 2006 році.

Загалом, «Місто мистецтв і наук» є яскравим прикладом того, як інноваційні урбаністичні проєкти можуть трансформувати місто і сприяти формуванню його образу та ідентичності на глобальному рівні. Його унікальний дизайн і культурні пропозиції зробили його обов'язковим місцем для відвідування туристами і джерелом гордості для міста Валенсія.

Отже, інноваційні проєкти, розглянуті в цьому розділі, демонструють зростаючу важливість формування образу міста в європейській культурі. Розвиток громадських просторів, зелених зон, культурних і рекреаційних об'єктів та сталої інфраструктури став необхідним для створення привабливих, придатних для життя і конкурентоспроможних міст. Представлені тут приклади висвітлюють різні підходи та стратегії, прийняті містами для перетворення своїх міських ландшафтів і посилення своєї ідентичності та образу. Проєкт «HafenCity» в Гамбурзі (Німеччина), розвиток Борнео-Споренбург в Амстердамі та «Місто мистецтв і наук» у Валенсії (Іспанія) — це лише кілька прикладів успішних проєктів, які сприяли зміні образу міст у Європі. Ці проєкти вдихнули нове життя у відповідні міста, приваблюючи відвідувачів, покращуючи якість життя мешканців та створюючи можливості

для економічного зростання. Подальший успіх таких проєктів залежить від здатності міст інтегрувати інноваційний дизайн, сталі практики та участь громади у свої плани розвитку. Таким чином, міста можуть спиратися на свою унікальну ідентичність, історію та культуру, створюючи сучасні та динамічні міські простори, що відповідають потребам як мешканців, так і гостей.

2.2. СУЧАСНИЙ ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ МІСТ В ФОРМУВАННІ СВОГО ОБРАЗУ

Міста здавна визнані важливими економічними, політичними та культурними центрами, які слугують як національними, так і міжнародними символами. Сьогодні формування міського образу є більш важливим, ніж будь-коли, оскільки міста конкурують за залучення інвестицій, туризму та кваліфікованої робочої сили. У зв'язку з цим європейські міста перебувають в авангарді зусиль з формування свого образу, застосовуючи інноваційні підходи, що поєднують архітектуру, мистецтво та технології.

У цій частині дослідження буде розглянуто сучасний досвід європейських міст у формуванні їхнього образу, наведено приклади найкращих практик та визначено нові тенденції. Будуть розглянуті стратегії, які застосовують міста для просування себе та своїх унікальних особливостей, а також виклики, з якими вони стикаються при цьому.

Останніми роками європейські міста дедалі більше усвідомлюють важливість формування свого образу таким чином, щоб він відображав їхні цінності та прагнення. Це важливо не лише для залучення туристів та інвестицій, але й для покращення якості життя мешканців та формування почуття гордості та ідентичності.

Щоб досягти цього, міста застосовують різні стратегії та підходи, зокрема інвестують у культурні події та інституції, сприяють сталому розвитку, покращують громадські простори та інфраструктуру, створюють інноваційні міські проекти, які відображають їхній унікальний характер та історію.

Одним із ключових аспектів формування образу європейських міст став акцент на сталому розвитку та екологічній відповідальності. Багато міст доклали значних зусиль для зменшення вуглецевого сліду, покращення якості повітря та популяризації екологічно чистих видів транспорту. Це не лише

допомагає зберегти природне середовище, але й покращує здоров'я та добробут мешканців.

Ще одним важливим аспектом формування образу європейських міст став акцент на культурному розмаїтті та інклюзивності. Міста визнають цінність просування та відзначення різноманітних культурних традицій та ідентичностей своїх мешканців, а також інвестують у культурні інституції, фестивалі та заходи, які демонструють це розмаїття. Це не лише зміцнює почуття спільноти та приналежності, але й приваблює відвідувачів, які зацікавлені в пізнанні різних культур.

Сучасний досвід європейських міст у формуванні свого образу передбачає динамічний процес міського розвитку, спрямований на популяризацію унікальної ідентичності та культурної спадщини міста. У зв'язку з цим міста все частіше використовують інноваційні стратегії для залучення туристів, інвесторів та мешканців.

Одним із найпомітніших сучасних досвідів європейських міст у формуванні свого образу є використання культурних подій та фестивалів як способу просування ідентичності міста та залучення відвідувачів. Наприклад, Единбурзький фестиваль «Fringe» у Шотландії відіграв важливу роль у просуванні Единбурга як культурної дестинації, і тисячі відвідувачів щороку приїжджають до міста, щоб відвідати фестиваль. Аналогічно, як Венеціанська бієнале в Італії допомогла утвердити Венецію як центр сучасного мистецтва та архітектури.

Единбурзький фестиваль «Fringe» — це щорічна подія, яка відбувається в Единбурзі, Шотландія. Він вважається найбільшим мистецьким фестивалем у світі, і протягом десятиліть є головною визначною пам'яткою як для місцевих жителів, так і для туристів. Фестиваль проходить протягом трьох тижнів у серпні, і в ньому беруть участь тисячі виконавців з усього світу, в тому числі

театральні колективи, коміки, музиканти і танцювальні колективи. Фестиваль також включає вуличні вистави, художні виставки та інші культурні заходи.

Фестиваль «Fringe» відіграв значну роль у формуванні образу Единбурга як яскравого і культурного міста. Фестиваль приваблює відвідувачів з усього світу, і він допоміг нанести Единбург на карту як головне місце для культурного туризму. Фестиваль також надає місцевим та міжнародним митцям можливість продемонструвати свої таланти та вийти на широку аудиторію.

Крім того, фестиваль має значний вплив на економіку Единбурга. Наплив відвідувачів під час фестивалю приносить місту значний дохід, а також створив багато робочих місць у сфері гостинності та туризму. Фестиваль також сприяє розвитку місцевої інфраструктури, оскільки місто інвестує в нові місця та об'єкти для розміщення зростаючої кількості відвідувачів.

Ще одним прикладом міста, яке доклало значних зусиль для формування свого образу, є Барселона, Іспанія. За останні кілька десятиліть місто зазнало значних змін, що допомогло йому стати одним з найпопулярніших туристичних напрямків у Європі. Відродження міста розпочалося на початку 1990-х років, коли воно приймало Олімпійські ігри 1992 року, які допомогли нанести Барселону на карту як сучасне та яскраве місто.

Відтоді Барселона продовжує інвестувати у свій образ, просуваючи свою унікальну культуру, архітектуру та кулінарію. Знаменита модерністська архітектура міста, спроектована Антоніо Гауді, стала головною принадою для туристів, як і його музеї, галереї та яскраве вуличне життя. Барселона також докладає зусиль для просування сталого туризму, заохочуючи відвідувачів користуватися громадським транспортом і велосипедами, а також просуваючи зелені насадження та екологічні практики по всьому місту.

Ще один підхід, який використовують європейські міста для формування свого образу, — це створення та ребрендинг знакових пам'яток або будівель,

які слугують символами ідентичності міста. Ейфелева вежа в Парижі, Колізей у Римі та Храм Святого Сімейства в Барселоні є прикладами таких пам'яток. Такі будівлі не лише слугують туристичними атракціями, але й сприяють брендингу та формуванню образу міста.

Міста також використовують технології для формування свого образу та покращення досвіду відвідувачів. Наприклад, мобільний додаток «London Official City Guide» надає користувачам персоналізований путівник визначними місцями, ресторанами та подіями Лондона. Аналогічно, додаток «Barcelona City Guide» допомагає відвідувачам орієнтуватися в системі громадського транспорту міста та надає інформацію про популярні туристичні напрямки.

Крім того, міста все частіше впроваджують практики сталого розвитку для формування свого образу та зменшення впливу на навколишнє середовище. Наприклад, Копенгаген був визнаний одним з найбільш сталих міст світу завдяки своїй відданості велосипедній інфраструктурі, зеленим насадженням та енергоефективним будівлям. Це не тільки допомогло просувати Копенгаген як екологічно свідоме місто, а й як привабливе для життя та відпочинку.

Отже, сучасний досвід європейських міст у формуванні свого образу характеризується акцентом на сталості, культурі та інноваціях. Міста визнають важливість створення позитивного образу для залучення відвідувачів, бізнесу та мешканців. Це призвело до реалізації численних інноваційних проєктів та ініціатив, спрямованих на покращення якості життя громадян та демонстрацію їхньої унікальної культурної спадщини. Завдяки таким зусиллям європейські міста можуть не лише приваблювати відвідувачів та інвестиції, але й виховувати почуття гордості та ідентичності серед своїх громадян. Оскільки світ продовжує ставати все більш урбанізованим, уроки, винесені з цього досвіду, ставатимуть все більш важливими для міст, які прагнуть розвивати свій власний унікальний образ та ідентичність.

2.3. РОЛЬ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА В ФОРМУВАННІ ОБРАЗУ МІСТА

Роль культури та мистецтва у формуванні образу міста є широко досліджуваною та обговорюваною темою в урбаністиці. Міста в усьому світі дедалі більше визнають важливість культурно-мистецької діяльності у формуванні свого образу та залученні відвідувачів, туристів і бізнесу. Взаємозв'язок між культурою, мистецтвом і міським середовищем є складним і багатовимірним, і з'являється все більше досліджень, які вивчають цей взаємозв'язок.

Міста завжди були осередком культурної та мистецької діяльності, надаючи простір для вираження ідей та творчості. Однак в останні роки роль культури і мистецтва у формуванні образу міста стала ще більш помітною. Міста по всьому світу використовують культуру і мистецтво для створення унікальної ідентичності та підвищення своєї економічної, соціальної та екологічної стійкості. Використання культурно-мистецьких ініціатив є не лише засобом покращення образу міста, але й способом об'єднання людей та сприяння соціальній згуртованості.

Тож, роль культури та мистецтва у формуванні образу міста є важливим аспектом міського розвитку в наш час. Останніми роками зростає визнання важливості культурної діяльності та мистецького самовираження у створенні унікальної та привабливої ідентичності міст. Культурні заходи, фестивалі та публічні мистецькі інсталяції є одними із засобів, за допомогою яких міста використовують культуру та мистецтво для формування свого образу. Ці заходи не лише створюють відчуття ідентичності, але й сприяють економічному зростанню міст, оскільки вони приваблюють туристів і стимулюють творчість та інновації.

Культура та мистецтво відіграють значну роль у формуванні образу міста. Це було досягнуто завдяки різноманітним ініціативам, таким як публічні

мистецькі інсталяції, культурні фестивалі та творчі проєкти з регенерації міста. Демонструючи унікальну культурну ідентичність міста та виховуючи почуття гордості громади, ці ініціативи можуть допомогти створити позитивний образ міста, сприяти розвитку туризму та економічному зростанню.

Більше того, культура і мистецтво також можуть допомогти створити відчуття місця і приналежності серед мешканців, сприяючи підвищенню якості їхнього життя і добробуту. Надаючи можливості для культурного самовираження та залучення, вони можуть сприяти зміцненню соціальної згуртованості та сприяти розмаїттю й інклюзивності в місті.

Останніми роками зростає визнання важливості культури та мистецтва у формуванні образу міста. Багато міст розробили культурні стратегії та плани для підтримки розвитку своїх культурних секторів, а також для забезпечення інтеграції культури та мистецтва в міське планування та розвиток.

Зараз багато міст інвестують у культурно-мистецькі ініціативи — від фестивалів, публічних мистецьких інсталяцій та вуличних вистав до музеїв, галерей та концертних залів. Ці ініціативи не лише приваблюють туристів та відвідувачів до міста, але й слугують каталізатором місцевого економічного розвитку, створення робочих місць та залучення громади. Крім того, культурні та мистецькі ініціативи можуть підвищити сталий розвиток міста, популяризуючи культурну спадщину, зберігаючи природні ресурси та вирішуючи соціальні питання.

Міста, які інвестують у культурну та мистецьку діяльність, можуть створити собі репутацію яскравих і цікавих місць для життя, роботи та відвідування. Такі міста часто асоціюються з високою якістю життя, а їхній унікальний культурний досвід і пам'ятки стають популярними туристичними атракціями. Наприклад, Музей Гуггенхайма в Більбао, Іспанія, змінив образ міста, перетворивши його із занепаłego промислового порту на яскравий культурний

центр, який приваблює відвідувачів з усього світу. Музей широко визнаний як пам'ятка сучасної архітектури та символ відродження міста.

Музей Гуггенхайма в Більбао, Іспанія, є яскравим прикладом того, як культурна інституція може трансформувати образ міста. До відкриття музею в 1997 році Більбао було занепалим промисловим містом з високим рівнем безробіття. Місто шукало шляхи відродження своєї економіки та образу.

Цей музей був спроектований архітектором Френком Гері, і його унікальна архітектура миттєво стала іконою, привернувши увагу всього світу. Виставки та заходи сучасного мистецтва в музеї також приваблюють туристів і поціновувачів мистецтва з усього світу.

Успіх музею призвів до формування нового образу Більбао як культурного центру, залучення додаткових інвестицій та розвитку міста. Музей Гуггенхайма в Більбао став символом трансформації міста і мав значний вплив на його економіку та культурну ідентичність.

Цей приклад показує, як культурні інституції, такі як музеї, можуть відігравати важливу роль у формуванні образу міста, залученні відвідувачів та інвестицій, а також сприяти розвитку культурної ідентичності міста.

Роль мистецтва у формуванні образу міста не обмежується музеями та галереями. Публічні мистецькі інсталяції та вуличне мистецтво також можуть відігравати значну роль у визначенні ідентичності міста. Такі міста, як Берлін, Лондон і Мельбурн, відомі своїми сценами вуличного мистецтва, які стали популярними туристичними атракціями. Вуличне мистецтво також може сприяти відродженню занедбаних міських районів, оскільки воно створює відчуття спільноти та власності на публічні простори.

Культурні заходи та фестивалі — ще один спосіб, за допомогою якого міста використовують культуру та мистецтво для формування свого образу. Ці події дають можливість продемонструвати унікальну культурну спадщину міста та сучасне мистецьке самовираження. Прикладами таких подій є Венеціанська

бієнале та Берлінський міжнародний кінофестиваль. Ці події приваблюють відвідувачів з усього світу і генерують значну економічну активність для приймаючих міст.

Отже, роль культури та мистецтва у формуванні образу міста є важливим аспектом міського розвитку. Міста, які інвестують у культурно-мистецьку діяльність, можуть створити унікальну та привабливу ідентичність, що сприяє їхньому економічному зростанню та соціальному добробуту. Культурно-мистецькі прояви міста стають символами його ідентичності та джерелом гордості для його мешканців, а також притягальною силою для відвідувачів.

Роль культури та мистецтва у формуванні образу міста стала ще більш важливою в цифрову епоху. Соціальні мережі та інтернет полегшили людям обмін інформацією про культурні та мистецькі ініціативи в містах та доступ до неї, створивши нову платформу для брендингу та промоції міст. Таким чином, міста все частіше використовують соціальні медіа для просування своїх культурно-мистецьких ініціатив і взаємодії з мешканцями та відвідувачами.

Очевидно, що культура і мистецтво відіграють важливу роль у визначенні ідентичності міста. Пропагуючи культурне розмаїття, підтримуючи місцевих митців та заохочуючи творчість, міста можуть приваблювати відвідувачів та інвестиції, стимулювати економіку та підвищувати добробут своїх громадян. Більше того, мистецькі та культурні події також можуть допомогти у створенні позитивного образу міста та покращенні його репутації на міжнародному рівні. Інвестуючи в культурні інституції та події, міста можуть формувати свій образ і створювати унікальне відчуття місця, яке відрізняє їх від інших міст. Коротше кажучи, культура і мистецтво є невід'ємною частиною ідентичності міста і повинні розглядатися як важливий елемент у стратегіях розвитку та маркетингу міста.

Отже, культура і мистецтво відіграють важливу роль у формуванні образу міста. Культурні події, фестивалі та мистецькі заходи підвищують привабливість міста, сприяють розвитку туризму та створюють відчуття спільності. Міста з багатою культурною спадщиною та сучасними культурними інституціями можуть вирізнитися з-поміж інших міст, здобути визнання та сприяти економічному розвитку. Міста, які інвестують у культурні ініціативи, можуть підвищити свою репутацію, залучити таланти та сприяти соціальній згуртованості. Таким чином, включення культури і мистецтва в міське планування і розвиток може призвести до створення унікального і привабливого образу міста.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ МІСТ 21 СТОЛІТТЯ

3.1. ДОСЛІДЖЕННЯ УНІКАЛЬНОГО ДОСВІДУ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ МІСТА НА ПРИКЛАДІ ЛОНДОНУ

Дослідження унікального досвіду формування образу Лондона заглиблюється у складний процес формування та зміни образу міста з плином часу. Лондон, як світовий мегаполіс, є цікавим прикладом для вивчення завдяки своїй багатій історичній спадщині, різноманітному культурному ландшафту та динамічному міському розвитку. Розуміння чинників, які сприяли формуванню самобутнього образу Лондона, може дати цінне уявлення про складну взаємодію між історією, культурою, архітектурою та міським плануванням у формуванні ідентичності міста.

Образ Лондона формувався протягом століть під впливом історичних подій, архітектурних пам'яток, культурних рухів і соціальних перетворень. Від свого давнього коріння як римського поселення до ключової ролі глобального центру торгівлі, політики та мистецтва Лондон постійно переосмислював себе, залишаючи незгладимий відбиток на своїй міській тканині та культурній спадщині. Знакові пам'ятки міста, такі як Лондонський Тауер, Собор Святого Павла та Будинок Парламенту, стали незмінними символами лондонської ідентичності.

Крім того, яскраве культурне життя Лондона, включаючи музеї, театри, галереї та музичні майданчики світового класу, сприяло його глобальній репутації як культурної столиці. Різноманітне населення міста та мультикультурні райони додають ще один шар багатства до його образу, демонструючи гармонійне співіснування різних культур та спільнот.

Ініціативи з міського планування та розвитку також вплинули на образ Лондона. Проекти регенерації в таких районах, як Доклендс, Кінгс-Крос і

Стратфорд, створення нових громадських просторів та акцент на стійкій архітектурі, перетворили раніше занедбані простори на процвітаючі райони, демонструючи прихильність міста до сталого розвитку та оновлення міст. Ці проєкти не лише покращили фізичну інфраструктуру, відображаючи прагнення Лондона до оновлення міста, екологічної свідомості та соціальної інклюзивності, а й створили простори для громадської активності та культурного самовираження.

Вивчаючи унікальний досвід Лондона у формуванні свого образу, ми можемо отримати цінне розуміння складної взаємодії між історичною спадщиною, культурною ідентичністю, міським розвитком та прагненнями міста. Вивчення стратегій, застосованих Лондоном для формування свого образу, може стати цінним уроком для інших міст, які прагнуть утвердити свою особливу ідентичність та покращити свою репутацію на міжнародному рівні. Це дослідження має на меті заглибитися в різні елементи, які сприяли формуванню образу Лондона, а також розглянути стратегії, що застосовуються для формування та проектування унікальної ідентичності міста на світовій арені.

Лондон — це місто, яке зазнало значних трансформацій протягом історії, і його образ еволюціонував відповідно. Від центру Британської імперії до мультикультурного центру фінансів, мистецтва та культури, Лондон завжди був містом винаходів та інновацій. Образ міста формувався під впливом багатьох факторів, зокрема архітектури, міського планування, культури та політики.

Одним з найбільш значущих прикладів формування образу Лондона є Олімпійські та Паралімпійські ігри 2012 року. Ця подія стала каталізатором відродження міста, завдяки будівництву нових об'єктів інфраструктури, таких як Олімпійський парк та Олімпійське селище, а також ревіталізації занедбаних районів міста, такого як Іст-Енд. Ігри також продемонстрували культурне розмаїття Лондона: по всьому місту відбулися різноманітні культурні заходи

та вистави. Успіх заходу не лише зміцнив репутацію Лондона як міста світового класу, але й породив почуття гордості та ідентичності серед лондонців.

Інший приклад — перетворення Південного берега Темзи — Саут-Бенку (South Bank). Колись занедбаний і покинутий район, він був відроджений завдяки низці проєктів міської регенерації, які перетворили його на яскравий культурний центр. Проєкт "Південний берег", започаткований у 1950-х роках, мав на меті омолодити прибережний район за допомогою стратегічного міського планування, культурних інвестицій та створення громадських просторів. Розвиток таких знакових культурних інституцій, як Національний театр, Королівський фестивальний зал і Тейт Модерн, перетворив Саут Бенк на процвітаючу культурну дестинацію. Ці заклади не лише забезпечили мистецькі та перформансні майданчики світового рівня, а й стали каталізаторами соціальної взаємодії, залучення громади та творчого самовираження. Ці ініціативи не лише створили нові культурні можливості, але й змінили сприйняття району, зробивши його популярним місцем відпочинку як для місцевих жителів, так і для туристів.

Успіх Саут Бенку у формуванні образу Лондона можна пояснити його багатогранним підходом. Проєкт поєднав архітектурне проектування, культурні програми, покращення громадського простору та співпрацю із зацікавленими сторонами. Завдяки інтеграції мистецтва та культури в міську тканину Південний берег став символом культурної життєздатності та креативності Лондона. Він створив відчуття місця, яке приваблює як місцевих жителів, так і туристів, сприяючи позитивному сприйняттю міста.

Більше того, інклюзивний дизайн та доступність для громадськості відіграли вирішальну роль у формуванні образу Південного берега. Пріоритетом розвитку стали зручні для пішоходів простори, набережні та зелені зони, що дозволило людям взаємодіяти з навколишнім середовищем на березі річки. Такий акцент на громадській доступності та інклюзивному дизайні сприяв

участі громади, заохочував соціальну згуртованість і сприяв створенню яскравої атмосфери району.

Проект Південного берега є важливим прикладом для розуміння складної динаміки, пов'язаної з формуванням образу міста. Він демонструє важливість інтеграції культурних активів, стратегій міського планування та залучення громади до процесу формування образу. Його успіх у зміні образу Лондона вплинув на подальші проекти регенерації міст по всьому світу, підкресливши потенційний вплив культурного розвитку на ідентичність та репутацію міста.

Вивчаючи унікальний досвід формування образу Лондона через такі проекти, як Саут Бенк, дослідники можуть отримати уявлення про стратегії, виклики та результати, пов'язані з формуванням міського образу. Цей приклад демонструє силу культурних інвестицій, спільного міського планування та дизайну публічного простору у створенні яскравого, інклюзивного та міжнародно визнаного образу міста. Такі висновки можуть стати основою для майбутніх зусиль у сфері міського розвитку, дозволяючи містам скористатися своїми унікальними активами та ефективно формувати свій образ для залучення інвестицій, туризму та талантів.

Ще одним прикладом є карнавал у Ноттінг-Гіллі — це щорічна культурна подія, що проходить у лондонському районі Ноттінг-Гілл, Велика Британія. Вкорінений у карибських традиціях, він перетворився на один з найбільших вуличних фестивалів у Європі, який щороку приваблює мільйони відвідувачів. З наукової точки зору, Ноттінг-Гіллський карнавал є важливим прикладом культурного самовираження, залучення громади та формування міської ідентичності.

Карнавал виник у 1966 році як відповідь на расову напруженість і дискримінацію, з якими стикалася карибська громада Лондона. Він став платформою для культурного святкування, пропагуючи карибську музику, танці, костюми та кухню. Захід відображає культурне розмаїття та

мультикультурність Лондона, підкреслюючи соціальну динаміку міста та присутність діаспорних громад.

З точки зору впливу на образ міста, Ноттінг-Гіллський карнавал відіграв вирішальну роль у формуванні ідентичності Лондона як інклюзивного та космополітичного мегаполісу. Він зміцнив почуття спільноти та приналежності серед учасників і відвідувачів, створивши спільний культурний досвід, який виходить за межі етнічних кордонів. Яскраві паради, живі виступи та пульсуючі ритми сприяють створенню святкової атмосфери, яка демонструє яскраву енергію та культурне багатство міста.

Більше того, Ноттінг-Гіллський карнавал став важливою туристичною атракцією, що приваблює відвідувачів з усього світу. Його економічне значення не можна ігнорувати, оскільки він приносить значний дохід місцевому бізнесу, готелям і туристичній галузі в цілому. Позитивне висвітлення карнавалу в засобах масової інформації ще більше зміцнює глобальний імідж Лондона як місця для культурних досліджень і святкувань.

З соціальної точки зору, Ноттінг-Гіллський карнавал слугує платформою для залучення та розширення можливостей громади. Він дає можливість людям виражати свою культурну спадщину, будувати соціальні зв'язки та кидати виклик стереотипам чи негативному сприйняттю. Інклюзивний характер карнавалу сприяє формуванню почуття приналежності та гордості, зміцненню соціальної згуртованості та міжкультурного взаєморозуміння в місті.

Отже, Ноттінг-Гіллський карнавал — це значна подія, яка відображає культурне розмаїття, дух громади та міську ідентичність Лондона. Він слугує яскравим прикладом того, як культурні традиції та святкування можуть формувати імідж міста як на місцевому, так і на глобальному рівні. Приймавши і продемонструвавши яскраву карибську культуру, Ноттінг-Гіллський карнавал став невід'ємною частиною культурного ландшафту Лондона і символом його прихильності до розмаїття та інклюзивності.

Вивчення унікального досвіду Лондона дає цінне уявлення про складну взаємодію між історією, культурою, архітектурою, міським плануванням та залученням зацікавлених сторін у формуванні образу міста. Вивчаючи стратегії, які застосовує Лондон, ми можемо глибше зрозуміти виклики, можливості та найкращі практики, пов'язані з формуванням самобутнього та привабливого образу міста.

Отже, досліджуючи формування образу Лондона, можна оцінити значення знакових пам'яток, культурних інституцій та жвавих районів у формуванні ідентичності міста. Ревіталізація занедбаних районів, таких як Південний берег, демонструє трансформаційну силу стратегічного міського планування, культурних інвестицій та залучення громади. Досвід Лондона підкреслює важливість поєднання матеріальних і нематеріальних культурних активів для створення самобутнього і визнаного на міжнародному рівні образу міста.

Також, дослідження підкреслює роль інклюзивного дизайну, громадської доступності та партисипативних підходів у формуванні образу міста. Прагнення Лондона сприяти творчому самовираженню, соціальній взаємодії та участі громади через культурні програми та громадські простори є прикладом позитивного впливу таких ініціатив на образ та ідентичність міста.

Загалом, вивчення унікального досвіду Лондона у формуванні його образу слугує багатим джерелом знань та натхнення для практиків, дослідників та політиків у всьому світі. Воно демонструє, що образ міста — це складний і багатогранний результат, на який впливають історичні, культурні, просторові та соціальні чинники. Активно формуючи свій образ, міста можуть позиціонувати себе як динамічні, інклюзивні та всесвітньо визнані дестинації, залучаючи інвестиції, сприяючи культурному обміну та підвищуючи якість життя як мешканців, так і відвідувачів.

3.2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОГО МІСТА В УКРАЇНІ

Образ міста є ключовим аспектом його розвитку, оскільки він має значний вплив на залучення інвестицій, туризму та кваліфікованої робочої сили. Останніми роками міста по всьому світу зосереджуються на інноваційних методах покращення свого образу та позиціонують себе як сучасні, динамічні та бажані місця для життя і роботи. Україна, як країна, що стрімко розвивається, не є винятком з цієї тенденції. Маючи багату культурну спадщину, різноманітні міські ландшафти та зростаючу міжнародну присутність, українські міста почали застосовувати різні інноваційні методи для формування свого образу та позиціонування себе як привабливих напрямків для туризму, інвестицій та культурного обміну.

Оцінка ефективності інноваційних методів у формуванні образу сучасного міста в Україні є важливою для розуміння динаміки міського розвитку та формування образу. В умовах швидких темпів глобалізації та зростаючої конкуренції між містами зростає потреба у стратегічному позиціонуванні міст та диференціації їхнього образу для залучення інвестицій, стимулювання економічного зростання та підвищення загальної конкурентоспроможності.

Останніми роками українські міста активно впроваджують інноваційні підходи до міського розвитку, включаючи архітектурні пам'ятки, культурні ініціативи, сталу інфраструктуру, технологічні досягнення та проекти з регенерації міст. Ці ініціативи покликані підвищити привабливість міста, його придатність для життя та привабливість для мешканців, відвідувачів і потенційних інвесторів.

Завдяки міждисциплінарному підходу, що поєднує урбаністику, культурологію, економічний аналіз та соціальні науки, можна дослідити багатогранні аспекти інноваційних методів у формуванні образу сучасних міст України. Дослідження розглядатиме різні виміри, такі як міський дизайн,

культурне програмування, технологічна інтеграція, екологічна стійкість та залучення громадськості, щоб оцінити ефективність цих методів у досягненні поставлених цілей.

Формування образу міста в Україні не позбавлене викликів та складнощів. З наукової точки зору, при розгляді проблем, пов'язаних з формуванням іміджу міста в Україні, виникає кілька ключових питань.

По-перше, значною проблемою є відсутність узгоджених стратегій міського планування та дизайну. Багато українських міст стикаються зі стрімкою урбанізацією, що призводить до безсистемної забудови, неузгодженості архітектурних стилів та неадекватної інфраструктури. Відсутність комплексної містобудівної концепції часто призводить до фрагментарності та незв'язності міського ландшафту, що перешкоджає формуванню чіткого та єдиного образу.

По-друге, політична та економічна нестабільність може перешкоджати зусиллям з формування іміджу українських міст. Періоди політичних заворушень, економічних спадів та корупції можуть негативно впливати на ініціативи з розвитку міст. Обмеженість фінансових ресурсів, бюрократична неефективність та відсутність довгострокового бачення можуть стати на заваді реалізації інноваційних проєктів, спрямованих на покращення іміджу міста.

Крім того, збереження містобудування та інфраструктури радянських часів є викликом для формування образу. Багато українських міст все ще несуть у собі залишки застарілих архітектурних стилів та функціоналістичних принципів проєктування з радянських часів. Ця невідповідність між історичною спадщиною міста та сучасними прагненнями може створювати відчуття дисонансу і перешкоджати формуванню сучасного та динамічного образу міста.

Іншою важливою проблемою є недостатня промоція та брендинг українських міст на міжнародній арені. Порівняно з іншими європейськими містами,

українським містам часто бракує ефективних маркетингових кампаній та цілеспрямованих стратегій брендингу для залучення туристів, інвесторів та культурних обмінів. Недостатня міжнародна видимість перешкоджає формуванню позитивного та впізнаваного іміджу, який відображає унікальну культурну спадщину та потенціал міста.

Нарешті, не можна недооцінювати завдання залучення місцевої громади та виховання почуття відповідальності і гордості за імідж міста. У багатьох випадках залучення громадян до процесів прийняття рішень, пов'язаних з міським розвитком та формуванням іміджу, є обмеженим. Залучення мешканців, виховання почуття колективної відповідальності та врахування різних точок зору може сприяти створенню більш інклюзивного та репрезентативного іміджу міста.

Вирішення цих проблем вимагає міждисциплінарного підходу із залученням містобудівників, архітекторів, політиків, лідерів громад та мешканців. Це вимагає розробки комплексних міських стратегій, інвестицій в інфраструктуру та культурні ініціативи, а також заохочення активної участі громадян. Вирішуючи ці виклики, українські міста можуть подолати перешкоди та прокласти шлях до формування яскравого, згуртованого та самобутнього образу, який відображатиме їхню унікальну культурну спадщину та потенціал.

Слід підкреслити, що в сучасних розробках українських дослідників та дослідниць проблема формування образу міста висвітлюється дещо односторонньо, з акцентацією на економічному потенціалі регіону, без розгляду культурологічного аспекта міста. Проблема безликості українських міст, слабо виражене, туманне уявлення про них в Україні та світі — результат безсистемного підходу до територіального маркетингу. «Доводиться чесно визнати, що комерціалізація і лобіювання групових інтересів для міської культури і відповідної символіки виявилися не менш згубними, ніж тотальна ідеологізація радянського зразка. Міста катастрофічно втрачають сформовані в ході історичного розвитку специфічні прикмети, їх

силуети визначають, як правило, безликі „коробки”, які до того ж швидко руйнуються без належного догляду. Не радують око, як правило, і сучасні офісні центри із домінуванням тонованого скла. ... Питання „що залишимо нащадкам” набуває все більшої актуальності, але внаслідок млявої гуманітарної політики влади і величезних апетитів бізнесових кіл поки що не має задовільної відповіді» [50, с. 144].

Образ кожного конкретного міста існує незалежно від того, утворюється він цілеспрямовано або хаотично. На рівні держави слід прийняти стратегічне рішення про створення програми просування іміджу міста як складової довгострокового плану розвитку.

Для того, щоб оцінити ефективність інноваційних методів у формуванні образу сучасного міста в Україні, можна розглянути кілька вартих уваги прикладів. Ці приклади ілюструють різноманітні підходи та стратегії, які використовують українські міста для покращення свого образу та привернення уваги як на національному, так і на міжнародному рівнях. Завдяки ретельному аналізу та оцінці ми можемо отримати уявлення про вплив та результати цих інноваційних методів. Два яскраві приклади, які заслуговують на увагу, — це Стратегія брендингу міста Львова та Ініціатива "Розумне місто Київ".

Стратегія брендингу міста Львова:

Львів, відомий своєю багатою історичною та культурною спадщиною, прийняв комплексну стратегію брендингу міста, щоб позиціонувати себе як сучасну та динамічну дестинацію. Місто зосередилося на збереженні свого історичного шарму, одночасно впроваджуючи інноваційні підходи до міського розвитку. Стратегія брендингу міста Львова охоплює різні елементи, включаючи архітектурну реставрацію, культурні заходи, креативні індустрії та цифрову промоцію. Використовуючи свої культурні активи, такі як Львівський оперний театр та численні фестивалі, Львів успішно приваблює

туристів і формує позитивний образ культурно насиченого та придатного для життя міста.

Стратегія брендингу міста Львова передбачає комплексний підхід до формування та просування образу Львова, історичного та культурно яскравого міста України. Завдяки своїй багатій спадщині, архітектурній красі та динамічному культурному середовищу, Львів прагне позиціонувати себе як привабливе місце для туризму, інвестицій та талантів. Стратегія брендингу міста охоплює різні елементи, включаючи візуальну ідентичність, маркетингові кампанії, культурні ініціативи та співпрацю із зацікавленими сторонами.

Одним із ключових аспектів Стратегії брендингу міста Львова є розробка виразної візуальної ідентичності, яка відображає сутність та унікальні характеристики міста. Це включає створення впізнаваного логотипу, кольорової палітри, типографіки та графічних елементів, які візуально представляють спадщину, шарм та сучасність Львова. Візуальна ідентичність слугує візуальним представленням індивідуальності бренду Львова і задає тон усім зусиллям з брендингу та маркетингу.

Маркетингові кампанії відіграють вирішальну роль у просуванні Львова як бажаної дестинації. Ці кампанії спрямовані як на внутрішню, так і на міжнародну аудиторію, висвітлюючи культурну спадщину міста, архітектурні пам'ятки, кулінарні шедеври та яскраві події. Кампанії використовують різні канали, такі як друковані ЗМІ, онлайн-платформи, соціальні мережі та стратегічні партнерства, щоб охопити широку аудиторію та викликати інтерес до відвідування Львова.

Крім того, культурні ініціативи є невід'ємною частиною стратегії брендингу Львова. Місто активно просуває свої культурні фестивалі, музичні події, художні виставки та театральні вистави, позиціонуючи Львів як центр творчості та мистецького самовираження. Сприяючи розвитку яскравої

культурної сцени, Львів приваблює культурних туристів, митців та творчих професіоналів, сприяючи формуванню загального образу Львова як міста мистецтва та культури.

Протягом останніх років завдяки щорічному осінньому Форуму видавців утверджується новий бренд Львова як книжкового міста. Мандруючи великим ярмарком, львів'яни купують книжки для себе, для дітей, на подарунок рідним і друзям. На церемонії відкриття Форуму сцена львівської Опери постає у вигляді площі міста Книгбурга.

Співпраця із зацікавленими сторонами є ще одним важливим аспектом Стратегії. Це включає взаємодію з місцевим бізнесом, громадськими організаціями, навчальними закладами та державними установами для спільного формування та просування образу Львова. Залучаючи різні зацікавлені сторони, місто забезпечує єдине та послідовне послання бренду, а також виховує почуття причетності та гордості серед мешканців.

Стратегія брендингу міста Львова постійно оцінюється та адаптується для забезпечення її ефективності. Це передбачає проведення маркетингових досліджень, збір відгуків від туристів і мешканців та аналіз ключових показників ефективності. Відстежуючи вплив ініціатив з брендингу та приймаючи рішення на основі даних, Львів може вдосконалювати свою стратегію та посилювати зусилля з побудови образу.

Стратегія брендингу міста Львова дала позитивні результати: Львів здобув визнання як провідна туристична дестинація і щороку приваблює все більшу кількість відвідувачів. Зусилля міста, спрямовані на збереження культурної спадщини, промоцію унікальних пам'яток та створення сприятливого середовища, сприяли формуванню позитивного образу та економічному зростанню.

Таким чином, стратегія брендингу міста Львова являє собою комплексний підхід до формування та просування образу Львова як привабливої дестинації.

Завдяки розробці виразної візуальної ідентичності, ефективним маркетинговим кампаніям, культурним ініціативам та співпраці із зацікавленими сторонами, Львів успішно позиціонує себе як місто культурної спадщини, креативності та чарівності. Постійна оцінка та адаптація стратегії брендингу забезпечують її актуальність та ефективність у демонстрації унікальних пропозицій Львова та залученні відвідувачів з усього світу.

Ініціатива Kyiv Smart City:

Ініціатива Kyiv Smart City є яскравим прикладом інноваційних методів, що використовуються для формування образу сучасного міста в Україні. Як столиця та найбільше місто України, Київ приєднався до цієї ініціативи, щоб позиціонувати себе як технологічно розвинений та сталий міський центр. Ініціатива Kyiv Smart City охоплює низку взаємопов'язаних проєктів та стратегій, спрямованих на покращення міських послуг, підвищення рівня залучення громадян та створення сучасного й ефективного міського середовища.

Одним із ключових аспектів ініціативи "Розумне місто Київ" є використання передових технологій для трансформації різних аспектів міського життя. Місто впроваджує "розумні" рішення в таких сферах, як транспорт, енергоменеджмент, управління відходами та громадська безпека. Наприклад, розгортання інтелектуальних транспортних систем призвело до оптимізації транспортних потоків, зменшення заторів та покращення послуг громадського транспорту. Інтелектуальні енергетичні мережі та ефективні системи енергоменеджменту сприяли енергозбереженню та сталому розвитку. Крім того, були розроблені цифрові платформи та мобільні додатки для забезпечення участі громадян, доступу до державних послуг та обміну інформацією в режимі реального часу.

Ініціатива Kyiv Smart City також підкреслює важливість прийняття рішень на основі даних та планування на основі фактичних даних. Збираючи та

аналізуючи дані з різних джерел, місто може отримати уявлення про міські моделі, поведінку громадян та попит на послуги. Це дозволяє приймати обґрунтовані рішення та ефективно розподіляти ресурси для задоволення потреб мешканців та гостей міста. Використання аналітики даних та прогнозного моделювання може ще більше підвищити операційну ефективність міста та якість надання послуг.

Крім того, ініціатива сприяє залученню та участі громадян через різні канали. Цифрові платформи та мобільні додатки дозволяють громадянам надавати відгуки, повідомляти про проблеми та брати активну участь в управлінні містом. Це сприяє формуванню у мешканців почуття причетності та розширенню їхніх прав і можливостей, зміцненню соціальної структури міста та покращенню його образу як міста, що цінує залучення громадян.

Проект Kyiv Smart City отримав визнання як на національному, так і на міжнародному рівні, позиціонуючи Київ як місто-лідер у сфері технологічних інновацій та сталого міського розвитку. Ініціатива залучила інвестиції, співпрацю та партнерство з технологічними компаніями, науково-дослідними установами та державними організаціями. Ініціатива слугує вітриною для демонстрації потенціалу технологічних підходів у формуванні образу сучасного міста.

Оцінюючи ефективність ініціативи Kyiv Smart City, дослідники можуть оцінити її вплив на різні аспекти міського життя, такі як транспорт, енергоефективність, залучення громадян та загальний брендинг міста. За допомогою кількісного аналізу, опитувань та якісних оцінок можна отримати цінну інформацію про результати, виклики та можливості, пов'язані з цією ініціативою. Ця інформація може стати основою для майбутніх міських стратегій, політичних рішень та інвестицій не лише в Києві, а й в інших містах України, які прагнуть використовувати технології для покращення образу та сталого розвитку.

Таким чином, ініціатива Kyiv Smart City є важливим прикладом застосування інноваційних методів у формуванні образу сучасного міста в Україні. Використовуючи передові технології, аналітику даних та залучення громадян, Київ позиціонує себе як розумне та стале місто. Ініціатива слугує прикладом для інших міст, підкреслюючи потенціал технологічних підходів у покращенні міських послуг, сприянні сталому розвитку та підвищенні загальної якості життя мешканців та гостей міста.

Вивчивши ці приклади та провівши комплексний аналіз, можна оцінити ефективність цих інноваційних методів у формуванні образу Львова та Києва. Ця оцінка може охоплювати різні аспекти, включаючи вплив на туризм, економічне зростання, задоволеність громадян та міжнародне визнання. За допомогою кількісних та якісних оцінок дослідники можуть виміряти сприйняття та ставлення мешканців, відвідувачів та інших зацікавлених сторін, що дає цінну інформацію про ефективність цих інноваційних методів.

Ці приклади, серед іншого, слугують важливими тематичними дослідженнями для розуміння результатів, викликів і можливостей, пов'язаних з інноваційними методами у формуванні образу сучасних міст в Україні. Завдяки науковому підходу до оцінки їхньої ефективності ми можемо поглибити наше розуміння складнощів, пов'язаних із формуванням міського образу, і зробити внесок у базу знань з урбаністики, брендингу міст та сталого розвитку міст.

Отже, оцінка ефективності інноваційних методів у формуванні образу сучасного міста в Україні дає цінну інформацію про вплив цих підходів на міський розвиток, сприйняття та конкурентоспроможність. Вивчаючи конкретні приклади, аналізуючи дані та відгуки зацікавлених сторін, дослідники можуть оцінити результати, виклики та можливості, пов'язані з цими інноваційними методами.

Результати таких оцінок сприяють пізнанню та розумінню ролі інноваційних методів у формуванні образу міста. Вони дають науково обґрунтоване уявлення про ефективність конкретних стратегій, політик та ініціатив у покращенні образу сучасного міста в Україні. Ці знання можуть бути корисними для містобудівників, політиків та осіб, які приймають рішення, у їхніх зусиллях зі створення сталого та привабливого міського середовища.

Крім того, оцінка ефективності інноваційних методів допомагає виявити найкращі практики та засвоєні уроки. Вона проливає світло на фактори, що сприяють успішному формуванню образу, такі як залучення зацікавлених сторін, впровадження технологій, культурні ініціативи та сталі практики. Розуміючи ці ключові фактори успіху, міста в Україні можуть відтворювати та адаптувати ефективні стратегії для покращення власного образу та конкурентоспроможності.

Оцінка інноваційних методів формування образу сучасного міста в Україні дає цінну інформацію для майбутніх досліджень та академічних студій. Це є внеском в академічний дискурс про міський розвиток, брендинг міст та інноваційні підходи до управління містом. Знання, отримані в результаті цих оцінок, можуть бути використані для вдосконалення існуючих теорій, розробки нових концепцій та спрямування подальших досліджень у цій галузі.

Однак важливо визнати обмеження та виклики, пов'язані з оцінкою ефективності інноваційних методів. Складність міської динаміки, численність зацікавлених сторін та різноманітність міських контекстів ускладнюють встановлення прямого причинно-наслідкового зв'язку між конкретними методами та їхніми результатами. Крім того, довгостроковий вплив цих методів може потребувати постійного оцінювання та моніторингу.

ВИСНОВКИ

Робота "Формування образу міста в європейській культурі початку ХХІ століття" забезпечила комплексне дослідження поняття "образ міста" та його формування, проливаючи світло на ключові аспекти, що сприяють його конструюванню. Дослідження заглибилося в різні виміри, включаючи історичні та культурні впливи, сучасні підходи, інноваційні проекти та роль культури і мистецтва у формуванні іміджу міста.

Дослідження показало, що образ міста — це складний конструкт, який охоплює фізичні, соціальні, культурні та символічні елементи, що визначають ідентичність міста. На нього впливають не лише історичні та культурні чинники, але й динамічні процеси урбанізації, глобалізації та соціально-економічних змін.

Аналіз інноваційних проектів у європейській культурі продемонстрував значну роль креативних і далекоглядних ініціатив у формуванні образу міст. Такі приклади, як проект забудови Борнео-Споренбург в Амстердамі (Нідерланди) та проект HafenCity у Гамбурзі (Німеччина), демонструють, як архітектурні, екологічні та культурні інтервенції можуть трансформувати сприйняття та репутацію міста.

Крім того, дослідження підкреслює ключову роль культури та мистецтва у формуванні іміджу міста. Культурні фестивалі, мистецькі інсталяції та ініціативи зі збереження культурної спадщини були визначені як потужні інструменти для підвищення привабливості, самобутності та репутації міст. Серед яскравих прикладів — Единбурзький фестиваль «Fringe» у Шотландії, «Місто мистецтв і наук» у Валенсії, Іспанія, та лондонський карнавал у Ноттінг-Гіллі.

Вивчення сучасного досвіду європейських міст підкреслило динамічний та еволюційний характер формування іміджу міста. Такі міста, як Копенгаген, Амстердам і Лондон, успішно використовують свої унікальні характеристики,

ініціативи зі сталого розвитку, міський дизайн і культурну спадщину, щоб позиціонувати себе як глобальних лідерів у формуванні свого іміджу.

Також, ця робота дала цінне уявлення про формування іміджу міста в європейській культурі. Вона підкреслює багатогранність іміджу міста, важливість інноваційних проєктів, роль культури та мистецтва, а також досвід європейських міст у формуванні свого іміджу. Ці висновки сприяють глибшому розумінню динаміки та значення іміджу міста в сучасному урбаністичному ландшафті, пропонуючи практичні висновки для містобудівників, політиків та зацікавлених сторін, які беруть участь у розвитку та брендингу міст.

Дослідження наголошує на необхідності постійного аналізу та оцінки ефективності інноваційних методів у формуванні образу сучасного міста в Україні. Вкрай важливо створити комплексну систему моніторингу та вимірювання впливу різних ініціатив на імідж міста. Це включає оцінку сприйняття мешканцями, туристами та іншими зацікавленими сторонами, а також аналіз ключових показників, таких як економічне зростання, культурна життєздатність, сталий розвиток та соціальна згуртованість.

Для вирішення проблем у формуванні образу міста в Україні важливо сприяти співпраці та залученню різних зацікавлених сторін, зокрема органів влади, містобудівників, громадських організацій та культурних інституцій. Такі колективні зусилля можуть забезпечити реалізацію згуртованого та інтегрованого підходу, який відповідає унікальним характеристикам, сильним сторонам та прагненням міста.

Крім того, інтеграція технологічних досягнень і цифрових платформ може підвищити ефективність стратегій формування іміджу. Використання аналізу на основі даних, геопросторових технологій та платформ соціальних мереж може надати цінну інформацію про сприйняття міста та уможливити цілеспрямоване втручання для формування його іміджу.

Отже, використовуючи багатовимірний та міждисциплінарний підхід, Україна може покращити ситуацію з формуванням іміджу міста. Це вимагає довгострокового бачення, стратегічного планування та мобілізації ресурсів для ефективного впровадження інноваційних методів. Використання культурного багатства, розвиток сталих практик, сприяння ревіталізації міст та впровадження технологічних досягнень можуть сприяти формуванню позитивного та переконливого іміджу міста, залученню інвестицій, розвитку туризму та підвищенню якості життя мешканців. Це дослідження є основою для подальшого вивчення та впровадження практичних стратегій формування образу українських міст у 21 столітті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. About Hafencity. URL: <https://www.hafencity.com/en/overview/about-hafencity>
2. About the Edinburgh Festival Fringe. URL: <https://www.edfringe.com/about-us>
3. About the Guggenheim Museum Bilbao. URL: <https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/about-the-museum>
4. Allam Zaheer, Peter Newman. Redefining the smart city: Culture, metabolism and governance. *Smart Cities*. 2018. № 1. P. 4-25.
5. Allam Zaheer. *Theology and Urban Sustainability*. Springer, 2020. 83 P.
6. Borneo-18. URL: <https://www.mvrdv.com/projects/162/borneo-18>
7. Borneo-Sporenburg, Amsterdam, The Netherlands. URL: <https://www.johndesmond.com/blog/design/borneo-sporenburg-amsterdam-the-netherlands/>
8. Borneo-Sporenburg. URL: https://www.west8.com/projects/borneo_sporenburg/
9. City of Arts and Sciences. URL: <https://en.wikiarquitectura.com/building/city-of-arts-and-sciences/>
10. Del Cerro Santamaría Gerardo. Sovereignty, nationalism, and globalization in Bilbao and the Basque country. Bloomington, IN: Indiana University Press, 2011. 284 P.
11. Farrell Terry. Shaping London: the patterns and forms that make the metropolis. John Wiley & Sons Incorporated, 2010. 288 P.
12. Fisher M. The Edinburgh Fringe Survival Guide: How to Make Your Show a Success. London : Bloomsbury Publishing, 2012. 288 P.
13. Glaeser Edward. Cities, productivity, and quality of life. *Science*. №333(6042). 2011. P. 592-594.
14. Goldberger Paul. Building art: The life and work of Frank Gehry. New York: Alfred A. Knopf, 2015. 298 P.

15. Harvey David. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry Into the Origins of Cultural Change*. Blackwell, 1989. 398 P.
16. «Kyiv Smart City Forum. Презентація концепції Kyiv Smart City 2020 (Віталій Кличко)». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jfOBVLWhPrQ>
17. Leeds South Bank Project – A Decade on. URL: <https://www.cityrise.co.uk/leeds-south-bank-project-a-decade-on/>
18. London Official City Guide App. URL: <https://www.visitlondon.com/london-app>
19. Lynch Kevin. *The image of the city*. MIT press, 1964. 194 P.
20. Masterplan HafenCity. URL: <https://www.world-architects.com/en/astoc-architects-and-planners-koln/project/masterplan-hafencity>
21. Moudon A. V. Thinking about micro and macro urban morphology. *Urban Morphology*. №6(1). 2002.
22. Nabila Nuzhat. The Concept Of Garden City And Its Relevancy in Modern City Planning. *Southeast University Journal of Architecture*. 2021. №1(1). P. 1–7.
23. Neighborhoods — HafenCity. URL: <https://www.hamburg.com/residents/neighbourhoods/11751242/hafencity/>
24. «Notting Hill's carnival roots». URL: <https://archive.voice-online.co.uk/article/notting-hill%E2%80%99s-carnival-roots>
25. Official website of CAC. URL: <https://www.cac.es/en/home/la-ciutat/descubre-cac.html>
26. Official website of Notting Hill Carnival. URL: <https://nhcarnival.org/>
27. Sassen Saskia. *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press, 2013. 480 P.
28. «South Bank London — Official visitor guide». URL: <https://southbanklondon.com/>
29. «The history of Fringe Festivals — on the fringes of theatre». URL: <https://www.art-critique.com/en/2019/07/the-history-of-fringe-festivals-on-the-fringes-of-theatre/>

30. Weber M. The City. New York : The Free Press, 1958. 462 P.
31. «What is South Bank Leeds?». URL: <https://aspenwoolf.co.uk/resources/property-news/category/news-press/what-is-south-bank-leeds/>
32. Андрущенко, В. П. Сучасна соціальна філософія : курс лекцій. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ : Генеза, 1996. 368 С.
33. Афанасьєва Л. В. Роль соціокультурного середовища в модернізації сучасного українського міста. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]*. Серія: Соціологія. №234(222). 2014. С. 70-74.
34. Боголюбова І. Урбаністична культурологія: почути образ міста (частина I). *Мистецтвознавчі записки*. №35. 2019. С. 83-89.
35. Бокоч Ю. М. Імідж, образ та бренд міста як компоненти територіального маркетингу. *Вісник Харківської державної академії культури*. №49. 2016. С. 174-184.
36. «Бренд Львова». URL: http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?brend_lvova&objectId=1044566
37. «Брендинг по Українському, що далі». URL: http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/61579.doc.htm
38. «Бути чи не бути Львову брендом». URL: http://www.brandbook.kiev.ua/2010/09/blog-post_08.html
39. «Валенсія. Місто майбутнього? Місто мистецтв і наук». URL: <https://www.moyaeuropa.com.ua/blog/valencia-city-of-art-and-science/>
40. Голик Р. Літературний та мемуарно-есеїстичний образ Львова: на перехресті традицій. *Слово і Час*. №9. 2015. С. 39-49.
41. Дронова О. Л. Новий урбанізм: у пошуках виходу з урбаністичного колапсу. *Український географічний журнал*. 2015. № 3. С. 33-41.
42. Дяк С. Творення образу Львова як регіонального центру Західної України: радянський проект та його урбаністичне втілення. *Схід-Захід: Історико-культурологічний збірник*. №9-10. 2008. С. 75-86.

43. Смеляненко Є. Урбаністичні перспективи і свобода сучасної людини. *Вісник КНТЕУ*. 2015. № 3. С. 60-71.
44. Єршова О. Л., Бажан Л. І. Розумне місто – концепція, моделі, технології, стандартизація. *Статистика України*. 2020. № 2-3. С. 68-77.
45. «Ініціатива Kyiv Smart City». URL: <https://web.archive.org/web/20200310235030/https://www.epravda.com.ua/news/2019/06/20/648938/>
46. Концепція «Київ Смарт Сіті – 2020». URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/mr171881?an=1&ed=2017_11_21
47. Малюхов, О. С., Гайдученко С. О. Smart-місто як сучасна модель суспільної трансформації. *Перспективи розвитку територій: теорія і практика* : мат. всеукр. наук.-прак. конф. здоб. вищ. освіти і мол. вч., 22-23 листопада 2018 р. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. С. 173-175.
48. Мужанова Т. М. «Розумне місто» як інноваційна модель управління. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. № 2 (20). 2017. С. 116-122.
49. Мусієздов О. «Місто у свідомості його жителів»: робота Ф. Знанецького в контексті розробки соціологічної концепції міської ідентичності. *Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. №36. 2016. С. 36-41.
50. Нагорна Л. Образ міста: регіональні аспекти вітчизняної візуалізації. *Регіональна історія України*. №7. 2013. С. 127-146.
51. «Напрямки вдосконалення бренду міста Львова». URL: <https://studfile.net/preview/5286953/page:6/>
52. Никоненко, С. В. Формування позитивного іміджу міста, як необхідний компонент туристичної привабливості. *Ефективна економіка*. №11. 2015.
53. Позднякова А. М. Впровадження концепції розумних сталих міст в Україні: особливості та рекомендації. *Проблеми системного підходу в економіці*. №2(2). 2019. С. 49-57.

54. Посацький Б. Простір міста і міська культура (на зламі ХХ-ХХІ ст.). Львів : НУ «Львівська політехніка», 2007. 208 С.
55. Тлумачний словник української мови : 14 000 сл. / уклад.: Т. В. Ковальова, Л. П. Коврига. Харків : Синтекс, 2005. 672 С.
56. Турчин Б. Засади та етапи розвитку концепції міста-саду: архітектурний аспект. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Архітектура». №2. 2021. С. 108-117.
57. Удріс Н. Соціокультурні аспекти проектування образу соціального простору. *Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. №993. 2012. С. 107-112.
58. «У Києві відкрили центр моніторингу роботи комунального транспорту: що це змінить». URL: <https://web.archive.org/web/20191127195914/https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/279663-u-kievi-vidkrili-tsentromonitoringu-roboti-komunalnogo-transportu-scho-tse-zminit>
59. Фесенко Г. Г. Ідентифікація міст у національному проекті: вітчизняний контекст урбаністики. *Український альманах*. №17. 2014. С. 44-47.
60. Хамідова О. М., Бугайова І. А. Імідж міста. *Вчені записки ТНУ В. І. Вернадського. Серія «Економіка та управління»*. Т. 22 (61). № 2. 2009. С. 357–366
61. Шкуров Є. В. Глобалізаційні процеси в сучасному місті. *Вісник НТУУ "КПІ". Політологія. Соціологія. Право*. №51. 2021. С. 19-30.
62. «Якою є стратегія туристичного розвитку Львова, а також її альтернативи». URL: <https://openmind.com.ua/2020/07/24/lviv-tourism-strategy/>
63. Яровицька, Н. А., Харакозов М. П. Повільна архітектура як гармонія буття. *Місто. Культура. Цивілізація: виклики сучасності* : мат. між. наук.-теор. конф., квітень 2021 р. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. Харків, 2021. С. 98-100.

64. 50 things you didn't know about Notting Hill Carnival. URL:
<https://www.timeout.com/london/music/50-things-you-didnt-know-about-notting-hill-carnival>