

## ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ДИЗАЙНА БРЕНДА ГОРОДА САМАРКАНД

Очилова Мехринисо Азимовна  
Федеральное государственное  
бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования Гжельский  
государственный университет  
e-mail: [Mekhriniso\\_ochilova@gmail.com](mailto:Mekhriniso_ochilova@gmail.com)

**Аннотация:** *В данной статье исследуется концепция дизайна бренда города Самарканд как важного аспекта формирования его имиджа на международной арене. Анализируется роль визуальной идентичности в создании привлекательного и запоминающегося бренда для туристов и местных жителей. Оценивается текущий бренд Самарканда, выявляются его сильные и слабые стороны, а также предлагаются рекомендации по улучшению дизайна бренда города, опираясь на историко-культурные особенности и современные тенденции в области брендинга. Исследование направлено на повышение конкурентоспособности города и улучшение его имиджа через эффективное использование дизайна.*

**Ключевые слова:** *Брендинг города, дизайн бренда, визуальная идентичность, Самарканд, архитектура, культурное наследие, туризм, городской имидж.*

Города становятся важными составляющими на мировой арене, и для того, чтобы оставаться конкурентоспособными, им необходимо создать сильный, узнаваемый бренд. Этот процесс включает не только разработку логотипа и фирменного стиля, но и более глубокие аспекты — историко-культурные особенности, архитектурные традиции и восприятие города как целостного образа. Самарканд — один из древнейших и наиболее культурно значимых

городов мира, известный своей архитектурой и историей. Важно исследовать, как его уникальные особенности могут быть использованы в рамках современного брендинга. Дизайн бренда города — это целостный визуальный и смысловой образ, который передает уникальность места, его историю, культуру, а также привлекает внимание туристов, инвесторов и местных жителей.

Брендинг города представляет собой процесс создания и продвижения уникального образа города с целью привлечения туристов, инвесторов и жителей. Одним из ключевых элементов этого процесса является дизайн, который помогает формировать визуальную идентичность города. Элементы дизайна, такие как логотип, цветовая палитра, шрифты и символы, должны отражать ценности и уникальные черты города.

Самарканд — культурный и исторический центр, который сочетает в себе элементы персидской, тюркской и арабской культур. Это город с богатой историей, который сыграл важную роль на Великом Шелковом пути. Архитектурные памятники, такие как Регистан, Гур Эмир, мавзолей Шахи-Зинда и мечеть Биби-Ханум и другие представляют собой выдающиеся примеры исламской архитектуры, которые могут стать основой для визуальной идентичности города.

Проведенные поисковые исследование показывают, что на данный момент бренд Самарканда не имеет четкой и узнаваемой визуальной идентичности, что затрудняет его продвижение как туристической и культурной метки. Также, необходимо подчеркнуть, что существующие визуальные элементы города не полностью отражают его культурное наследие. Местные жители и туристы выражают мнение, что город не использует все свои возможности для создания сильного бренда, основанного на его истории и культуре.

Для улучшения дизайна бренда города предлагается внедрение элементов, которые прямо ссылаются на культурное наследие Самарканда. Это могут быть стилизованные элементы архитектурных форм, использование традиционных орнаментов и цветов, характерных для города. Также рекомендуется привлекать

современные технологии для создания интерактивных элементов брендинга, например, через мобильные приложения для туристов, которые интегрируют исторические объекты с современными технологиями.

Создание эффективного бренда города требует гармоничного сочетания истории, культуры и современного дизайна. Самарканд, обладая уникальным культурным наследием, имеет все шансы для формирования сильного и привлекательного бренда. Применение инновационных решений в дизайне и продвижении города поможет повысить его конкурентоспособность и привлечь внимание туристов и инвесторов.

Для Самарканда, города с богатейшим историческим наследием, ключевыми элементами бренда могут стать: айдентика, слоган, ключевые образы, мерч и промо-материалы и социальные сети и цифровая айдентика.

Бренд или логотип может быть вдохновлен древними орнаментами и узорами медресе Регистана, куполами мечетей или астрономическим наследием Улугбека. Возможно, использование стилизованного изображения солнца, звезды или восточного купола. Также, в нем может быть изображена традиционные цвета Самарканда: бирюзовый-цвета куполов, золотой-богатство архитектуры и песочный-цвет старинных зданий.

Бренд также может состоят из Регистан, мавзолеев Гур-Эмир, мечеть Биби-Ханум, наследие Улугбека, Тамерлана, восточные базары, ковры, керамика, горы Зерафшан, плодородные долины.

Если представить бренд Самарканда, это симбиоз традиций и современности, где древние символы оживают в динамичных и ярких формах, привлекая внимание людей всех возрастов.

Попробуем графически изображать логотип города Самарканда с помощью ИИ.



Рис. 1. Графическое изображение брендинга города Самарканда с помощью ИИ

ИИ может очень лаконично представить концептуальный логотип для города Самарканд, вдохновленного его архитектурным и историческим наследием. Логотип объединяет элементы восточных орнаментов и современные графические формы.

Задаем ИИ выполнит такой бренд в нескольких вариантах.



Рис. 2. Варианты графическое изображение брендинга города Самарканда с помощью ИИ

Выполнение логотипов города Самарканда, с уникальным подходом к отображению его исторической и культурной идентичности позволяет выбрать из созданных нескольких вариантов.

Исходя из вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

Собран, проанализирован и систематизирован материалы по изучению концепции дизайна бренда города Самарканд, которые может быть использованы подобных исследованиях;

Бренд города Самарканд должен соединять его уникальную историю с перспективами современного развития, реализация которого позволит укрепить его статус культурной столицы Центральной Азии, привлечь больше туристов и инвестиций, а также стать источником гордости для местных жителей;

#### Список литературы

1. Шумилова, И. И. (2019). Брендинг города как фактор устойчивого развития территорий. Москва: Научный мир.
2. Фишер, Дж. (2017). Городской брендинг: теория и практика. Лондон: Routledge.
3. Климова, Н. Г. (2018). Визуальная идентичность города как элемент брендинга. Санкт-Петербург: Лань.
4. Бенедикт, М. (2016). Города и их бренды: как создавать и продвигать привлекательный имидж. Нью-Йорк: HarperCollins.
5. Каримов, Ш. А. (2020). Архитектура Самарканда: исторические и культурные аспекты. Ташкент: Фан.
6. Самарканд в цифрах: анализ и перспективы. (2021). Национальный статистический комитет Республики Узбекистан.