

ВРЕМЕННЫЕ ЛОКАЛЬНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ СТИЛИ СОБЫТИЙ В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ ГОРОДА

Михайлов Сергей Михайлович,

доктор искусствоведения, профессор, профессор кафедры дизайна
Казанский государственный архитектурно-строительный университет,
Россия, Казань, e-mail: souzd@mail.ru

Сафина Анна Рустемовна,

ассистент кафедры дизайна,
Казанский государственный архитектурно-строительный университет,
Россия, Казань, e-mail: fabercastell1112@gmail.com

УДК: 74.01/.09

Шифр научной специальности: 5.10.3

DOI: 10.47055/19904126_2026_1(93)_29

EDN: VYAZUP

Тип статьи: RAR Научная

Аннотация

В статье выявляются особенности архитектурно-художественного стилиобразования в современном дизайне города, проявляющиеся в процессе организации городских пространств и их предметного наполнения временного характера, предназначенного для праздничных и иных общественно значимых событий. В основе такого стилиобразования лежит метод временных локальных художественных (фирменных) стилей, истоки которого берут свое начало в индустриальном дизайне начала XX в.

Рассматриваются предпосылки возникновения временных локальных художественных стилей событий в дизайне города и эволюция форм их проявления: от временных комплексов оформления городской среды (XX в.) до становления самостоятельных дизайн-акций (XXI в.). Проводится классификация форм проявления временных локальных художественных стилей событий в дизайне современного города – визуально-графические, предметно-пространственные и художественно-декоративные.

Ключевые слова:

дизайн города, временные локальные художественные стили, стили событий, стилиобразование в дизайне города, предметно-пространственная среда

TEMPORARY LOCAL ARTISTIC STYLES OF EVENTS IN CONTEMPORARY URBAN DESIGN

Mikhailov Sergey M.,

Doctor of Art Studies, Professor, Department of Design,
Kazan State University of Architecture and Engineering,
Russia, Kazan, e-mail: souzd@mail.ru

Safina Anna R.,Assistant Professor, Department of design,
Kazan State University of Architecture and Engineering,
Russia, Kazan, e-mail: fabercastell1112@gmail.com

УДК: 74.01/09

Шифр научной специальности: 5.10.3

DOI: 10.47055/19904126_2026_1(93)_29

EDN: VYAZUP

Type: RAR Scientific

Abstract

The article identifies the distinctive features of architectural and artistic style formation in contemporary urban design, manifested in the organization of urban spaces and their temporary physical components intended for festive and other socially significant events. The foundation of such style formation lies in the method of temporary local artistic (brand-specific) styles, whose origins can be traced back to industrial design of the early 20th century.

The study examines the prerequisites for the emergence of temporary local artistic event styles in urban design and the evolution of their manifestations – from temporary systems for city environment decoration (20th century) to the development of independent design actions (21st century). A classification of the forms in which temporary local artistic event styles appear in the design of the modern city is proposed, including visual-graphic, object-spatial, and artistic-decorative types.

Keywords:

urban design, temporary local artistic styles, event styles, style formation in urban design, spatial physical environment

Введение

Ярмарки, карнавалы, шествия, народные гуляния и многие другие городские праздники уходят своими корнями в далекое прошлое. Еще в средние века для таких событий создавалось соответствующее декоративное оформление, включая архитектурно-художественную организацию городских пространств и их предметное наполнение [1].

Однако специальное проектирование временных локальных художественных стилей для городских праздников и других общественно значимых событий в городе, системно охватывающих обширный предметный ряд, началось с середины XX в., вместе с широким распространением в это время в дизайне метода «фирменных стилей». В рамках таких стилей формирование элементов городского дизайна велось на основе общей художественно-стилевой концепции (фирменного стиля), которая строилась на основе общих принципов, программах или системах формирования для объектного ряда предметно-пространственной среды города, их цветового, художественно-графического и пластического решения [3]. Временная уличная мебель и оборудование, декоративные и скульптурные формы, флаги, баннеры и растяжки на фасадах объединялись в целостную систему тематического временного оформления города, делая событие узнаваемым, а городскую среду актуальной, динамичной, периодически обновляемой.

Город в условиях постиндустриального общества претерпевает значительные изменения, становясь все более похожим на живой, динамично развивающийся организм. Наряду с регулярным преобразованием городской среды к праздникам, на улицах города начинают появляться временные инсталляции и арт-объекты, организуемые в рамках различных дизайн-акций. Более того, нередко такие временные компоненты городского дизайна возникают и без конкрет-

ного повода, преследуя цель обогащения визуального облика города и внесения в него новых образов [4].

Все это оказывает значительное влияние на художественно-стилевую организацию предметно-пространственной среды, основанной на временных локальных художественных стилях, определяет особенности этой организации. Выявление предпосылок возникновения временных локальных художественных стилей, классификация форм их проявления в дизайне города, исследование эволюции этого процесса становятся в ряд важнейших задач современной теории дизайна города.

Объект исследования – архитектурная и предметно-пространственная среда города.

Цель исследования: выявить особенности и формы проявления временных локальных художественных (фирменных) стилей событий в современном дизайне города

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие **задачи**:

1. Выявить предпосылки возникновения временных локальных художественных стилей событий в дизайне города.
2. Рассмотреть эволюцию форм проявления временных локальных художественных стилей событий в дизайне города.
3. Классифицировать формы проявления временных локальных художественных (фирменных) стилей событий в дизайне современного города.

Методика

Исследование временных локальных художественных стилей событий в дизайне современного города основано на применении системного подхода, направленного на целостное рассмотрение временных локальных художественных стилей как особой формы художественно-стилевой организации предметно-пространственной среды города. В настоящем исследовании используются также следующие научные методы:

- *историко-генетический метод* в процессе выявления предпосылок возникновения временных локальных художественных стилей событий в дизайне города и исследования эволюции форм их проявления в дизайне города;
- *ретроспективный анализ* направлен на выявление основных этапов исторического развития временных локальных художественных стилей в дизайне города;
- *историко-типологический метод* позволил классифицировать формы проявления временных локальных художественных стилей событий в дизайне города.

Предпосылки возникновения временных локальных художественных стилей событий в дизайне города

Такие временные городские события, как ярмарки, народные гулянья, карнавальные шествия, цирковые и театральные представления, начиная со Средневековья, как правило, имели свои художественно-стилевые формы. В отличие от больших исторических архитектурно-художественных стилей такие локальные художественные стили носили временный и событийный характер и распространялись на ограниченной территории (как правило, в рамках одного населенного пункта) [6]. Они создавались в расчете на достаточно короткие сроки, существовали исключительно в пределах конкретного праздника или события, периодически изменяя и обогащая художественный

облик города. Однако их нельзя считать «фирменными стилями» в полном смысле этого слова, поскольку они зачастую не представляли собой разработанную на основе специального проекта целостную и многокомпонентную систему тематического временного оформления предметно-пространственной среды города, а создавались художниками преимущественно спонтанно.

До сих пор в европейских городах сохраняются праздники, отсылающие нас к далекому прошлому. Один из них – Октоберфест в Мюнхене (с 1810 г.). Во время проведения этого праздника предметно-пространственная среда города кардинально преобразуется: улицы города наполняются яркими декорациями, временными инсталляциями и арт-объектами. Растяжки, флаги и баннеры становятся обязательными атрибутами праздника. Особое место в тематическом оформлении праздника занимают пивные шатры, выполненные в традиционном баварском стиле (рис. 1). Атмосферу праздника дополняют традиционные костюмы – дирндль и леденцы, в которые наряжаются участники костюмированного шествия [9]. Все эти элементы, выполненные в одном тематическом стиле, превращают улицы Мюнхена в единый праздничный ансамбль.



Рис. 1. Пивные шатры на Октоберфесте в Германии (Мюнхен, 2013). Фото С.М. Михайлова

Еще одним примером может служить Цвибельфест в Веймаре – традиционная «Луковая ярмарка» в Тюрингии, которая проводится ежегодно уже более 300 лет. На три ярмарочных дня весь старый город превращается в одну праздничную сцену. На его улицах звучит народная музыка, рок, поп и джазовые композиции, свое искусство показывают уличные художники, музыканты и циркачи. За какие-то полчаса разворачивается целый луковый рынок с десятками торговых палаток, где продаются различные сорта репчатого лука и товары местных ремесленников (рис. 2). Лук представлен в разных художественных формах: плетеных косах, букетах, куклах и других декоративных композициях [8]. Самым популярным сувениром являются заплетенные косички из лука и сухоцветов.



Рис. 2. Торговые палатки на Цвибельфесте в Германии (Веймар, 1986). Фото С.М. Михайлова

В Испании широко известна Севильская апрельская ярмарка (с 1846 г.). Во время ее проведения ярмарочная территория на дальнем берегу р. Гвадалквивир полностью заполняется рядами традиционных испанских палаток «касетас», принадлежащих состоятельным семьям Севильи, торговым ассоциациям и политическим партиям (рис. 3). Центральный элемент праздника – «портада» – главные ворота ярмарки, возводимые накануне торжества и становящиеся его пространственной доминантой [12]. Дополнительно на территории праздника функционирует зона аттракционов «Calle del Infierno», которая наполняется цирковыми шатрами, каруселями и игровыми площадками, выполненными в едином праздничном стиле.



Рис. 3. Торговые палатки «касетас» на Севильской апрельской ярмарке в Испании (Севилья, 2010). URL: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Feria_de_Abril_2010

Обращаясь к отечественному опыту комплексной организации предметно-пространственной среды городских праздников, можно привести пример ежегодного празднования Масленицы в Москве. Во время ее проведения предметно-пространственная среда города приобретает яркий и динамичный характер. На площадях и улицах в достаточно короткие сроки возводятся различные временные объекты городского дизайна: качели, карусели, ледяные горки, торговые ряды, театральные и цирковые шатры (рис. 4). Предметно-пространственная среда дополняется разнообразными художественно-декоративными формами – яркими вывесками, праздничными арками, растяжками и флагами.



Рис. 4. Празднование Масленицы в России (Москва, 1983). URL: <https://russiainphoto.ru/exhibitions/718/#2>

Эволюция временных локальных художественных стилей событий в дизайне города

Временные комплексы оформления городской среды к событию (XX в.)

Метод «фирменных стилей», сформировавшийся в начале XX в. в лоне корпоративного дизайна, изначально служил инструментом визуальной идентификации компаний и их продукции [6]. Современные исследователи отмечают, что под фирменным стилем в распространенном смысле следует понимать «систему организованных констант: художественно-графических, шрифтовых, цветовых, акустических, видео и др., которые обеспечивают единство и индивидуальность как облика компании, так и ее товаров и услуг» [5]. Постепенно с развитием метода «фирменных стилей» последние начинают относиться все чаще не только к коммерческим предприятиям, с середины XX в. фирменные стили стали все чаще использоваться и в визуально-графическом сопровождении крупных выставок, фестивалей, спортивных состязаний и других общественно значимых событий [6]. Такие временные локальные художественные (фирменные) стили были призваны усилить значимость события художественно-графическими средствами, выделив его в предметно-пространственной среде. Одной из первых форм проявления локальных художественных стилей событий стали временные комплексы оформления городской среды.

Таковыми временными локальными художественными комплексами оформления предметно-пространственной среды стали фирменные художественно-графические стили олимпийских игр в Берлине (1936), Токио (1964), Мехико (1968), Мюнхене (1972).

Авторы фирменного стиля Олимпийских игр в Токио впервые реализовали концепцию «тотального дизайна», в которой оформление всех визуальных и пространственных элементов подчинялось единой художественно-стилевой концепции. Фирменный стиль, охватывающий плакаты и элементы городской навигации, воплотил модернистское видение Юсаку Камекуры и сыграл ключевую роль в трансформации Олимпиады в значимое культурное событие мирового масштаба [11]. Особое место в фирменном стиле Олимпиады в Токио заняли пиктограммы – система унифицированных графических символов, призванных облегчить коммуникацию с иностранными гостями (рис. 5). Команда дизайнеров разработала 39 пиктограмм для городской навигации и 20 символов для обозначения спортивных дисциплин, впервые создав новый универсальный визуальный язык, ставший образцом для всех последующих Олимпиад.



Рис. 5. Спортивные пиктограммы на Олимпийских играх в Японии (Токио, 1964).
URL: <https://www.theolympicdesign.com/olympic-games/pictograms/tokyo-1964/>

Мексика, будучи не самой богатой страной, подошла к организации XIX Олимпиады в 1968 г. достаточно необычно. В отличие от других стран, тративших миллиарды на строительство крупных спортивных объектов, мексиканские организаторы сделали ставку на графический и средовой дизайн [7]. Педро Рамирес Васкес, возглавивший оргкомитет, разработал уникальный фирменный стиль в рамках программы Олимпийской айдентики, которая базировалась на истоках древнего мексиканского искусства и модного художественного направления оп-арт. Особое внимание уделялось дизайну системы навигации в городе. Команда Эдуардо Террасаса разработала систему цветных маркеров, размещаемых на флажковом оформлении мачт городского освещения и уличных указателях. Также был разработан специальный комплект уличной мебели и оборудования, включающий почтовые ящики, урны, киоски и другие элементы предметной среды города (рис. 6). Систему навигации Олимпийских игр в Мехико дополнила система пиктограмм, которая стала одним из ключевых элементов Олимпийской айдентики. Олимпиада 1968 г. в Мехико продемонстрировала, как использование метода фирменных стилей в дизайне города может преобразовать международное событие в масштабный дизайнерский проект, представить свою культуру миру и новый взгляд на использование универсальных символов и знаков для визуальной передачи информации зрителю.



Рис. 6. Уличная мебель и оборудование на Олимпиаде в Мексике (Мехико, 1968).

URL: <https://ounodesign.com/2010/02/20/mexico-olympics-1968/>

Олимпийские игры в Мюнхене стали не только важным спортивным, но и культурным событием, определившим новый образ послевоенной Германии. Автор фирменного стиля Олимпиады, известный немецкий дизайнер Отл Айхер совместно с консультативным советом определил ключевые принципы, на основе которых должен был строиться новый образ страны: уход от военной символики, национализма и помпезности в пользу радости, скромности и современности. Айхер заявил: «Не будет никакой демонстрации национализма и никакой чудовищности масштаба» [10]. Айхер, рассматривая фирменный стиль как ключевой инструмент убеждения, выдвинул идею о необходимости режиссуры Олимпиады. Олимпийские пиктограммы размещались на указателях, вывесках, билетах, а также интегрировались в архитектурные объекты – они наносились на фасады зданий, формируя визуальную целостную навигационную систему в городе (рис. 7). Такой подход превратил фирменный стиль игр в неотъемлемую часть городского пространства.

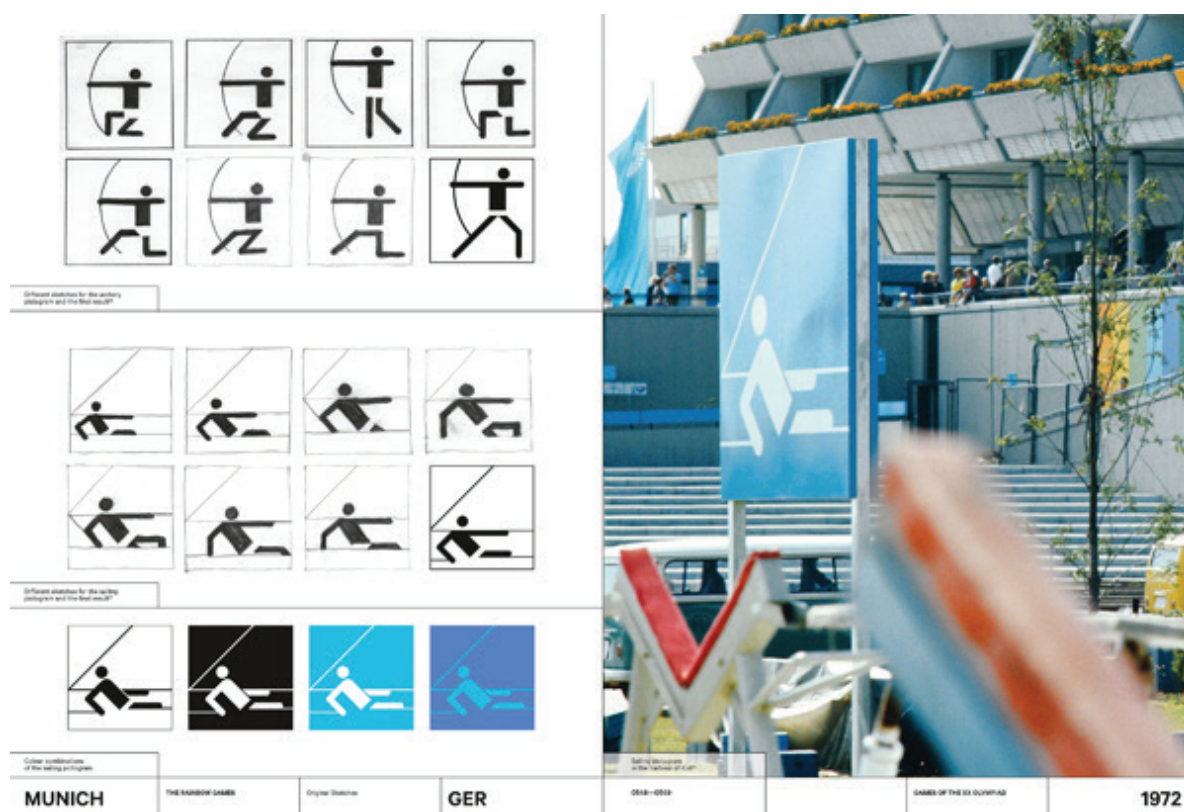


Рис. 7. Спортивные пиктограммы на Олимпийских играх в Германии (Мюнхен, 1972).

URL: <https://www.theolympicdesign.com/olympic-games/pictograms/munich-1972/>

Отдельные инсталляции и дизайн-акции (XXI в.)

В конце XX в. наряду с регулярным преобразованием городской среды к праздникам на улицах города начинают появляться временные инсталляции и арт-объекты, создаваемые в рамках различных дизайн-акций. Эти объекты отражали в своем формообразовании определенные культурные особенности того или иного места (города), на многие годы став его визитной карточкой. Так в 1990–2000-е гг. в городах Швейцарии и Германии прошли дизайн-акции «Cow Parade» (1998), «Buddy Bears» (2001), «Zurich-Bankstadt» (2001) и др., которые впоследствии послужили отправной точкой для широкого распространения подобных дизайн-акций по всему миру [4].

«Cow Parade» (Парад коров) – одна из самых известных и успешных международных дизайн-акций, проходивших в крупнейших городах мира. Идея ее проведения была вдохновлена проектом швейцарского скульптора Вальтера Кнаппа «Цюрихская коровья культура» (Zürcher Kuh-Kultur), который был реализован в Цюрихе в 1998 г. [2]. Разноцветные коровы, представленные в различных позах, стали символами города, а их оригинальные росписи привлекли внимание более миллиона зрителей (рис. 8). В 1999 г. бизнесмен Питер Ханинг организовал аналогичное мероприятие в Чикаго, что позволило дизайн-акции выйти на мировой уровень. В дальнейшем она была проведена в более чем 80 странах, собрав значительные средства для благотворительности. Проект стал значимой частью международной арт-культуры, привлекая внимание как художников, так и широкой публики, способствуя развитию мультикультурализма и раскрытию культурного многообразия через графическое оформление декоративных скульптурных форм в городской среде [4].



Рис. 8. Дизайн-акция «Парад коров» в Швейцарии (Цюрих, 1998). URL: <https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:CowParade>

«Buddy Bears» – это коллекция раскрашенных скульптур медведей в натуральную величину, созданных Клаусом и Евой Херлиц, в сотрудничестве с австрийским скульптором Романом Штроблем (рис. 9). Представленное в Берлине в 2001 г., художественное событие стало отправной точкой для создания международной выставки «United Buddy Bears» (Содружество медведей Бадди), которая с 2002 г. проходила в более 150 странах мира [4]. Восхищение колоритными мишками во время последних выставок выразило более 50 миллионов посетителей. Проект «United Buddy Bears» включает более 140 двухметровых медведей, каждый из которых представляет свою страну, демонстрируя ее уникальные культурные особенности, людей, историю, ландшафт [13]. Девиз выставки – «искусство и толерантность», направленный на продвижение идей международного взаимопонимания и мирного сосуществования. «Buddy Bears» не только украшают городские пространства, но и способствуют культурному обмену и укреплению национальной идентичности. Важным аспектом проекта стала благотворительная составляющая: вырученные средства от аукционов скульптур направляются на поддержку детских организаций во всем мире. Дизайн-акция «United Buddy Bears» стала толчком для развития аналогичных «парадов зверей» по всему миру. Идея использования скульптур животных начала охватывать даже небольшие города [4].



Рис. 9. Дизайн-акция «United Buddy Bears» в Германии (Берлин, 2001). URL: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Buddy_Bears

В 2001 г. Цюрих стал центром масштабной дизайн-акции «Цюрих-город скамеек» (Zurich-Bankstadt), в рамках которой на улицах города появилось 1075 уникальных скамеек, выполненных художниками, дизайнерами и архитекторами в самых разнообразных формах [1]. Однако в рамках этой дизайн-акции художники не только представили городские скамейки как арт-объекты, но и расширили их функционал, создавая скамейки с музыкальными элементами – они издавали звуки при взаимодействии с посетителями. Акция «Цюрих – город скамеек» стала примером того, как паблик-арт может разнообразить предметно-пространственную среду города, кардинально меняя представление о привычных объектах городского дизайна. Она также подчеркнула значимость интеграции искусства в повседневную жизнь, делая его доступным для каждого.



Рис. 10. Дизайн-акция «Цюрих-банкштатт» в Швейцарии (Цюрих, 2001). Фото С.М. Михайлова

Выводы

Временные локальные художественные стили общественно значимых событий, в основе которых лежит распространенный в индустриальном дизайне метод «фирменных стилей» получают развитие с середины XX в. Их предпосылками стало художественно-декоративное оформление традиционных городских праздников, ярмарок, народных гуляний, карнавальных шествий, цирковых и театральных представлений и других общественно значимых событий. Именно в рамках художественно-декоративного оформления этих праздников прослеживается зарождение комплексного подхода к организации праздничной предметно-пространственной среды города, охватывавшего как собственно художественно-декоративное оформление, так и архитектурно-художественную организацию городских территорий и их предметное наполнение.

В процессе исторического развития в дизайне города проявились две основные формы временных локальных художественных (фирменных) стилей общественно значимых событий – временные художественно-стилевые комплексы оформления городской среды (к событию, празднику) (с сер. XX в.) и отдельные инсталляции и арт-объекты (XXI в.)

Временные художественно-стилевые комплексы оформления городской среды к общественно значимому событию представляют собой систему проектных решений, направленных на целостную художественно-стилевую организацию предметно-пространственной среды города в период проведения события. Причем художественно-стилевая целостность обеспечивается главным образом средствами дизайна: цветосветовым решением, характером художественно-декоративного оформления и комплексностью предметного наполнения. В этой связи художе-

ственно-стилевые комплексы оформления городской среды к общественно значимому событию включают в себя множество форм: визуально-графические, предметно-пространственные и художественно-декоративные.

К отдельным инсталляциям в городской среде можно отнести временные инсталляции и арт-объекты, создаваемые в рамках различных дизайн-акций. Такие временные объекты городского дизайна могут как транслировать в городской среде проводимые мероприятия, так и возникать без конкретного повода, преследуя цель обогащения визуального облика города. Дизайн-акции стали достаточно эффективным инструментом преобразования в сжатые сроки и кратковременной актуализации предметно-пространственной среды города, вовлекая в процесс локальные креативные индустрии и горожан. В современной практике дизайна города дизайн-акции стали также инструментом брендинга территорий.

Библиография

1. Белов, М.И. Дизайн пешеходной улицы: учеб. пособие для вузов / под ред. С. М. Михайлова / М.И. Белов, С.М. Михайлов, А.С. Михайлова и др. – Казань: Дизайн-квартал, 2015. – 188 с.: ил.
2. Cow Parade. – URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/CowParade>
3. Дембич, Н.Д. Локальное художественное стилирование как проектный метод в дизайне города: автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Н.Д. Дембич. – М., 2013. – 22 с.
4. Кошкин Д.Ф. Дизайн-акции как средство брендинга города / Д.Ф. Кошкин, С.М. Михайлов, А.С. Михайлова и др. // Дизайн и технологии. – 2023. – № 93 (135). – С. 35–45.
5. Михайлов, С.М. Метод «фирменных стилей» в организации предметно-пространственной среды города / С.М. Михайлов // Дизайн и технологии. – 2010. – № 17(59).
6. Михайлов, С.М., Белов, М.И. Метод «Фирменных стилей» в дизайне пешеходных пространств города (на примере квартала «Николай-Фиртель» в Берлине) / С.М. Михайлов, М.И. Белов // МНКО. – 2010. – № 6-1.
7. Сазиков А.В. Олимпийские игры в Мехико 1968 г. / А.В. Сазиков. – URL: <https://sazikov.livejournal.com/6661.html>
8. Stadt Weimar. Weimarer Zwiebelmarkt – Märkte und Feste. – URL: <https://www.weimar.de/kultur/veranstaltungen/maerkte-und-feste/zwiebelmarkt/>
9. Ständecke, M. Dirndl, Truhen, Edelweiss: die Volkskunst der Brüder Wallach / M. Ständecke. – Munich: Jüdisches Museum, 2007.
10. The Rainbow Games. – URL: <https://www.otlaicher.de/en/articles/the-rainbow-games/>
11. Tokyo 1964 the brand // Olympics. – URL: <https://olympics.com/en/olympic-games/tokyo-1964/logo-design>
12. Seville Fair // Wikipedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Seville_Fair
13. United Buddy Bears // Wikipedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/United_Buddy_Bears

References

1. Belov, M. I., Mikhailov, S. M., Mikhailova, A.S. et al. (2015) Pedestrian Street Design. Kazan: Design-Quartal. (in Russian)
2. Cow Parade. Available at: <https://de.wikipedia.org/wiki/CowParade>
3. Dembich, N.D. (2013) Local artistic style formation as a project method in urban design.: Abstract of Candidate of Arts dissertation. Moscow.
4. Koshkin, D.F., Mikhailov, S.M., Mikhailova, A.S. et al. (2023) Design Actions as a Tool for City Branding. Design and Technology, No. 93(135), pp. 35–45. (in Russian)

5. Mikhailov, S.M. (2010) The “Corporate Styles” Method in the Organization of Urban Spatial Environment. Design and Technology, No. 17(59). (in Russian)
6. Mikhailov, S.M., Belov, M.I. (2010) The “Corporate Styles” Method in Pedestrian Space Design (Case Study: Nikolai-Firtel Quarter in Berlin). MNKO, No. 6-1. (in Russian)
7. Sazikov, A.V. Olympic Games in Mexico City 1968. Available at: <https://sazikov.livejournal.com/6661.html> (in Russian)
8. Stadt Weimar. Weimarer Zwiebelmarkt — Märkte und Feste. Available at: <https://www.weimar.de/kultur/veranstaltungen/maerkte-und-feste/zwiebelmarkt/>
9. Ständecke, M. Dirndl, Trunks, and Edelweiss: The Folk Art of the Wallach Brothers. Munich: Jüdisches Museum (2007).
10. The Rainbow Games. Available at: <https://www.otlaicher.de/en/articles/the-rainbow-games/>
11. Olympics.com. Tokyo 1964. The brand. Available at: <https://olympics.com/en/olympic-games/tokyo-1964/logo-design>
12. Wikipedia. Seville Fair. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Seville_Fair
13. Wikipedia. United Buddy Bears. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/United_Buddy_Bears

Ссылка для цитирования статьи

Михайлов, С.М. Временные локальные художественные стили событий в современном дизайне города / С.М. Михайлов, А.Р. Сафина //Архитектон: известия вузов. – 2026. – №1(93). – URL: http://archvuz.ru/2026_1/29/ – DOI: [https://doi.org/10.47055/19904126_2026_1\(93\)_29](https://doi.org/10.47055/19904126_2026_1(93)_29)

© Михайлов С.М., Сафина А.Р., 2026

Лицензия Creative Commons

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция - на тех же условиях»).
4.0 Всемирная



Дата поступления: 04.12.2025
Дата рецензирования: 14.01.2026
Дата принятия к печати: 02.02.2026