

# OBSAH

## ÚVOD 9

### I. časť

#### MESTO AKO VIZUÁLNA ÚVAHA

##### 1 ESTETICKÉ ASPEKTY OBRAZOV MESTA

###### V PRIEBEHU DEJÍN (UMENIA) /16

1.1 Mesto ako stafáž /16

1.2 Mestá rozvinuté v panoráme pohľadu (veduty a možnosti oka) /22

1.3 Mestský život, ľudia v meste /30

1.4 Mesto v paľbe sociálnej kritiky /39

1.5 Mesto alebo autonómny obraz /47

1.6 Mesto ako idea a duchovný fenomén.

Abstraktná „podoba“ mesta /55

1.7 Mesto ako utopický projekt.

Hľadanie modus vivendi ideálneho mesta /59

1.8 Popkultúrna – nová tvár mesta /67

### II. časť

#### MESTO AKO VEREJNÝ PRIESTOR

##### Tvorba a reflexia mesta v brandingu a typografii

##### 2 MESTO AKO VEREJNÝ PRIESTOR /76

2.1 Zásady dobrého vkusu vo verejnom priestore /81

2.2 Vizualna komunikacia v meste a verejnom priestore /84

2.3 Dizajn ako obraz identity mesta /87

2.3.1 Grafický dizajn mesta /91

2.3.2 Graffiti“dizajn“v meste /94

2.3.3 Street art „dizajn“ /96

2.4 Typografia vo verejnom priestore. /99

##### 3 BRANDING MESTA /105

3.1 Placebranding /105

3.2 Corporate identity (CI) /116

3.3 Trendy brandu /121

3.4 Branding miest s vizuálnou identitou /127

3.5	Vizuálne identity slovenských miest	/138
3.6	Mesto Nitra	/154
3.6.1	Mestské symboly	/159
3.6.2	Nová vizuálna identita mesta Nitry	/163

#### **4 PERSPEKTÍVY A ODPORÚČANIA PRE PRAX /165**

**ZÁVER /169**

**LITERATÚRA /173**

**SUMMARY /195**

**O AUTOROCH/ABOUT THE AUTHORS /198**