

миром у серці» (Австрія, 27. IV. 2022 р.), «Грай, бандуро, грай...». Полотно 70х50 см., акрил, 2023 р. автор – Олександра Кухарук; Дроздовська Діана: «Думи мої, думи мої...» (козацтво) полотно 60х50 см., акрил, 2024 р. в. – Гран-прі конкурсу (Париж-Торонто, 30.IX. 2024 р.); «Козак з люлькою» (козацтво) полотно 70х50, акрил, 2024 р. в. автор – Христина Медвідь; «Еней був парубок моторний...» (козацтво) полотно 70х50, акрил, 2024 р. в. автор - Ігор Сушко; Палій Ірина – І премія (Женева-Торонто, 31.01. 2025 р.). [12]

Зауважимо, що Указом президента №50/2022 Тимчук М.М. призначено стипендію Президента України для молодих письменників і митців у сфері образотворчого мистецтва на 2022 рік. [13]

Отже, Надзбруччя – край багатий на визначних митців, які прославили рідний край в Україні та в світі з давніх часів і до наших днів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Славетні люди Теробовлянщини. Воля № 28 (28) 4 липня 1997 р. С.3.
2. Дуда І. Тернопільщина мистецька. Свобода, 1992. 17. лист.
3. Демченко В., Герета І. Теробовля: історико-краєзнавчий нарис. Львів: Каменяр, 1971. 80 с.
4. Губ'як В.Д. Славетні імена Теробовлянщини. Дивослово, 1996. № 9. С.20-25.
5. Гриб А. Саєнко С. Білокінь (ЕСУ), І. Дуда. Бойчук Михайло Львович і брат Тимофій Львович. Тернопільський Енциклопедичний словник (далі ТЕС). Тернопіль: Вид.- полігр. комбінат «Збруч», Т.1. 2004. С.179-184.
6. М. Ониськів, Р. Півторак, Б. Хаварівський, Л. Щербак. Михайло Паращук. ТЕС. Тернопіль: Вид.- полігр. комбінат «Збруч», Т.1. 2004. С.55-56.
7. Куликівський А. Теробовлянщина. Вип. 5., 2000. С.15.
8. Максимчук О.О. Пасіка Остап — журналіст, різьбяр, народний майстер України. Мат-ли Теробовлян. Істор.-краєзн. музею.
9. Гриб А. Бардачевський Василь Степанович. ТЕС. Тернопіль: Вид.- полігр. комбінат «Збруч», Т.1. 2004. С.99.
10. Максимчук О.О. Карий Богдан – митець, педагог.
11. <https://bit.ly/4dsxq4N>
12. Максимчук О.О. Тимчук Марія: викладач, художник, творча особистість.
13. Указ Президента України №50/2022. Про призначення стипендії Президента України для молодих письменників і митців у сфері образотворчого мистецтва на 2022 рік Тимчук М.М.



Олеся-Іванна ФІЯЛКА,
*студентка Тернопільського кооперативного
фахового коледжу*
Науковий керівник – Оксана ПОБЕРЕЙКО,
*викладач-методист Тернопільського
кооперативного фахового коледжу
Тернопіль, Україна
fiialkao@gmail.com*

Olesia-Ivanna FIIALKA,
student of Ternopil Cooperative Vocational College
Scientific supervisor – Oksana POBEREIKO,
teacher-methodologist Ternopil Cooperative
Vocational College
fiialkao@gmail.com

АЙДЕНТИКА МІСЬКОЇ БІБЛІОТЕКИ ЯК ЧИННИК КОМУНІКАЦІЇ З ГРОМАДОЮ IDENTITY OF THE CITY LIBRARY AS A FACTOR OF COMMUNICATION WITH THE PUBLIC

У сучасному світі, де інформаційний простір надзвичайно насичений, а культурні інституції змагаються за увагу громади, створення впізнаваної та цілісної айдентики для міської бібліотеки є надзвичайно актуальним. Символи та образи допомагають налагодити емоційний зв'язок з відвідувачами, залучити нову аудиторію та переосмислити роль бібліотеки як відкритого, сучасного й дружнього простору.

Беручи до уваги те, що читальні тепер є не лише місцем для ознайомлення з літературою, а й трансформуються в культурно-освітні хаби, лекторії та місця для проведення тематичних заходів, розробка впізнаваної айдентики допоможе привернути увагу потрібної аудиторії. Узгоджений візуальний стиль допомагає створити цілісний образ установи, що легко запам'ятовується. Це сприяє просуванню бібліотеки в медіапросторі та підсилює комунікацію з громадськістю. У епоху діджиталізації айдентика стає важливою складовою для роботи онлайн — від сайту до соціальних мереж. Уніфікований стиль підвищує довіру користувачів та забезпечує цілісність в усіх комунікаціях.

Насамперед проводиться дослідження попередніх візуальних образів бібліотеки: логотип, фірмові кольори, елементи сувенірної продукції. Важливо ґрунтовно підійти до цього процесу, адже, завдяки якісному збору інформації можна розробити айдентіку, яка підтримуватиме вже вкорінені позитивні уявлення про місце і, разом з тим, стиратиме усталені шаблони і створюватиме сучасний настрій, який відгукуватиметься прогресивному суспільству.

Наприклад, грамотне використання типографії може підкреслити й увиразнити значення тексту. Робота з кольором і стилем або звернення до конкретної епохи чи течії, наприклад, допоможуть досягти резонансу з аудиторією, що дозволяє передавати складні повідомлення, сенси й інформацію через візуальні рішення [3, с. 100].

Під час розробки багато уваги приділяють підбору кольорів, які відтворюватимуть атмосферу бібліотеки. Здавалося б, що книгозбірні у суспільстві асоціюються лише з чітко визначеними та давно утвердженими кольорами. Проте сьогодні можна спостерігати протилежну ситуацію: зі змінами у культурному та соціальному житті людей руйнуються і канони. В наш час громадськість мислить ширше, поза утвердженими кордонами, що дає можливість розробникам візуальних образів експериментувати з барвами. Дизайнери комбінують кольори, щоб створити певні настрої і властивості [4, с.88].

Кожен може створити лого, але не кожен може розробити правильне лого. Можна реалізовувати усі побажання з дизайнерського завдання і вважати це успіхом; та справді неперевершений, вартий заздрощів логотип неодмінно буде простим, актуальним, тривким, унікальним, легким для запам'ятовування і придатним до адаптування [2, с. 36]. Лого — обличчя бренду. Воно має бути впізнаваним та унікальним, щоб серед тисяч інших “облич” користувач одразу впізнавав ваш бренд або установу.

Щоб детальніше дослідити, як айдентика змінює комунікацію міської бібліотеки з громадою, пропонуємо розглянути кілька вітчизняних прикладів.

Проект 2017 року з розробки єдиної айдентики для трьох бібліотек Києва, створений студентами Kyiv Academy of Media Arts під кураторством дизайнера Антона Іванова з рекламної агенції Banda. Візуалізація бренду починається від логотипу і закінчується навігацією всередині. Ідея та посыл нових бібліотек повинен повністю відображатися у візуальній комунікації, бути цілісним і завершеним, зрозумілим для споживача концептом [5]. Провівши попереднє дослідження та поспілкувавшись із замовником, дизайнерка розробила логотип, який при першому погляді здається максимально лаконічним і зрозумілим, та в той же час містить вкладені сенси. Літери в логотипі мають форму лабіринту-«простору», кожна з них має свій «вхід» та «вихід» (див. рис. 1).



Рис. 1 – Логотип для Київських бібліотек

Бібліотека – це також простір, у якому людина має змогу осмислити свої ідеї. Жовтий колір, як додатковий, теж вибраний не випадково – це колір навчання, розвитку, належить до теплої гами і символізує силу інтелекту. Крім того, жовтому кольору приписують потужний вплив на ухвалення людиною швидких та складних рішень [5]. Таким чином у містян формується цілісний, збірний образ бібліотек, який легко зринає в думках. Разом з тим, індивідуальне наповнення соціальних мереж, сайтів та приміщень книгозбірень створюють ідентичність кожного закладу зокрема.

Тернопільські бібліотеки теж активно працюють над розробкою унікального стилю. Сьогодні можна побачити зміни у айдентиці Тернопільської обласної бібліотеки для молоді. Концептуальний логотип, що відображає і комунікацію, і міський простір, промовляє до майбутнього користувача та є впізнаваним серед містян (Рис. 2).



Рис. 2 – Логотип Тернопільської обласної бібліотеки для молоді

Єдність у стилі соціальних мереж та зручний і привабливий сайт — здавалося б, сьогодні нікого цим не здивуєш, а проте населення звикло до наявності таких елементів лише у приватних установах — для державних інституцій це стало актуальним та можливим у реалізації не так давно.

Ще одним цікавим проектом є розробка айдентики для Тернопільської обласної універсальної наукової бібліотеки. Студенткою Тернопільського кооперативного фахового коледжу спеціальності «Дизайн» Фіялкою Олесею було обрано дану тему для реалізації дипломного проектування. Книгозбірня є сучасним місцем, де проводяться різноманітні заходи, тому важливим елементом, який допоможе прокомунікувати із майбутніми відвідувачами є впізнавані візуальні образи. Підбірка кольорів, створення афіш, банерів та дописів для соціальних мереж — все це взаємодіє із оточенням та створює актуальні комунікати. Для громади айдентика бібліотеки виконує ще одну важливу функцію — символічну. Впізнавані кольори, логотип, слоган чи навіть особливий стиль подій створюють ефект належності: люди починають ідентифікувати себе з простором, у якому вони проводять час, отримують знання і спілкуються. Бібліотека стає не просто сервісом, а частиною локальної ідентичності. Оновлений логотип у двох варіантах відображає витонченість та старовину місця і його наповнення (Рис. 3).



Рис. 3 – Логотипи для Тернопільської обласної універсальної наукової бібліотеки

Айдентика міської бібліотеки — це не другорядний елемент взаємодії із суспільством, а стратегічний інструмент для побудови відкритого діалогу з громадою. Вона передає повідомлення: "Ми відкриті для всіх", "Ми підтримуємо інклюзивність", "Ми змінюємося разом із вами". Через візуальні й емоційні засоби

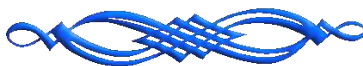
бібліотека може розповідати про свої цінності, ініціативи, залучати волонтерів, партнерів, донорів і формувати коло однодумців.

Айдентика допомагає бібліотеці бути видимою, зрозумілою і значущою. У добу цифрових технологій саме виразні, змістовні й адаптовані до місцевого контексту візуальні образи можуть стати ключем до ефективної взаємодії з мешканцями міста чи села та розвитку бібліотеки як центру громадської активності. Синтез різноманітних айдентик формує візуальну культуру. Вона не просто важливий складник сучасного життя, а найважливіша культура, у якій ми мусимо орієнтуватися [1, с. 15].

Отже, створення впізнаваної та етичної айдентики є першим кроком до результативної та ввічливої комунікації з громадськістю. Важливо підкреслити, що сьогодні і студенти активно долучаються до співпраці з міськими бібліотеками, тим самим створюючи модерну візуальну мову.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойлен А.Л. Візуальна культура / Алексіс Л. Бойлен. Пер. з англ. Г.Лелів. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с. (Серія “MIT Press. Що варто знати про...”).
2. Ейрі Д. Лого Дизайн Любов: Посібник зі створення довершеної айдентики бренду. Друге видання / Девід Ейрі. Пер. з англ. Н.Михайлишина. Київ : ArtHuss, 2024. 232 с.
3. Емброуз Г., Оно-Біллсон Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / Гевін Емброуз, Найджел Оно-Біллсон; пер. з англ. Л. Базь, Р. Дзюба, Т. Кривов'яз. Київ : ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія “Креативна кар'єра”).
4. Лаптон Е., Філліпс Дж. К. Графічний дизайн: Нові основи. Друге видання, змінене і доповнене / Еллен Лаптон, Дженніфер Коул Філліпс. Пер. з англ. І.Михайлишина. Київ : ArtHuss, 2020. 264 с.
5. Айдентика бібліотек Києва: як це працюватиме. URL: <https://surl.lt/rxzkft>



Вікторія ХРУПАЛО,
студентка Тернопільського кооперативного
фахового коледжу
viktoriahrupalo@gmail.com
Науковий керівник – **Оксана ПОБЕРЕЙКО,**
викладач-методист Тернопільського
кооперативного фахового коледжу
Тернопіль, Україна

Victoria KHRUPALO,
Student of the Ternopil
Cooperative Professional college
Scientific supervisor – **Oksana POBEREYKO,**
Lecturer-Methodologist Ternopil Cooperative
Professional College Ternopil,
Ternopil, Ukraine
viktoriahrupalo@gmail.com