



МИНИСТЕРСТВО ИСКУССТВА
И КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ
УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ



Ульяновская областная библиотека для детей и юношества
имени С.Т. Аксакова

Фирменный стиль библиотеки

Фирменный стиль библиотеки. Методические рекомендации / сост. Т. О. Филатова ; Ульяновская областная библиотека для детей и юношества имени С. Т. Аксакова. – Ульяновск, 2021. – 30 с.

Фирменный стиль (corporate identity) – единство элементов, идентифицирующих принадлежность всего, на чём размещаются эти элементы к конкретной фирме, предприятию или компании, создающих определенный образ в глазах потребителей услуг и выделяющих её среди других.

Синонимы: айдентика, брендинг.

Вы скажете: «Причём тут библиотека? Зачем это надо библиотеке?». Будем разбираться на примерах!

От автора

Сегодня одной из главных задач библиотеки является привлечение детей и юношества к чтению, используя современные формы подачи информации, современное оформление информационной среды, (сайты библиотек, страницы в соцсетях). И, конечно же, налаживание взаимодействия с юными читателями.

Библиотечная среда, отвечающая современным параметрам оформления, легче сможет заинтересовать детско-юношескую аудиторию, завоевать доверие молодого поколения с первого взгляда, стать «своей», создать благоприятное первое впечатление, ведь «встречают по одежке»

Методические рекомендации «Фирменный стиль библиотеки» познакомят библиотекарей с технологиями создания своего уникального и запоминающегося оформления, которое можно будет использовать при работе с любым визуальным контентом.

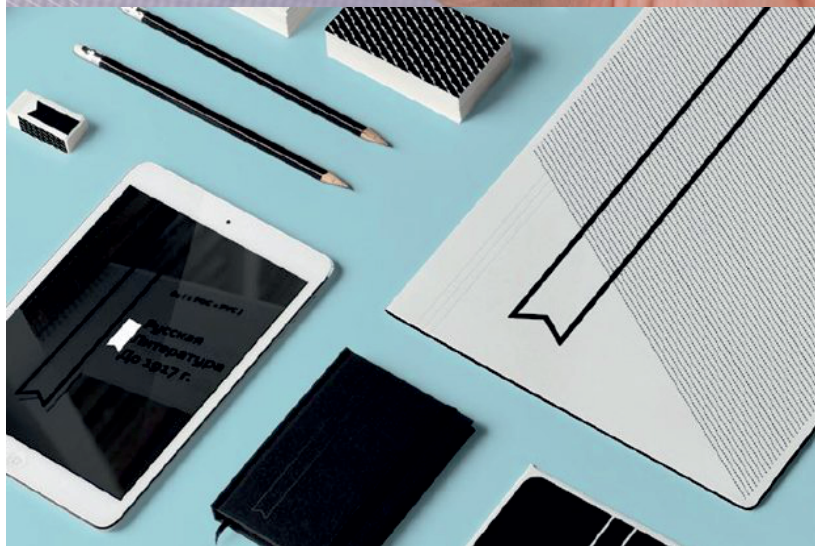
Начнём с того, что обратимся к хорошим примерам фирменных стилей библиотек.



Центральная библиотека №197
им. А.А. Ахматовой (г. Москва)

(лого)





Обратите внимание, из чего состоит этот стиль: фирменный шрифт, цвет (чёрный и белый) векторное изображение закладки (линейный рисунок), логотип в виде буквы «Б».



**БИБЛИОТЕКА
НОВОГО
ПОКОЛЕНИЯ**

Логотип.

Обзор вариантов логотипа



Знак.
Lib_sign.ai / pdf / png



**БИБЛИОТЕКА
НОВОГО
ПОКОЛЕНИЯ**

Основной логотип
Lib_main_logotype.ai / pdf / png

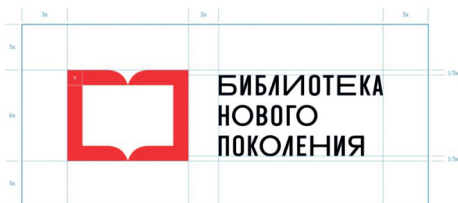


**Центральная районная межпоселенческая
библиотека Касимовского муниципального
района Рязанской области**

Логотип библиотеки
Lib_logotype.ai / pdf / png

Логотип.

Основной логотип



Построение охранной зоны

Охранная зона определяет минимально допустимое расстояние от знака до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета. Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранной зоны.



Логотип внутри охранной зоны

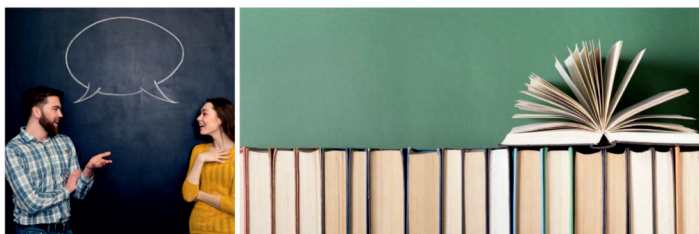


Библиотеки нового поколения. Руководство по фирменному стилю



В основе концепции логотипа — образы открытой книги, «бабл» диалога и осяз, открытого новым посетителям и новому формату взаимодействия с ними.

В образе шрифтового написания логотипа (и фирменного шрифта) заложен пластический образ книг на полке.



Библиотеки нового поколения. Руководство по фирменному стилю

4

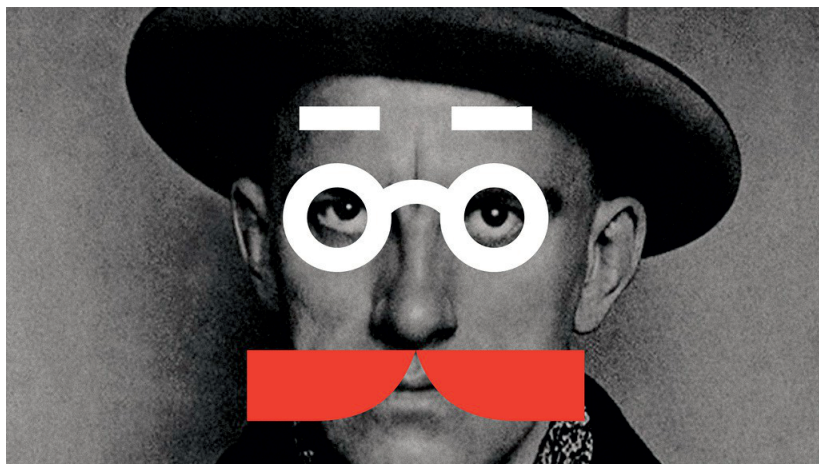
Из чего состоит этот стиль? Выпишите:

Оформление библиотеки. Навигация

Некоторые пиктограммы могут совмещаться с книжной рамкой логотипа, создавая более неформальную или акцентированную коммуникацию.



Библиотеки нового поколения. Руководство по фирменному стилю



Везде есть место улыбке! Если элементы стиля можно обыграть таким корректным образом – это большой плюс. Читатели – тоже люди и хотят улыбнуться, официозность можно «разбавлять» такой подачей элементов.

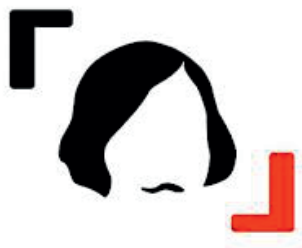
Ещё один пример:



Одни из самых прекрасных воплощённых, на мой взгляд, примеров фирменного стиля – Центральная районная библиотека имени Николая Васильевича Гоголя (Санкт-Петербург).



Или просто:

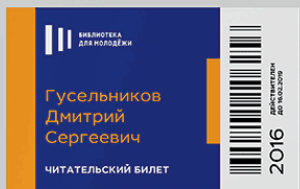


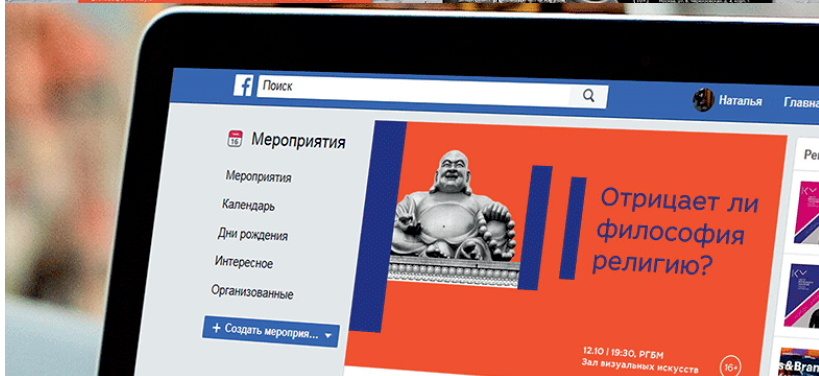
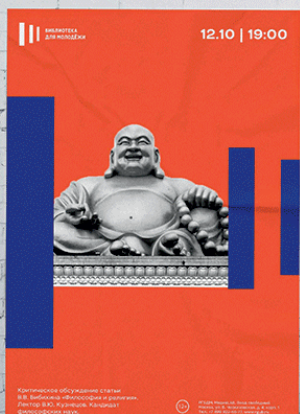
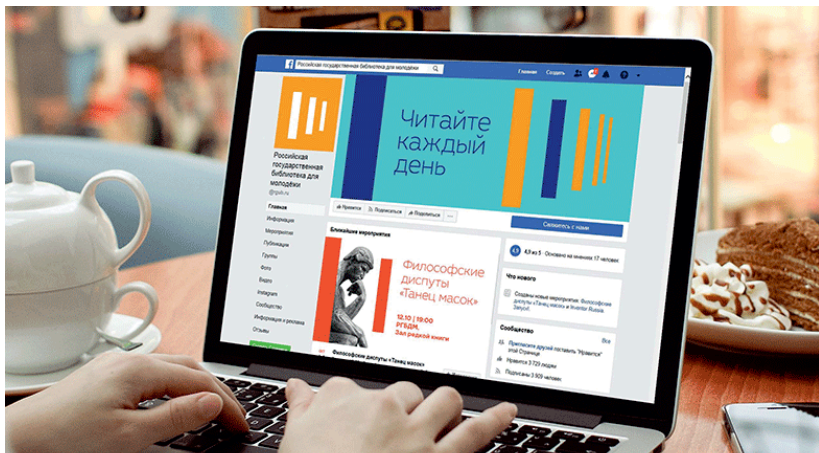
В случае пандемии:



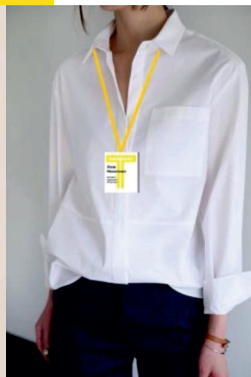
Познакомьтесь с ними поближе здесь:
gogol-library.ru и vk.com/gogol_lib

читайте
каждый
день





БІБЛІОТЕКА



Из чего состоит стиль? Выпишите:



Есть и сложные, рисованные фирменные стили, посмотрим на них:

1938

Наша библиотека – уютная коммуникативная площадка для родителей, педагогов и библиотечкарей по вопросам развития и воспитания детей.

ЖДЁМ ВАС

Малышей ждут добрые книги в «Солнечном городе», подростков привлекут диспуты и встречи с интересными людьми, писателями, музыкантами, артистами.

Детская библиотека № 10 основана в 1938 году. В 2016 году библиотеке присвоено имя детского писателя Николая Носова.

Николай Николаевич Носов (1908 – 1976) – известный советский писатель, драматург, киносценарист. Автор множества произведений для взрослых и детей, в том числе рассказов о Незнайке.

2018

В 2018 мы отмечаем целых два юбилея!

80 лет со дня основания библиотеки

110 лет со дня рождения замечательного писателя Николая Носова, в честь которого названа наша библиотека.

КАК С НАМИ СВЯЗАТЬСЯ?

Детская библиотека №10 имени Николая Носова

dehtkaja_biblioteka_nosova

cbstfilial10@yandex.ru

(812) 446 - 91 - 88

Адрес: Октябрьская набережная, д.70 к.1

Часы работы:
Пн-Пт — с 11:00 до 19:00
Сб — с 10:00 до 18:00
Вс - выходной

НИКОЛАЯ НОСОВА
ДЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА № 10 ИМЕНИ

В большинстве своём подобные рисованные оформления может создать и поддерживать только профессиональный дизайнер с навыками иллюстратора.



Как быть, если в штате такого человека нет? В настоящее время придумали множество способов создания графического оформления с нуля. Первый из них, самый популярный и простой: www.canva.com.

Вот что говорит о сайте Википедия: Canva – кросс-платформенный сервис для графического дизайна, основанный в 2012 году. Создание изображений в сервисе строится на принципе перетаскивания готовых элементов и варьировании изменяемых шаблонов. Графический редактор даёт доступ к встроенной библиотеке шаблонов, стоковых фотографий, иллюстраций и шрифтов. Сервис адресован как рядовым пользователям, так и профессионалам дизайна и цифрового маркетинга. На платформе можно создавать как изображения для публикации в Интернете, так и макеты для полиграфической продукции.

То есть, получается, что любой человек, разобравшись с этим сайтом, сможет создать свой дизайн? Именно так!

+108 ▲ ▼ ✳️ [dimonru16](#) отправил 5 часов назад # 📧 📷 📌 ⬆️

Не быть тебе дизайнером.

[ответить](#)

+402 ▲ ▼ 📌 [КОМХ](#) отправлено 5 часов назад # 📧 📷 📌 ⬆️



Прежде, чем начинать работу, нужно помнить, что у логотипов есть свои законы. Поговорим об основных. Первый закон – узнаваемость. Как он работает и зачем?

Давайте представим сетевой магазин продуктов, одежды или косметики, в который мы ходим? Перед глазами сразу встаёт знакомый логотип и его цвет, возможно, его слоган и музыка, которая там играет. Когда мы говорим о бренде, мы говорим об образе, который создаёт ассоциации в нашей голове, узнаваемость и желание стать пользователем предлагаемых услуг. Логотипы в том или ином виде существуют несколько веков. Например, Кубок Гигиен используется как основной символ фармации по меньшей мере с 1796 года!

Сейчас, конечно, логотипы выглядят иначе, чем в XVIII веке, потому что дизайн постоянно развивается. Чтобы разобраться с «узнаваемостью» бренда, необходимо упомянуть, что по внешнему виду логотипа можно понять, когда он был создан. Ниже приведены примеры логотипов из 80-х, 90-х и 00-х.

80-е были десятилетием разных вещей – рождения множества музыкальных стилей, завышенных талий и объемных причёсок. Это лишь несколько вещей из того времени. Но не стоит забывать о том, что 80-е были и расцветом изобразительного искусства, а именно аэрографии и логотипов. Обратите внимание на огромное количество хромированных элементов и металлических шрифтов. Они и стали визитной карточкой эпохи.



Примеры логотипов из 80-х

90-е же всё ещё «живы» в непрофессиональном оформлении. Возьмём всем доступный тип оформления из 90-х, из чего же он состоит? Из появившихся опций в программном обеспечении. Вот главные признаки:

1. Шрифт «наискосок»
2. Стандартная обводка
3. Стандартная тень
4. Стандартный градиент
5. Собранные вместе «готовые» элементы и рамки

Отдельно скажем об использовании виньетки, задача которой – украсить, сейчас же она придаёт изображению, дополненному ею, нестильный, несовременный вид (исключение составляет стилизация под XIX век). Все вышеперечисленные признаки являются неуместными в современных реалиях.



Что же делать?

«Наевшись» излишествами, цветовыми переливами и вензелями, дизайн шагнул в сторону, так называемого, минимализма, и это играет нам на руку. Расскажем, что это за зверь и как его приручить. Чтобы добиться узнаваемости нашего библиотечного бренда, необходимо сделать несколько шагов.

1. Выбрать цвет.

Казалось бы, что может проще! У каждого из нас есть любимый цвет: оранжевый, синий, жёлтый, зелёный, фиолетовый, красный, чёрный... Но фишка в том, что у цветов есть оттенки и сочетания. Необходимо выбрать максимум три цвета и к этому нужно подойти серьёзно. Как подобрать красивое сочетание цветов? Не так уж сложно. Достаточно написать в любой поисковой системе: «цветовая палитра» и нам выдадут такие картинки:



Как говорится, в Интернете уже подумали за нас, осталось только научиться этим пользоваться. Итак, посмотрев миллион картинок и посоветовавшись с коллегами, мы выбрали те самые три цвета, что же дальше? Дальше мы определяем из них главный, которым напишем название нашей библиотеки. Второй цвет будет его дополнять в названии, например, будет графическим элементом, а третий будет фоном.

2. Название.

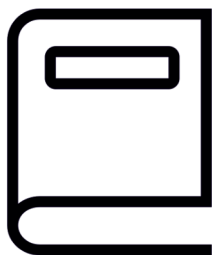
Так же, как с цветом. Мы выбирали три цвета, один из которых сделали главным, поставили акцент. В названии такой же принцип. Возьмём вымышленное: «Городская библиотека имени А.С. Пушкина», «Городская

библиотека духовной культуры». Что главное? В первом слове Пушкин, во втором Духовная культура. А если библиотека в условном Иванове одна? Тогда «Иваново» – это главное слово в графическом дизайне.

3. Плашка или графический элемент.

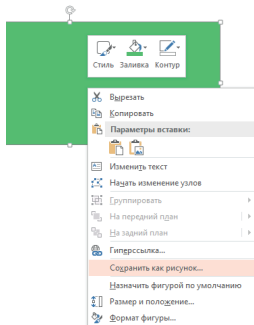
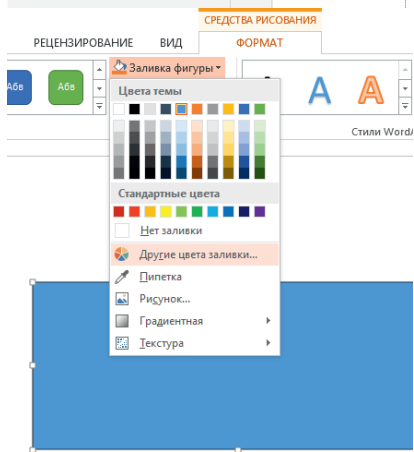
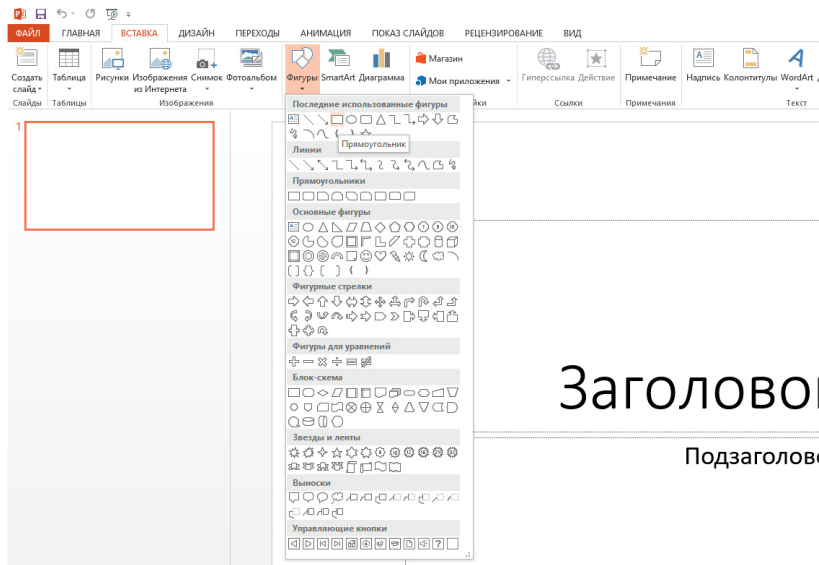
Плашка – это участок формы, закрашенный одним цветом. Геометрическая фигура или фигура свободной формы.

4. Графический элемент. Ваш фирменный. Самый важный. Где его взять? Нарисовать самому, если такой возможности нет, то скачать из «Канвы» (о которой поговорим позже) бесплатные элементы. Бесплатные изображения можно скачать на сайте www.freepik.com, но они предназначены для использования в профессиональных программах: coral draw, photoshop, indesign и т.д. Можно скачать картинку в формате PNG, но нужно знать, что это должна быть именно линейная картинка (нарисовано линиями, плоско), а не изображение.



Если вы готовы к полному минимализму, рисуйте плашку. Это можно сделать в Power Point (см картинку ниже), сохранить как картинку.

Самое главное – не забывать, что мы не должны отклоняться от выбранных нами трёх цветов.



Ниже приведены названия толстых шрифтов, которые можно скачать, установить и использовать при оформлении. Размер шрифтов здесь 12:

SI FONT

STENCIL

Monumento

Bernard

Franklin Gothic

Haettenschweiler

Impact

Inverserif

Lobster

PLAZA BECKER

SUNDAY BEST

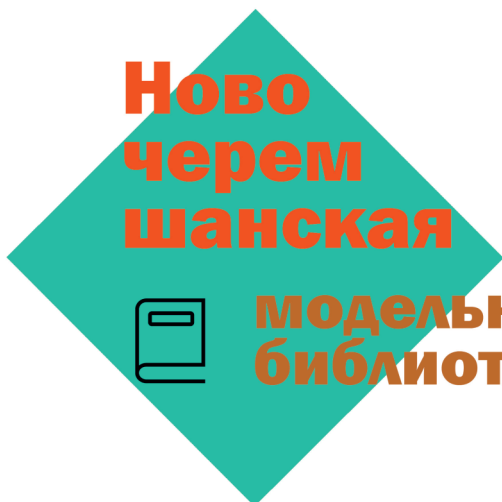
Bauhaus

Britannic bold

Добавим, что фирменным шрифтом не нужно набирать весь текст, шрифт, необходимый для длительного чтения нужно использовать «знакомый глазу»: Arial, Times и т.д. Для чтения текста, состоящего из нескольких слов, тем более из нескольких предложений, нужно выбирать удобный шрифт, без утолщений и закорючек, прямой, функцию «нижнее подчёркивание» так же оставим в прошлом.

Фирменный шрифт предназначен только для логотипа, возможно, для слогана и для написания обозначений таких, как «читательский билет» или названия отделов.

Теперь давайте попробуем соорудить фирменное оформление доступными способами, перечисленными выше. Название библиотеки берём произвольно.



– лого

Три цвета:



шрифт:

Franklin Gothic

картинка для оформления постов –

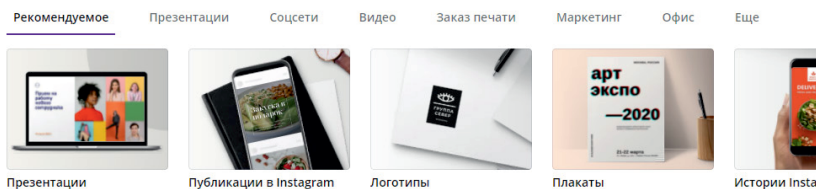
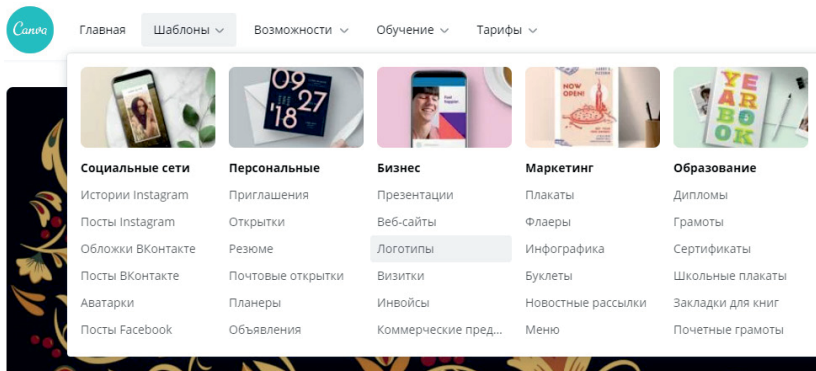
**Ново
черем
шанская**
**модельная
библиотека**



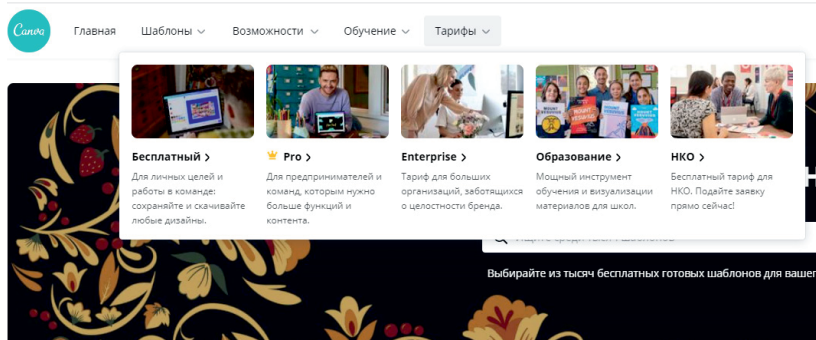
– уголок для оформления презентаций



Этот способ мы разобрали, давайте теперь перейдём к сайту **canva.com** и посмотрим, что там предлагается, как с этим работать.



Среди предлагаемых шаблонов есть шаблоны на все случаи жизни. Многие платные, но есть и бесплатные.



Если ваша организация является НКО (например, фондом), вы можете запросить расширенный бесплатный функционал.

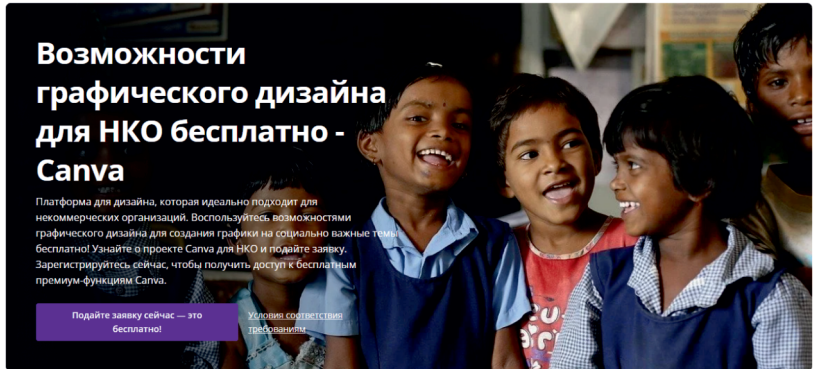
Возможности ▾ Обучение ▾ Тарифы ▾ Войти

Возможности графического дизайна для НКО бесплатно - Canva

Платформа для дизайна, которая идеально подходит для некоммерческих организаций. Воспользуйтесь возможностями графического дизайна для создания графики на социально важные темы бесплатно! Узнайте о проекте Canva для НКО и подайте заявку. Зарегистрируйтесь сейчас, чтобы получить доступ к бесплатным премиум-функциям Canva.

Подайте заявку сейчас — это бесплатно!

Условия соответствия требованиям



НАМ ДОВЕРЯЮТ ВЕДУЩИЕ НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ




«Канва» – генератор шаблонов и может заменить профессионального дизайнера в вашем штате. Этот сайт – подарок всем smm-специалистам. Здесь можно работать и над видео, афишами и логотипами, картинками для постов и сторис.

Главная ▾ Шаблоны ▾ Возможности ▾ Обучение ▾ Тарифы ▾ Войти

Дизайн
Маркетинг
Фотография

Дизайн

Научитесь создавать графику, которая поможет вам выделиться.



дизайн

Как пользоваться Canva: разбор главных функций и лайфхаки

Лучшая инструкция по работе с Canva для новичков и продвинутых пользователей ➔ Необычные лайфхаки и примеры, разобранные пошагово.

Подробнее >

Список литературы

Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. – Москва : Прогресс, 1974. – 390 с. : ил.

Голубева, О. Л. Основы композиции / О. Л. Голубева. – Москва : Изобразительное искусство, 2001. – 120 с. : ил.

Дэвид, Э. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Э. Дэвид ; пер. с англ. В. Шрага, Л. Родионова. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 216 с. : ил.

Робин, У. Дизайн. Книга для недизайнеров. Принципы оформления и типографики для начинающих / У. Робин. – Санкт-Петербург : Питер, 2016. – 240 с.

