

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки
(тема)


Виконав:
здобувач 4 року навчання,
групи ВПВПСЗ-21-1


Катерина ЙОВЧЕНКО
(власне ім'я, прізвище)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма
Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник  ст. викл. Лана МОРОЗОВА
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)

(підпис)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Навчально-науковий центр заочної форми навчання
Кафедра Медіасистем та технологій
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
Тип програми Освітньо-професійна
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
« 05 » травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві Йовченко Катерини Павлівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки

Затверджена наказом по університету від 05 травня 2025 р. № 75 Стз

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії 16 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи

Тип продукції: елементи фірмового стилю – рекламний постер, реєстраційна картка, фірмова наліпка, килимок для миші, логотип


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; Аналіз технічного завдання; Аналітичний огляд літератури за темою; Аналіз аналогів; Вибір необхідного програмного забезпечення; Розробка фірмового стилю; Вибір та обґрунтування способів друку; Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Мета і актуальність, Задачі, Фірмовий стиль, Цільова аудиторія, Аналіз аналогів, Програмне забезпечення, Фірмові кольори, Фірмовий шрифт, Логотип, Постер, Реєстраційна картка, Наліпка, Вибір способів друку, Витрати на розробку фірмового стилю, Висновки, Тези за темою.

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

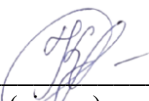
Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Морозова Л.Ю.		12.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		10.06.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз технічного завдання	10.05.2025	вик
2	Аналітичний огляд літератури за темою	13.05.2025	вик
3	Аналіз аналогів	14.05.2025	вик
4	Опис пррактичної частини	17.05.2025	вик
5	Проектування носіїв фірмового стилю	20.05.2025	вик
6	Економічна частина	30.05.2025	вик
7	Оформлення пояснювальної записки	05.06.2025	вик
8	Оформлення графічної частини	10.06.2025	вик

Дата видачі завдання 05 травня 2025 р.

Здобувач



(підпис)

Керівник роботи



(підпис)

ст. викл. Лана МОРОЗОВА
(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 54 с., 2 табл., 17 рис., 17 джерел.

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ, ЛОГОТИП, ПОСТЕР, ЦИФРОВИЙ ДРУК, ЛАМІНУВАННЯ, СУБЛІМАЦІЙНИЙ ДРУК.

У сучасному інформаційному просторі наукова бібліотека перестає бути лише місцем зберігання книг – вона трансформується у відкритий освітній простір, що поєднує традиційні знання та цифрові технології. У цьому контексті особливо актуальним є формування цілісної візуальної ідентичності, яка допоможе бібліотеці ефективно комунікувати зі своєю аудиторією, підвищувати впізнаваність і формувати довіру.

Метою кваліфікаційної роботи є створення фірмового стилю для наукової бібліотеки як сучасного науково-інформаційного простору, що відображає її інноваційність, відкритість і професійний імідж.

У результаті дослідження розроблено повноцінний фірмовий стиль, що включає логотип, макети постерів, реєстраційну (читацьку) картку, наліпки та дизайнерський килимок для миші – елементи, які органічно поєднують естетику, функціональність і змістовність. Айдентика створена з урахуванням сучасних дизайнерських тенденцій та адаптована для використання в друкованих і цифрових форматах. Економічна частина роботи містить розрахунок витрат на виготовлення продукції, що включає аналіз тиражів, матеріалів і способів друку. Це дозволяє оцінити реальні можливості впровадження фірмового стилю в діяльність бібліотеки та обґрунтувати фінансову доцільність проєкту.

ABSTRACT

The explanatory note to the qualification work contains: 54 p., 2 tabl., 17 pic., 17 sources.

CORPORATE STYLE, LOGO, POSTER, DIGITAL PRINTING, LAMINATION, SUBLIMATION PRINTING.

In the modern information space, a scientific library is no longer just a repository of books – it is transforming into an open educational environment that integrates traditional knowledge with digital technologies. In this context, the development of a consistent visual identity becomes especially relevant, as it enables the library to communicate effectively with its audience, increase recognition, and build trust.

The goal of this qualification project is to create a corporate identity for a scientific library as a modern scientific and informational space that reflects its innovation, openness, and professional image.

As a result of the study, a comprehensive visual identity was developed, including a logo, poster layouts, a registration (reader) card, stickers, and a custom mouse pad – elements that combine aesthetics, functionality, and meaning. The identity was created in line with current design trends and is adaptable for both print and digital use. The economic section includes a cost estimate for the production of branded materials, covering an analysis of print runs, materials, and printing methods. This provides a realistic view of how the identity can be implemented in practice and justifies the project's financial feasibility

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП	8
1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ.....	11
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ	12
2.1 Значення візуальної ідентичності для наукової бібліотеки.....	12
2.2 Естетичні та функціональні принципи створення фірмового стилю	14
2.3 Етапи розробки фірмового стилю для наукової бібліотеки	15
3 АНАЛІЗ АНАЛОГІВ.....	17
3.1 Харківська державна наукова бібліотека імені В.Г. Короленка	18
3.2 Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського	20
3.3 Національна бібліотека Польщі.....	22
4 ВИБІР НЕОБХІДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	24
4.1 Інструментальні засоби розробки.....	24
4.2 Вибір інструментальних засобів розробки фірмового стилю	25
5 РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ.....	27
5.1 Вибір фірмових кольорів.....	27
5.2 Вибір шрифтового оформлення.....	29
5.3 Розробка логотипу.....	31
5.4 Розробка дизайну постеру	34
5.5 Розробка дизайну інших елементів фірмового стилю	36
6 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СПОСОБІВ ДРУКУ	40
6.1 Друк рекламного постеру.....	40
6.2 Друк реєстраційної картки	41
6.3 Друк фірмової наліпки.....	42
6.4 Друк фірмового килимка для миші	43
7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	45
7.1 Характеристика продукції.....	45
7.2 Конкуренція	46

7.3 Етапи розробки	47
7.4 Розрахунок собівартості та ціни	47
ВИСНОВКИ.....	52
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	53

ВСТУП

Створення фірмового стилю для наукової бібліотеки є важливим етапом у формуванні її візуальної ідентичності, що сприяє підвищенню впізнаваності та залученню нових відвідувачів. У сучасному інформаційному середовищі бібліотеки виконують не лише роль сховищ знань, а й стають центрами наукової комунікації, культурних ініціатив і цифрових сервісів. Наявність єдиного стилю дозволяє посилити довіру до установи, зробити її більш привабливою для студентів, викладачів та науковців.

Фірмовий стиль для наукової бібліотеки є не лише засобом візуальної айдентики, а й інструментом формування її образу, що відповідає сучасним тенденціям дизайну та інформаційним запитам користувачів. Створення гармонійного поєднання кольорів, шрифтового оформлення, логотипа та інших елементів допомагає бібліотеці виділитися серед інших подібних закладів і створити впізнаваний стиль, що сприятиме її популяризації [1].

Метою даної роботи є розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки, що забезпечить її цілісну візуальну ідентичність та підвищить її вплив у науково-освітньому середовищі. Для досягнення цієї мети необхідно врахувати особливості бібліотеки як установи, проаналізувати сучасні тенденції у сфері дизайну та створити концепцію фірмового стилю, яка відобразить її функції, місію та цінності.

Для досягнення мети роботи необхідно вирішити наступні задачі.

1. Аналіз специфіки наукової бібліотеки. Необхідно дослідити основні аспекти діяльності бібліотеки, включаючи її місію, функції та роль у науково-освітньому процесі. Важливо визначити, як бібліотека позиціонує себе серед інших закладів та якими є її унікальні особливості. Аналіз має також включати оцінку цільової аудиторії – студентів, викладачів, науковців, які використовують бібліотечні ресурси. Потрібно врахувати, які послуги

надає бібліотека, як вони змінювалися з часом та які тенденції розвитку бібліотечної справи можуть впливати на формування її айдентики.

2. Вивчення основ фірмового стилю. Важливо детально дослідити, що саме входить до поняття фірмового стилю, зокрема його ключові елементи: логотип, фірмові кольори, типографіка, візуальні елементи та загальні принципи оформлення. Необхідно розглянути, як кожен з цих компонентів впливає на сприйняття бренду бібліотеки та її імідж серед користувачів. Окрему увагу слід приділити психологічним аспектам сприйняття кольорів і форм у контексті інформаційного простору бібліотеки, щоб обрати оптимальні дизайнерські рішення.

3. Аналіз аналогів. Вивчення досвіду інших наукових бібліотек дозволить визначити успішні підходи до створення візуальної ідентичності. Необхідно дослідити як міжнародні, так і вітчизняні приклади фірмового стилю бібліотек, звертаючи увагу на використані графічні рішення, візуальну комунікацію та інтеграцію айдентики в цифрове середовище. Варто розглянути, які саме елементи впливають на впізнаваність бренду бібліотеки, а також виділити типові помилки, яких слід уникати при розробці власного стилю.

4. Розробка фірмового стилю. На основі проведеного аналізу необхідно створити концепцію фірмового стилю для наукової бібліотеки. Вона має включати розробку логотипа, вибір корпоративних кольорів, визначення шрифтового оформлення та створення єдиної візуальної концепції для друкованих і цифрових матеріалів. Окрім того, слід розробити макети основних носіїв фірмового стилю, таких як читацький квиток, банери, рекламні матеріали, наліпки та інше.

5. Вибір програмного забезпечення та технічних засобів. Важливим етапом є визначення оптимальних інструментів для створення та впровадження фірмового стилю. Необхідно розглянути доступні графічні редактори, такі як Adobe Illustrator, CorelDRAW, Adobe Photoshop, а також веб-сервіси для генерації стилів та інтеграції дизайну у цифрове середовище. Окрім того, варто проаналізувати технології друку, які можуть бути

використані для виготовлення матеріалів, щоб забезпечити якісне відтворення графічних елементів та довговічність їх використання.

6. Економічне обґрунтування. Розробка фірмового стилю передбачає певні фінансові витрати, які необхідно проаналізувати для забезпечення ефективності процесу. Слід розрахувати бюджет на придбання або ліцензування програмного забезпечення, витрати на друк поліграфічної продукції, розробку цифрових матеріалів та можливі витрати на послуги дизайнерів чи маркетологів.

1 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО ЗАВДАННЯ

Метою моєї роботи є розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки, що сприятиме її впізнаваності, формуванню єдиного візуального образу, а також створенню зручного та привабливого середовища для користувачів. Візуальна ідентичність бібліотеки відіграє важливу роль у популяризації її послуг, зміцненні позицій серед наукової спільноти та покращенні взаємодії з читачами.

Цільова аудиторія наукової бібліотеки включає різні категорії користувачів, кожна з яких має свої особливі потреби та вимоги до інформаційного середовища:

- студенти та викладачі закладів вищої освіти – активні користувачі бібліотечних ресурсів, які використовують наукову літературу, електронні бази даних та інші матеріали для навчального процесу, підготовки лекцій і наукових досліджень. Візуальний стиль бібліотеки має відповідати їхнім потребам у зручності, доступності та сучасності;

- науковці – фахівці, що працюють із спеціалізованою літературою та базами даних для проведення досліджень. Для них важливо, щоб візуальна ідентичність бібліотеки асоціювалася з надійністю, професійністю та інноваційністю, сприяючи ефективному використанню інформаційних ресурсів;

- молоді дослідники та аспіранти – особлива група користувачів, які активно займаються науковою діяльністю та потребують доступу до великої кількості актуальної інформації. Фірмовий стиль бібліотеки має сприяти формуванню іміджу сучасного наукового центру, що підтримує молодих дослідників у їхньому професійному розвитку.

Результатом даної роботи стане розробка комплексного фірмового стилю для наукової бібліотеки, що включатиме ключові елементи візуальної ідентифікації та приклади їх застосування.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ

2.1 Значення візуальної ідентичності для наукової бібліотеки

Людство завжди прагнуло до розвитку, а інформація стала одним із головних ресурсів сучасного світу. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій наукові бібліотеки перетворилися не просто на зібрання книжок, а на складні інформаційні центри, що об'єднують друковані та електронні ресурси, надаючи доступ до наукових баз даних, архівів, дослідницьких матеріалів і спеціалізованих знань. Проте, попри свою важливу функцію, багато бібліотек стикаються з проблемою залучення нових користувачів та збереження інтересу до традиційних інформаційних ресурсів.

Як наукова бібліотека може ефективно взаємодіяти з користувачами та посилювати свою роль у науковому та освітньому середовищі? Один із найбільш ефективних шляхів – це створення унікального візуального образу, який відобразить її місію, цінності та ключові особливості. Фірмовий стиль дозволяє бібліотеці виділитися серед інших подібних установ, підкреслити свою унікальність і налагодити ефективну комунікацію із цільовою аудиторією.

Сьогодні навіть найбагатший книжковий фонд та доступ до провідних цифрових ресурсів не гарантують високої відвідуваності бібліотеки. Успіх залежить від багатьох факторів, зокрема від того, наскільки заклад є впізнаваним, зрозумілим для користувачів та зручним у взаємодії. Саме тому розробка фірмового стилю є не просто елементом маркетингової стратегії, а важливим інструментом популяризації бібліотеки, створення її авторитетного іміджу та формування довіри серед наукової спільноти, студентів і дослідників.

Фірмовий стиль – це не лише логотип або кольорова гама [2]. Це комплекс елементів, які разом формують єдиний образ бібліотеки, сприяючи

її ідентифікації та асоціації з певними цінностями. До ключових складових належать:

- логотип – графічний знак або символ, який уособлює ідентичність бібліотеки, її спрямованість на науку, дослідження та збереження знань;
- фірмові кольори – палітра, що відображає характер закладу, створює емоційний зв'язок із аудиторією та сприяє формуванню асоціацій;
- шрифтове оформлення – вибір типографіки, яка визначає стиль комунікації та візуальний характер інформаційних матеріалів;
- графічні елементи – візуальні символи, патерни, іконографіка, які можуть використовуватися у друкованих та цифрових матеріалах.

Наявність продуманого фірмового стилю дозволяє не тільки зробити бібліотеку більш впізнаваною, а й підвищити рівень довіри до неї. Це особливо важливо для наукових установ, адже професійне оформлення комунікаційних матеріалів, сайтів, мобільних додатків, електронних баз даних створює відчуття організованості, структурованості та авторитетності.

Сучасна айдентика бібліотеки передбачає також активне використання фірмового стилю у всіх видах комунікації – від друкованої продукції (буклети, журнали, банери) до цифрового середовища (веб-сайт, мобільні застосунки, електронні каталоги). Візуальна єдність допомагає користувачам легко орієнтуватися в інформаційному просторі, швидко знаходити потрібні ресурси та отримувати необхідну підтримку [3].

Крім того, важливо враховувати сучасні тренди у розробці візуальної ідентичності. Наприклад, багато бібліотек впроваджують інтерактивні графічні рішення, доповнену реальність для ознайомлення з фондом або динамічні логотипи, що адаптуються до цифрових платформ. Всі ці елементи роблять бібліотеку сучасною, привабливою для нових поколінь дослідників та студентів.

Таким чином, фірмовий стиль наукової бібліотеки є важливим чинником її впізнаваності та ефективної роботи. Він сприяє формуванню позитивного іміджу, створенню комфортного середовища для користувачів

та підвищенню конкурентоспроможності закладу в інформаційному просторі. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та глобалізації наукового знання візуальна айдентика бібліотеки стає не просто елементом її оформлення, а стратегічним інструментом залучення аудиторії та зміцнення її позицій у міжнародному академічному середовищі.

2.2 Естетичні та функціональні принципи створення фірмового стилю

Фірмовий стиль наукової бібліотеки є ключовим елементом її візуальної ідентичності, що не лише забезпечує впізнаваність, а й формує певний емоційний і когнітивний зв'язок із користувачами. Розробка такого стилю ґрунтується на балансі між естетикою та функціональністю, що дозволяє не тільки створити привабливий образ, але й забезпечити зручність та ефективність використання всіх елементів інформаційного середовища бібліотеки.

Естетичні принципи фірмового стилю визначають загальну візуальну концепцію, що включає використання гармонійних кольорних рішень, відповідних типографічних засобів, графічних символів і загальної композиційної структури. Вони формують сприйняття бібліотеки як сучасної, інноваційної та відкритої для співпраці установи. Колірна палітра відіграє важливу роль у створенні асоціацій: наприклад, сині та зелені відтінки традиційно асоціюються з довірою, стабільністю та інтелектуальною діяльністю, тоді як більш насичені кольори можуть підкреслювати динамічність і відкритість до нових знань. Шрифти також впливають на зчитування інформації: строгі та чіткі антиквені гарнітури сприяють створенню академічної атмосфери, тоді як більш сучасні гротески можуть зробити візуальний стиль легшим і доступнішим для різних категорій користувачів.

З історичного погляду, концепція фірмового стилю бібліотек еволюціонувала разом із розвитком графічного дизайну та інформаційної архітектури. У XVIII–XIX століттях бібліотеки мали строгий класичний

вигляд, заснований на симетрії, чітких геометричних формах і мінімальному декорі. У ХХ столітті, з появою модернізму, акценти змістилися у бік функціональності, простоти та використання чистих ліній. У сучасному ж світі цифрових технологій бібліотеки інтегрують свій фірмовий стиль не лише у друковані матеріали, а й у цифрові інтерфейси, мобільні застосунки та веб-платформи. Це вимагає адаптивності візуальної системи, здатності ефективно передавати головну ідею бібліотеки у всіх можливих середовищах.

Фірмовий стиль значною мірою впливає на поведінку користувачів, оскільки він формує перше враження та визначає рівень довіри до установи. Якщо дизайн відповідає очікуванням сучасної аудиторії, створює комфортні умови для навігації та взаємодії з бібліотекою, користувачі більш охоче звертаються до її ресурсів та послуг. Наприклад, зрозуміла система візуальних маркерів допомагає швидко знаходити необхідні матеріали, а узгоджений графічний стиль у всіх комунікаційних каналах підсилює відчуття впорядкованості та професіоналізму.

Таким чином, розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки повинна враховувати як естетичні принципи гармонійного оформлення, так і функціональні вимоги, пов'язані з ефективною взаємодією користувачів із інформаційним середовищем. Глибоке розуміння цих аспектів дозволяє не лише підвищити впізнаваність бібліотеки, а й зробити її комфортною, доступною та привабливою для всіх категорій відвідувачів.

2.3 Етапи розробки фірмового стилю для наукової бібліотеки

Розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки – це комплексний процес, що включає в себе не лише створення візуальної ідентичності, а й розробку концепції, яка відображає її місію, цінності та особливості роботи. Це не просто набір графічних елементів, а продумана система візуальних і комунікаційних рішень, що формують сприйняття бібліотеки її користувачами та суспільством загалом.

Перший етап розробки фірмового стилю – це глибокий аналіз діяльності бібліотеки, її аудиторії та основних комунікаційних потреб. Наукова бібліотека обслуговує різні категорії користувачів: студентів, викладачів, науковців, дослідників та широкий загал, що потребує доступу до спеціалізованої літератури. Розуміння їхніх потреб допомагає визначити ключові принципи створення фірмового стилю: академічність, доступність, технологічність та зручність. Наступний етап – розробка концепції фірмового стилю. Вона включає створення логотипа, вибір корпоративних кольорів, шрифтової палітри та загальної візуальної системи. Логотип бібліотеки має бути лаконічним, але водночас відобразити її науковий статус та роль у збереженні й поширенні знань. Колірна палітра може базуватися на відтінках, що асоціюються з академічною діяльністю та технологічним прогресом – це поєднання спокійних, глибоких тонів з акцентними кольорами, які привертають увагу. Шрифти повинні бути читабельними, універсальними для друкованих та цифрових носіїв.

Після цього слід визначити основні носії фірмового стилю та правила їхнього використання. Візуальні елементи повинні застосовуватися в усіх аспектах роботи бібліотеки – від зовнішнього оформлення (вивіски, інформаційні таблички, стенди) до внутрішніх матеріалів (бланки, презентації, каталоги, вебсайт, мобільний додаток). Це забезпечує впізнаваність бібліотеки та створює цілісне візуальне середовище для користувачів. Останній етап – це розробка рекомендацій щодо застосування фірмового стилю. Це можуть бути гайдлайни, що містять детальні інструкції з використання логотипа, корпоративних кольорів, типографіки та інших елементів. Такий підхід дозволяє підтримувати єдність візуальної комунікації, незалежно від формату чи платформи, на якій використовується фірмовий стиль.

Успішно розроблений фірмовий стиль для наукової бібліотеки підсилює її авторитет, полегшує взаємодію з користувачами, підвищує довіру до її послуг і сприяє популяризації наукових знань у суспільстві.

3 АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки як наукового простору починається з проведення маркетингових та комунікаційних досліджень, що включають вивчення функціональних особливостей установи, її основної місії, цільових аудиторій (студенти, дослідники, викладачі, відвідувачі), а також аналіз інформаційних потреб сучасного користувача.

Важливо також проаналізувати візуальні рішення аналогічних установ – університетських і наукових бібліотек в Україні та за кордоном, щоб уникнути повторень у графічних рішеннях, а також виявити найкращі практики в оформленні простору, айдентики та навігації. Доцільно провести і патентне дослідження, з метою перевірки зареєстрованих логотипів і стилістичних рішень у сфері бібліотечного брендингу.

На основі зібраної інформації формується концепція фірмового стилю, що має передати сутність бібліотеки не лише як місця зберігання знань, а як відкритого, динамічного наукового простору. Ідея стилю повинна відповідати іміджу установи: чи це стриманий академічний образ, чи більш інноваційна, креативна, дружня до молоді айдентика.

Окремі елементи – логотип, палітра кольорів, шрифти, макети друкованих та цифрових матеріалів – мають бути об'єднані спільною візуальною ідеологією, яка формує цілісне враження про бренд бібліотеки та підтримує його впізнаваність у різних середовищах (освітньому, академічному, інформаційному).

В межах цього дослідження було проаналізовано візуальні стилі провідних бібліотек, зокрема:

- Харківська державна наукова бібліотека імені В.Г.Короленка [4];
- Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського [5];
- Національна бібліотека Польщі [6].

3.1 Харківська державна наукова бібліотека імені В.Г. Короленка

Харківська державна наукова бібліотека імені В.Г. Короленка – одна з найстаріших бібліотек України, що поєднує класичний імідж із сучасними цифровими сервісами. В оформленні використовується стримана кольорова гама, логотип з історичним підтекстом, а також активне впровадження елементів айдентики у друковані та цифрові матеріали [4].

Ця бібліотека є однією з найстаріших та найвпливовіших наукових бібліотек України. Її фірмовий стиль поєднує класичну академічну візуальність з елементами модернізації.

Логотип бібліотеки (рис. 3.1) побудований на основі стилізованого зображення листа або папірусу, що символізує використання саме книжкової продукції. У центральній частині логотипу розміщується фасад самої будівлі, та по колу стилізована назва закладу, що підкреслює персоніфікований імідж установи.



Рисунок 3.1 – Логотип бібліотеки імені В.Г. Короленка

Кольорова палітра представлена здебільшого стриманими темно-синіми та бордовими тонами, що надають дизайну відчуття академічності та поваги до традицій. Шрифти використовуються переважно класичного гротеску або антикви – легкі для сприйняття, але водночас поважні за стилістикою. Фірмовий стиль інтегровано в навігацію по приміщенню

(таблички на залах, інформаційні стенди (рис. 3.2)), читацькі квитки, буклети, сайти та сторінки у соцмережах. Серед додаткових елементів використовуються декоративні орнаменти, стилізовані під старовинні книжкові обкладинки, що створює враження історичної глибини.



Рисунок 3.2 – Приклад елементів фірмового стилю бібліотеки імені В.Г. Короленка

Харківська державна наукова бібліотека імені В. Г. Короленка справляє враження стабільної, авторитетної установи з багатою історією. Її фірмовий стиль базується на класичних образах, що підкреслюють зв'язок із культурною та освітньою спадщиною. Логотип, побудований на образі книги та стилізованих ініціалах, виглядає поважно й доречно. Проте візуальна ідентичність установи загалом здається дещо застарілою з погляду сучасного дизайну: бракує адаптивності для цифрового середовища, немає гнучких варіантів логотипу для різних носіїв, а палітра хоч і солідна, але виглядає дещо одноманітною. Водночас такий стиль повністю відповідає академічному характеру бібліотеки та її історичному контексту.

3.2 Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського – провідна академічна установа, яка використовує класичну стилістику, підкреслюючи статус і авторитетність. Елементи фірмового стилю переважно реалізовані у вигляді емблем, гербових шрифтів і стриманої палітри, що відповідає академічному характеру установи [5].

Найбільша академічна бібліотека країни, яка позиціонує себе як головний науковий інформаційний центр України. Її візуальна айдентика має яскраво виражений статусний характер.

Логотип бібліотеки являє собою емблему (рис. 3.3), в якій поєднано стилізовану будівлю самої бібліотеки та інші елементи що є значущими для цієї установи. На логотипі також наведено назву бібліотеки – «Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського». Це підкреслює глибину й універсальність її наукової місії.

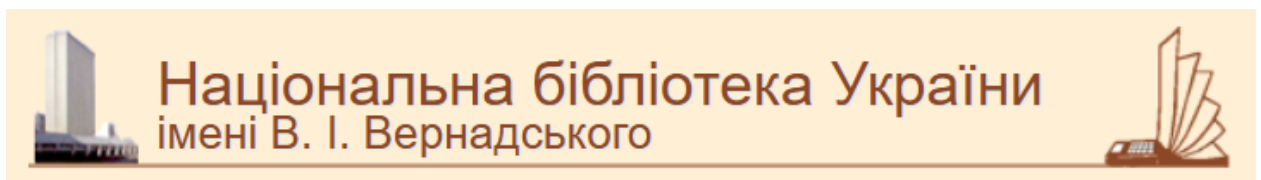


Рисунок 3.3 – Логотип бібліотеки імені В.І. Вернадського

У колірній палітрі переважають глибокі сірі, та золотаві відтінки. Ці кольори викликають асоціації з академічністю, досвідом, традицією та надійністю. Шрифти використовуються класичні антиквені шрифти з чіткими пропорціями, які добре підходять як для друкованих, так і цифрових матеріалів (рис. 3.4). Іноді в дизайні застосовуються кириличні каліграфічні акценти. Бренд присутній на усіх формах видачі документів, читацьких квитках, паперових каталогах, веб-порталі бібліотеки, презентаційних матеріалах наукових заходів. Серед додаткових елементів активно

використовуються стилізовані декоративні рамки, а також зображення давніх фоліантів у контексті рекламних і презентаційних матеріалів.



Рисунок 3.4 – Приклад елементів фірмового стилю бібліотеки імені В.І. Вернадського

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського демонструє приклад солідного та символічного підходу до візуальної ідентичності. Її логотип і кольори справляють враження глибокого змісту, підкреслюючи статусність та фундаментальність установи. Відчувається намагання передати інтелектуальну місію бібліотеки через строго структуровану айдентіку. Проте, попри цілісність образу, візуальна система виглядає надто складною й менш придатною для адаптації до сучасних діджитал-платформ. Айдентіка недостатньо гнучка для промоційної діяльності або створення візуального контенту для соціальних мереж, де важливі динаміка й спрощення образу. Все ж вона прекрасно працює для академічного середовища, де переважає серйозність і сталість.

3.3 Національна бібліотека Польщі

Національна бібліотека Польщі – приклад вдалого поєднання традиційної айдентики з сучасними графічними рішеннями. Використання мінімалістичного логотипу, універсального шрифту та світлої кольорової гами дозволяє створити образ відкритої, технологічно просунутої установи [6].

Національна бібліотека Польщі є прикладом сучасного переосмислення класичного бібліотечного дизайну. Вона вдало поєднує традицію з мінімалістичним і технократичним підходом до візуального представлення.

Логотип бібліотеки (рис. 3.5) – це сучасна монохромна емблема у вигляді відкритої книги з геометричними лініями, та корона. Він є простим, добре читається в цифровому середовищі, має варіативність у застосуванні (вертикальна та горизонтальна версії).



Рисунок 3.5 – Логотип Національна бібліотека Польщі

У кольоровій палітри переважає білий, сірий і насичено-червоний колір, який часто виступає акцентом. Таке рішення створює чіткість, легкість і сучасність образу. Серед шрифтів перевага надається беззрубковим (гротесковим) шрифтам типу Helvetica або Open Sans, що створюють ефект технологічності, відкритості та зручності читання. Айдентика активно використовується в системі внутрішньої навігації, на веб-сайті, у віртуальному архіві, фірмових сумках, блокнотах, бейджах співробітників.

Національна бібліотека Польщі – це яскравий приклад сучасного підходу до брендингу публічної інституції (рис. 3.6). Її фірмовий стиль побудований на мінімалістичних формах, сучасних кольорах та зрозумілій графіці. Логотип легко впізнається, добре виглядає як у друкованому, так і в

цифровому форматі. Колірна палітра є універсальною, а застосування червоного як акцентного кольору робить її живою та динамічною. Серед переваг – хороша адаптивність до різних носіїв, включно з мобільними додатками та онлайн-каталогами. Проте водночас такий стиль може виглядати надто формально або навіть холодно.



Рисунок 3.6 – Приклад елементів фірмового стилю
Національної бібліотеки Польщі

Аналіз візуального стилю цих бібліотек дозволив виокремити найкращі практики у формуванні ідентичності таких установ: баланс між історичним іміджем і сучасною подачею, використання стриманих, але функціональних кольорових схем, типографіка, що підкреслює науковий характер, а також інтеграція фірмового стилю у фізичний простір (навігація, вивіски, матеріали для читачів). Ці спостереження лягли в основу розробки концепції фірмового стилю наукової бібліотеки як наукового простору.

4 ВИБІР НЕОБХІДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

4.1 Інструментальні засоби розробки

У сучасному інформаційному суспільстві бібліотека як науковий простір перестає бути лише місцем зберігання книжок – вона перетворюється на осередок взаємодії, досліджень та освітньої комунікації. У зв'язку з цим постає актуальне завдання створення фірмового стилю, який би не лише відображав ідентичність установи, а й сприяв формуванню позитивного сприйняття серед читачів, науковців та партнерів.

Застосування цілісної візуальної концепції дозволяє бібліотеці вирізнитися на тлі інших культурно-освітніх закладів, формувати довіру й підсилювати асоціації з якісним сервісом, інтелектуальною глибиною та технологічною сучасністю. Саме фірмовий стиль допомагає вибудувати візуальну мову, якою бібліотека «спілкується» зі своїми користувачами.

Для реалізації ефективної айдентики важливо використовувати спеціалізовані програмні інструменти та відповідні формати графіки. Логотип, як центральний елемент фірмового стилю, має бути адаптивним і чітким за будь-яких умов – від друку на бейджах до цифрових інтерфейсів. У цьому контексті ключову роль відіграє векторна графіка (формати SVG, EPS, AI), що забезпечує гнучке масштабування без втрати якості. Натомість растрові зображення (JPEG, PNG, TIFF) доцільно використовувати для візуального оформлення, де важливі деталі та текстури.

У процесі проєктування фірмового стилю доцільно застосовувати такі програмні продукти, як Adobe Illustrator або CorelDRAW – для створення векторної графіки, а також Adobe Photoshop – для розробки елементів з високою візуальною деталізацією. Комбінація цих засобів дозволяє розробити повноцінну систему візуальної айдентики, адаптовану до друкованих носіїв, вебсередовища та фізичних інтер'єрів бібліотеки.

Варто також зазначити, що історичний перехід від аналогового дизайну до цифрового значно підвищив вимоги до фірмового стилю. Якщо раніше достатньо було мати логотип і підпис, то сьогодні мова йде про цілісну екосистему візуальних рішень – від читацької картки до інформаційного постера чи QR-коду на столі.

Отже, розробка фірмового стилю для бібліотеки як наукового простору – це не просто естетична задача, а стратегічний інструмент формування впізнаваності, професійного іміджу та емоційного зв'язку з аудиторією. Вдале поєднання векторних і растрових рішень, уніфікованих кольорів та типографіки забезпечує єдність візуального образу і підтримує функціональну роль бібліотеки в сучасному академічному середовищі.

4.2 Вибір інструментальних засобів розробки фірмового стилю

Для обробки растрової графіки в межах проектування візуального стилю було обрано програму Adobe Photoshop – один із найпотужніших інструментів сучасного дизайнера. Завдяки широким функціональним можливостям ця система стала галузевим стандартом у сфері цифрової обробки зображень. Вона дозволяє не лише виконувати базову корекцію зображень, але й реалізовувати складні композиційні рішення, створювати колажі, текстури, фільтри та макети для друку і цифрових платформ.

Однією з ключових переваг Photoshop є його модульність і підтримка професійних форматів, що дозволяє зберігати якість графіки на високому рівні [7]. Крім того, інтерфейс програми налаштовується під індивідуальні потреби користувача, що забезпечує ефективну роботу навіть у складних дизайнерських проєктах. Інтеграція з іншими продуктами Adobe (Illustrator, InDesign, After Effects тощо) дозволяє легко передавати файли між програмами в межах однієї екосистеми.

Водночас, слід враховувати і обмеження цього програмного забезпечення: висока вартість ліцензії, підвищені вимоги до апаратного

забезпечення та крута крива навчання можуть створити труднощі для початківців або команд із обмеженим бюджетом.

Що стосується створення векторних елементів фірмового стилю, зокрема логотипів, шрифтів та піктограм, то доцільним є використання Adobe Illustrator. Цей графічний редактор спеціалізується на роботі з векторною графікою, яка є критично важливою для масштабованих елементів айдентики, де потрібно зберігати чіткість та геометричну точність при зміні розміру.

Illustrator надає можливості створення кривих Безьє, багаторівневого шарування, роботи з масками, ефектами та кольоровими палітрами Pantone. Програма підтримує експорт у формати PDF, SVG, EPS, які широко використовуються як у цифрових, так і в друкованих носіях [8].

До недоліків Illustrator також можна віднести високу вартість підписки та потребу в технічно потужному обладнанні. Крім того, у випадку спільної роботи з дизайнерами, які використовують альтернативні векторні редактори, можуть виникати питання сумісності форматів і втрати частини функціоналу при обміні файлами.

Отже, вибір Adobe Photoshop і Adobe Illustrator для реалізації візуальної частини фірмового стилю є обґрунтованим, оскільки саме ці програми забезпечують найвищий рівень контролю як над растровими, так і над векторними компонентами бренду. Їхнє поєднання дозволяє створити цілісну та високоякісну візуальну ідентичність для наукової конференції або будь-якого інноваційного простору, зокрема наукової бібліотеки.

5 РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ

Фірмовий стиль є візуальним утіленням ідеї, місії та цінностей організації, тому його розробка є важливим етапом у формуванні цілісного образу наукової бібліотеки як сучасного простору для знань, досліджень та інтелектуального розвитку. У цьому розділі розглядається процес створення фірмового стилю, який охоплює визначення ключових візуальних елементів, таких як логотип, кольорова палітра, типографіка та інші носії айдентики.

Особлива увага приділяється вибору стилістики, яка поєднує академічну стриманість із сучасним дизайнерським підходом. Кольорове рішення, шрифтова композиція та інші елементи створюються з урахуванням потреб аудиторії, функціонального призначення та асоціативного зв'язку з українською національною ідентичністю. Розроблений стиль не лише відображає наукову спрямованість бібліотеки, але й сприяє її впізнаваності, комунікації з користувачами та формуванню сталого бренду в культурному середовищі.

5.1 Вибір фірмових кольорів

Кольорова палітра відіграє фундаментальну роль у формуванні візуальної ідентичності бренду. Колір є не лише естетичним елементом, а й носієм змісту, здатним передавати цінності, настрої і характер установи. У випадку наукової бібліотеки, яка позиціонує себе як сучасний науково-освітній простір, кольори повинні підкреслювати її академічність, надійність, інноваційність і національну самобутність.

Основним кольором для розробки фірмового стилю обрано глибокий синій (Deep Blue) (рис. 5.1). Цей колір традиційно асоціюється з глибокими знаннями, мудрістю, серйозністю, довірою, стабільністю й гідністю. У психології кольору синій створює враження професіоналізму та спокою. У

контексті бібліотеки він символізує інтелектуальну глибину, науковий пошук, структурованість знань та виваженість.

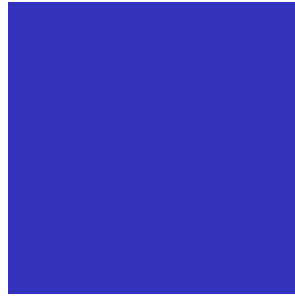


Рисунок 5.1 – Приклад кольору Deer Blue

У візуальному середовищі глибокий синій використовується для логотипу, заголовків, рамок, фонів презентацій, елементів навігації тощо. Він добре поєднується з білим і сірим як фоновими кольорами, а також з жовтим як акцентним.

Для створення візуального контрасту та символічного посилення бренду обрано жовтий (Solar Yellow) (рис. 5.2) як акцентний колір. Це не просто декоративний вибір – жовтий є відсилкою до української національної символіки (разом із синім утворює кольори державного прапора), що підсилює локальну ідентичність бренду. Жовтий також символізує світло, тепло, натхнення, інновації та відкритість. У композиції він додає візуального динамізму та емоційної залученості. Жовтий колір використовується обережно – як акцент на кнопках, у позначках, на бейджах, у заголовках, у деталях логотипу або у декоративних елементах інтер'єру.

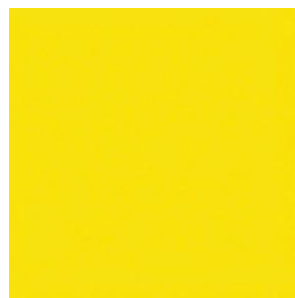


Рисунок 5.2 – Приклад кольору Solar Yellow

Для створення чистого, зрозумілого та збалансованого візуального стилю у палітрі використовуються також нейтральні кольори – білий та світло-сірий. Білий створює відчуття простору, відкритості, прозорості та легкості. Він використовується як фон у друкованій та електронній продукції, забезпечуючи хорошу читабельність та контрастність з основним текстом і елементами дизайну. Сірий, у свою чергу, додає візуальній строгості, стриманості та технічної точності. Його можна застосовувати у структурних блоках, додаткових текстах, графічних лініях або інтерфейсах.

Поєднання глибокого синього та сонячного жовтого створює візуальну гармонію, що поєднує глибину й енергію, академічність і відкритість. Така палітра підходить для широкого спектра носіїв – від логотипу до читальницької картки, від вебсайту до інтер'єру закладу. Вона забезпечує послідовність у візуальній комунікації, підсилює впізнаваність і сприяє формуванню сучасного, привабливого образу наукової бібліотеки, що вкорінена в українському культурному контексті.

5.2 Вибір шрифтового оформлення

У контексті визначення ідентичності бренду через графічний дизайн та формування його айдентики, типографіка відіграє надзвичайно важливу роль. Вона є не лише технічним елементом оформлення тексту, але й потужним інструментом комунікації, що передає настрій, емоційний фон та характер організації. На відміну від логотипу, знаків та кольорів, які впливають на глядача на інтуїтивному, візуальному рівні, шрифт безпосередньо працює з текстовим повідомленням. Через нього бренд «говорить» до свого читача. Саме тому шрифт повинен бути не просто привабливим, але й функціональним, відповідати тематиці та ідеології проекту, бути зручним для читання як у друкованому, так і в цифровому середовищі.

Компетентне керування типографікою забезпечує можливість прямого й водночас тонкого контакту з аудиторією, посилює ефективність

інформаційної подачі, сприяє створенню довіри до бренду та посилює емоційний зв'язок. Успішно підібрана типографіка не тільки відображає індивідуальність, характер і цінності бренду, але й формує його унікальний стиль, який легко впізнається серед конкурентів.

У візуальному оформленні бренду наукової бібліотеки типографіка виконує подвійну функцію: з одного боку, вона підкреслює інтелектуальну суть простору, орієнтованого на знання, дослідження й освітні практики; з іншого боку – формує сучасний образ інституції, яка йде в ногу з часом, розвивається і прагне бути доступною для широкої аудиторії, включаючи молодь, дослідників, викладачів, студентів.

Для формування фірмового стилю бібліотеки було обрано два основні шрифти, кожен із яких виконує свою функцію в системі айдентики. Для логотипу, заголовків і акцентних елементів було обрано шрифт Manrope (рис. 5.3) – сучасний геометричний гротеск, який поєднує технічну чіткість із візуальною легкістю [9]. Його округлі форми та відкриті апроші створюють відчуття прозорості, інноваційності та доступності – саме тих якостей, що є визначальними для образу сучасної цифрової бібліотеки. Manrope добре читається як у великих заголовках, так і в коротких фразах, використовується у логотипі, на банерах, постерах і в усіх випадках, де важливо привернути увагу та створити сильне візуальне враження. До того ж, повна підтримка кирилиці забезпечує зручність і відповідність українському культурному контексту.



Рисунок 5.3 – Приклад шрифту Manrope

Для основного тексту, службової інформації, друкованих матеріалів і цифрових платформ (вебсайт, соціальні мережі, презентації) використовується Roboto (рис. 5.4). Це один із найпопулярніших сучасних шрифтів, що забезпечує високу читабельність як на екрані, так і в друкованому форматі [10]. Його нейтральний, збалансований дизайн дозволяє не перевантажувати візуальне сприйняття, створює враження професійності, структурованості та зручності. Roboto має широкий набір накреслень (тонкий, звичайний, напівжирний, жирний), що дає змогу ефективно структурувати інформацію і підтримувати візуальну ієрархію в дизайні.



Рисунок 5.4 – Приклад шрифту Roboto

Разом ці два шрифти формують гармонійну типографічну пару: Space Grotesk відповідає за характер, впізнаваність та іміджеву складову, а Roboto – за зручність, читабельність і функціональність. Такий підхід дозволяє зберігати цілісність айдентики бібліотеки на всіх носіях – від читацьких карток до великих плакатів і мультимедійних матеріалів.

5.3 Розробка логотипу

Унікальність візуальної ідентичності наукової бібліотеки як сучасного науково-освітнього простору починається з логотипу. Цей ключовий елемент є візуальним ядром фірмового стилю, адже саме він поєднує в собі символіку, кольорову гаму, шрифтову систему та загальний настрій, який

відображає характер установи. Саме завдяки логотипу формується перше враження про бібліотеку, закладається основа впізнаваності, а також передається її концепція, ідеї та місія.

У контексті наукової бібліотеки логотип має втілювати асоціації з інтелектуальною глибиною, відкритістю до знань, збереженням культурної спадщини та інноваційністю. Його візуальні елементи можуть базуватись на абстрактних формах, символах книги, об'єктів знань або наукових процесів. Окрім того, поєднання кольорів відіграє не менш важливу роль – наприклад, глибокий синій колір символізує стабільність, довіру та наукову гідність, а жовтий – як акцент – додає динаміки, натхнення й підкреслює національний контекст.

Створення ефективного логотипу вимагає поєднання естетичного підходу з чітким розумінням цінностей установи. Збалансоване поєднання форми, кольору та типографіки здатне не лише візуалізувати ідеї бібліотеки, а й забезпечити її впізнаваність у професійному та освітньому середовищі. Вдало розроблений логотип стає не просто графічною емблемою, а важливим інструментом комунікації, який формує сталий візуальний образ бібліотеки й дозволяє їй зайняти гідне місце серед подібних інституцій.

Центральним елементом візуальної ідентичності наукової бібліотеки майбутнього став логотип, що символізує синтез традиційних уявлень про бібліотеку з сучасними цифровими технологіями. Графічна частина логотипа представляє собою стилізоване зображення стопки книг, поєднаної з формами, що нагадують серверні блоки (рис. 5.5). Таке рішення не є випадковим – воно метафорично підкреслює подвійне призначення сучасної бібліотеки як місця зберігання знань у фізичному та цифровому форматах. Використання стриманої лінійної графіки дозволяє зчитувати цей символ як універсальний, що працює на кількох рівнях значень: традиційність, доступ до знань, цифрова трансформація.

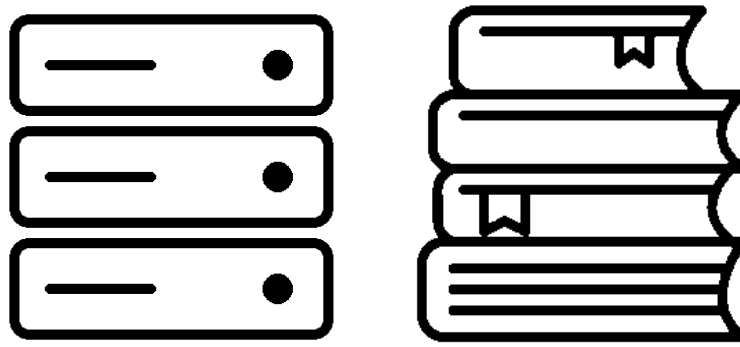


Рисунок 5.5 – Елементи для логотипу

У рамках розробки було створено два основні варіанти логотипа, що дозволяють гнучко використовувати його залежно від медіаформату, контексту або візуального середовища. У першій версії логотип подано на глибокому синьому фоні, з лінійним жовтим графічним елементом та білим текстом. Така композиція створює асоціації з надійністю, інтелектуальністю та водночас емоційною теплотою завдяки жовтому акценту. У другому варіанті дизайн інвертовано: використано жовтий фон як основу, а сам символ виконано в синьому кольорі, з чорним текстом. Така версія є більш яскравою, відкритою, що робить її доречною для використання в комунікаційних матеріалах, орієнтованих на молодіжну аудиторію, популяризацію науки та промоцію заходів (рис. 5.6).



Рисунок 5.6 – Приклад логотипу

Усі версії логотипа виконані у векторному форматі, що забезпечує їхню високу масштабованість і якість незалежно від розміру або типу носія. Це дозволяє зберігати чіткість і впізнаваність логотипа при його розміщенні як на екранах, так і в друкованій продукції – від бейджів і читацьких карток до банерів, футболок, QR-кодів і фірмових постерів.

Типографічна частина логотипа також є продуманою складовою айдентики. Назва «DigitalBook» виконана шрифтом Manrope – сучасним, геометричним та легким для сприйняття. Він вдало поєднується з технологічним характером логотипа, надаючи бренду сучасності та естетичної чистоти. Підрядок «бібліотека майбутнього» набрано шрифтом Roboto, який є нейтральним, зручним для читання як в друкованому, так і в цифровому середовищі, що робить його оптимальним вибором для пояснювального тексту в брендингу.

Таким чином, розроблений логотип не лише формує візуальний образ наукової бібліотеки нового покоління, а й ефективно передає її ключові цінності – поєднання знання і технологій, відкритість до інновацій, національну ідентичність та вектор розвитку у майбутнє

5.4 Розробка дизайну постеру

Дизайн постеру як візуального носія інформації є важливим інструментом комунікації, здатним ефективно донести головні меседжі проєкту, події чи організації до цільової аудиторії. У контексті фірмового стилю наукової бібліотеки майбутнього постер виступає не лише засобом інформування, а й носієм айдентики – він повинен гармонійно поєднувати елементи візуального бренду та підтримувати цілісність візуальної комунікації.

У межах розробки візуального стилю бібліотеки майбутнього був створений постер, присвячений Всесвітньому дню книги (рис. 5.7). Дизайн постера слугує не лише інструментом інформування, а й важливим елементом формування бренду бібліотеки «DigitalBook». Графічне

оформлення постеру базується на фірмовій палітрі, яка поєднує глибокий синій та акцентний жовтий, що символізує національну ідентичність і водночас створює сучасний та динамічний настрій.



Рисунок 5.7 – Приклад дизайну постера

Візуальна композиція доповнена ілюстративними елементами у вигляді відкритих книжок та рук, що тримають книги, що візуально передає ідею відкритості, доступності та захоплення читанням. Такий підхід допомагає емоційно залучити глядача і створити асоціацію з живим, інтерактивним простором, яким є “DigitalBook”.

Для типографіки використано шрифт Manrope, який чудово підходить до сучасного характеру бренду. Його геометричність, читабельність та наявність української підтримки робить його універсальним для застосування як у заголовках, так і в основному тексті. Завдяки цьому текст на постері залишається чітким і легким для сприйняття в різних форматах друку. Логотип бібліотеки розміщений у нижній частині постера і служить

завершальним акцентом, який підсилює фірмову ідентичність. Оскільки логотип виконано у векторному форматі, він зберігає чіткість та якість у будь-якому масштабі – від плакатів до цифрових носіїв і брендваної продукції. Загалом постер є візуальним втіленням цінностей бібліотеки – відкритості до нового, любові до знань та прагнення до майбутнього, де книга залишається центром культури та освіти.

Для прикладу розроблено ще один постер (рис. 5.8) який є рекламою Всесвітнього дня книги та може розміщуватись в день заходу у бібліотеці.



Рисунок 5.8 – Приклад дизайну постера

5.5 Розробка дизайну інших елементів фірмового стилю

Одним із важливих елементів фірмового стилю наукової бібліотеки є читацька картка (рис. 5.9) – документ, що заповнюється користувачем під час реєстрації та виконує функцію формуляра. Її дизайн повинен поєднувати

інформативність, зручність для заповнення та відповідність загальній айдентиці бренду.

№ _____

DigitalBook
бібліотека майбутнього

РЕЄСТРАЦІЙНА КАРТКА

Прізвище: _____
 Ім'я: _____
 По батькові: _____
 Дата народження: _____
 Адреса проживання: _____
 Контактний телефон: _____
 E-mail: _____
 Навчальний заклад / робота: _____

Стать: чоловіча жіноча

Категорія: студент викладач інше

Дата реєстрації _____ Підпис _____

Підпис бібліотекаря _____

Даю згоду на обробку моїх персональних даних відповідно до Закону України «Про захист персональних даних»

Рисунок 5.9 – Приклад дизайну читацької/реєстраційна картки

Для візуального оформлення читацької картки було використано фірмові кольори бібліотеки, що посилює асоціацію з національним українським контекстом та візуально структурує документ, логотип та фірмовий шрифт.

Читацька картка включає такі поля: прізвище, ім'я, по батькові користувача, дата народження, адреса проживання, контактні дані (телефон та електронна пошта), інформація про навчання або місце роботи, а також підпис користувача і бібліотекаря. Важливим елементом є блок із підтвердженням згоди на обробку персональних даних відповідно до чинного законодавства.

Серед додаткових елементів візуальної айдентики були створені круглі наліпки з логотипом бібліотеки у декількох варіаціях (рис 5.10) . Вони відіграють не лише декоративну роль, а й допомагають формувати єдиний візуальний простір бренду. Такі наклейки зручно використовувати у внутрішньому оформленні – їх можна розміщувати на столах у читальних залах, на меблях, обладнанні або інших поверхнях, де вони створюють атмосферу сучасного відкритого простору знань.



Рисунок 5.10 – Приклад дизайну фірмової наліпки

Наклейки виготовлені у векторному форматі, що гарантує якість і чіткість зображення при будь-якому масштабуванні – від невеликих сувенірів до великоформатної продукції. Їхня кругла форма підкреслює завершеність композиції та дозволяє логотипу виглядати виразно й гармонійно на будь-якій поверхні. Ці елементи допомагають посилити фірмову присутність у просторі бібліотеки, надають йому впізнаваності та емоційного зв'язку з відвідувачами, створюючи відчуття цілісного та турботливо продуманого середовища.

Серед додаткових елементів фірмового стилю наукової бібліотеки особливу увагу було приділено дизайну килимка для миші (рис. 5.11). Цей

предмет було обрано не випадково – сучасні користувачі часто працюють із власними ноутбуками, і створення брендованого аксесуару, який супроводжує їх у щоденній роботі, є ефективним способом підтримки візуальної ідентичності бібліотеки.

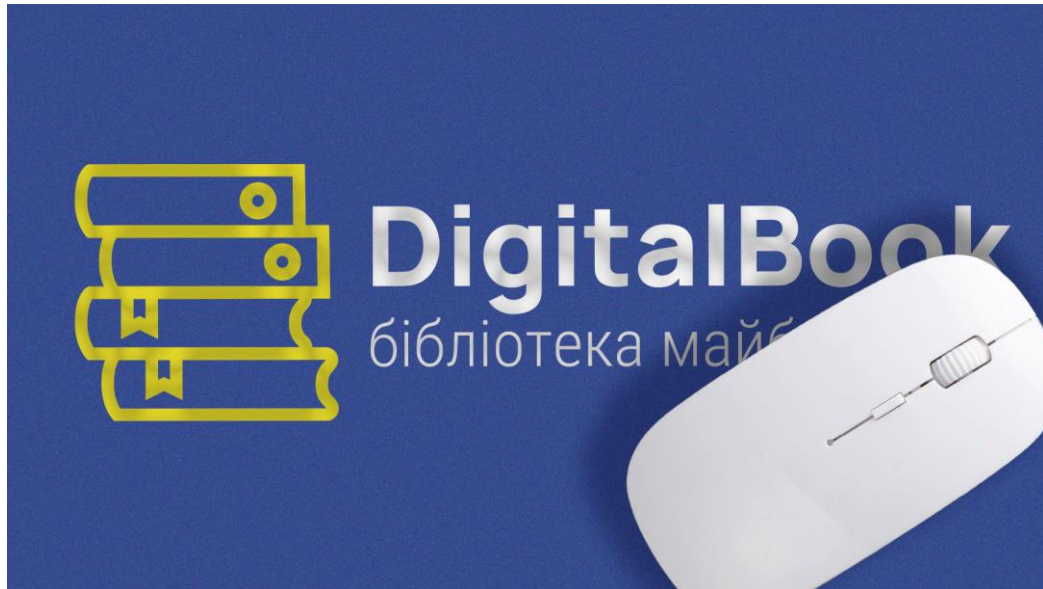


Рисунок 5.11 – Приклад дизайну килимка для миші

Крім естетичної функції, килимок є практичним елементом – він зручний у використанні, має приємну текстуру та достатню площину для комфортної роботи. Завдяки цьому, він також може виступати як подарунковий або сувенірний об'єкт, що формує позитивне враження про бібліотеку і підтримує з нею емоційний зв'язок.

6 ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СПОСОБІВ ДРУКУ

На завершальному етапі розробки фірмового стилю надзвичайно важливим є правильний вибір технології друку, оскільки саме від цього залежить, наскільки точно й ефективно буде відтворено розроблену візуальну айдентику у фізичному середовищі [11]. Навіть найякісніші графічні рішення можуть втратити свою виразність, якщо будуть реалізовані за допомогою невідповідного методу друку або на невдалому матеріалі. Тому необхідно враховувати низку факторів: призначення продукції, її тираж, розміри, умови експлуатації, бажану довговічність, а також бюджет проєкту.

Кожен елемент фірмового стилю – постер, наліпка, картка, коврик для миші – має свої особливості використання, які диктують різні вимоги до друку. Важливо знайти баланс між естетикою, функціональністю, технологічними можливостями та економічною доцільністю. У цьому розділі детально проаналізовано способи друку для кожного з елементів оформлення, що входять до айдентики бібліотеки, та обґрунтовано вибір найбільш оптимального рішення.

6.1 Друк рекламного постеру

Постери є одним з найяскравіших інструментів візуальної комунікації у фірмовому стилі бібліотеки. Вони відіграють роль інформаційних носіїв, оформлюють простір та підсилюють загальну айдентику проєкту. Було обрано формат А2 (420×594 мм) як оптимальний: він досить великий, щоб розмістити візуальні елементи, текст, логотип, і водночас зручний у використанні всередині приміщень без зайвого перевантаження інтер'єру.

Для друку постерів обрано цифровий лазерний друк [12]. Це найбільш практичне та універсальне рішення для середніх і малих тиражів. Цифровий друк забезпечує високу точність передачі кольорів, деталізацію шрифтів і

векторної графіки, що особливо важливо в умовах сучасного дизайну, де типографіка та логотип мають провідну роль. До переваг цієї технології також належать швидкість виконання замовлення, можливість друку зразу з файлу без додаткової підготовки, а також можливість друку змінних макетів – тобто, кожен постер може бути унікальним без суттєвого впливу на вартість.

Для забезпечення належної якості було обрано крейдований матовий папір щільністю 200 г/м². Матова поверхня гарантує відсутність блиску та зручне сприйняття зображення під штучним освітленням, що особливо важливо в бібліотечному просторі. Такий папір також приємний на дотик і має професійний вигляд.

Ще однією перевагою цифрового друку є гнучкість у тиражуванні: можна надрукувати як невелику кількість постерів для внутрішнього використання, так і швидко масштабувати друк у разі потреби. Це зручно, якщо потрібно оперативно оновлювати контент – наприклад, для подій, виставок, сезонних заходів або інформаційних кампаній. Таким чином, цифровий друк на форматі А2 – це збалансоване рішення, яке поєднує якість, швидкість і доступність, і відповідає сучасним вимогам до брендваної візуальної продукції в культурному та освітньому середовищі.

6.2 Друк реєстраційної картки

Читацька або реєстраційна картка – це важливий інструмент взаємодії між користувачем та бібліотекою. У цьому випадку вона не є пластиковою іменною карткою, а використовується як паперовий реєстраційний документ формату А5 (148×210 мм), що заповнюється під час першого візиту до бібліотеки. Вона містить основну інформацію про читача, дату реєстрації, підпис, а також інформацію про правила користування бібліотечними фондами. З огляду на невеликий тираж у 100 примірників та потребу в оперативному, якісному і бюджетному друці, оптимальним рішенням є цифровий друк. Цифрові технології дозволяють швидко виготовити малий

наклад без необхідності додрукарської підготовки, а також внести оперативні зміни у макет, якщо це буде потрібно. Папір обрано щільністю від 160 до 200 г/м², що забезпечує достатню міцність і довговічність документу, при цьому залишаючись зручним для ручного заповнення. Поверхня паперу – матова, аби уникнути розмазування чорнил при письмі ручкою.

Цифровий друк у даному випадку є не лише доцільним, а й економічно виправданим способом, що дозволяє виготовити якісний продукт навіть при малій кількості [13]. Це забезпечує гнучкість у подальшому оновленні карток, наприклад, при зміні дизайну або зміні даних бібліотеки

6.3 Друк фірмової наліпки

Наклейки з логотипом на самоклеючій основі є важливим елементом фірмового стилю, який не лише підвищує впізнаваність бренду, а й сприяє створенню дружньої, сучасної атмосфери в просторі наукової бібліотеки. Ці наліпки виконують як функціональну, так і естетичну роль, дозволяючи інтегрувати візуальні елементи бренду у повсякденне середовище.

Для виготовлення наклейок тиражем у 200 екземплярів було обрано цифровий спосіб друку із подальшим матовим ламінуванням. Цифровий друк є найоптимальнішим рішенням для малих і середніх тиражів, оскільки не потребує виготовлення друкарських форм, як це відбувається при офсетному методі. Завдяки цьому значно скорочується термін виготовлення продукції, а також знижується її собівартість, що особливо важливо в умовах обмеженого бюджету.

Друк здійснюється на самоклеючому папері або вініловій основі, яка забезпечує хороше зчеплення з різними типами поверхонь – від пластикових до дерев'яних чи металевих. Використання сучасного цифрового обладнання дозволяє досягти високої точності передачі кольорів (особливо при використанні палітри СМУК), чітких контурів та яскравого контрастного

зображення, що є надзвичайно важливим при друку логотипів і графічних елементів невеликого розміру.

Наклейки мають класичну круглу форму діаметром 60 мм, що забезпечує зручність у використанні, адже їх легко можна приклеїти на ноутбук, стіл, теку для документів або інші особисті речі користувачів бібліотеки. Це перетворює наліпку на мобільний носій айдентики, який «подорожує» разом із користувачем і тим самим додатково рекламує бренд у позабібліотечному середовищі.

Матовий захисний шар ламінування виконує одразу кілька функцій: він покращує зовнішній вигляд продукції, додає приємну тактильну фактуру, а головне – захищає друковану поверхню від зовнішніх впливів, таких як волога, сонячне світло, подряпини чи стирання [14]. Саме завдяки ламінуванню наліпки зберігають привабливий вигляд протягом тривалого часу, навіть у разі інтенсивного використання.

Таким чином, поєднання цифрового друку та матового ламінування забезпечує баланс між якістю, довговічністю та економічністю, що робить цей метод оптимальним для реалізації такого елемента фірмового стилю, як брендові наклейки.

6.4 Друк фірмового килимка для миші

Килимок для миші став одним з нетипових, але влучних елементів фірмового стилю наукової бібліотеки як сучасного простору для навчання та досліджень. У контексті цифровізації освітнього процесу та активного використання комп'ютерної техніки, килимки з логотипом бібліотеки підсилюють брендування фізичного середовища і створюють комфортні умови для роботи читачів.

Для виготовлення серії у 20 штук було обрано метод сублімаційного друку, що дозволяє отримати яскраве, стійке до стирання зображення високої роздільної здатності [15]. На відміну від інших способів нанесення,

сублімація дозволяє «вплавити» фарбу безпосередньо у поверхню матеріалу, що гарантує тривалий термін служби друку навіть при щоденному інтенсивному використанні.

Килимки мають стандартний прямокутний формат розміром приблизно 200×250 мм з прогумованою нековзною основою та текстильною поверхнею. Така конструкція забезпечує зручне ковзання миші, гарну фіксацію на столі та довговічність у використанні. Дизайн включає логотип у центральній частині та фірмову кольорову палітру, що підтримує загальну айдентику простору.

Крім функціонального значення, килимки для миші виконують роль сувенірної продукції або подарункового матеріалу для партнерів, лекторів, учасників заходів у бібліотеці. Таким чином, цей елемент є не лише практичним інструментом, а й ще одним каналом поширення візуальної ідентичності бренду.

Обраний спосіб виготовлення дозволяє отримати якісний результат навіть у невеликому тиражі, що робить сублімаційний друк доцільним рішенням у межах обмеженого виробничого бюджету та потреби у штучній, ексклюзивній продукції.

7 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

7.1 Характеристика продукції

У даній роботі акцент зроблено на створенні фірмового стилю для наукової бібліотеки як ефективного інструменту формування її сучасного образу, підвищення впізнаваності та зміцнення комунікації з цільовою аудиторією. Основною метою стало не лише оформлення візуальної ідентичності установи, а й формування привабливого простору, який заохочуватиме користувачів до взаємодії, пізнання та співпраці.

На початковому етапі було здійснено аналіз функціонального профілю бібліотеки, її основних завдань, цінностей та очікувань відвідувачів. Також враховано трансформації, які відбуваються в інформаційному середовищі, та зміну запитів сучасного користувача, який прагне не лише доступу до знань, а й до зручного, інтуїтивно зрозумілого середовища. Саме це стало підґрунтям для формування візуальної стратегії.

На основі досліджень було сформовано комплекс візуальних рішень, який включає логотип, кольорову палітру, шрифтову систему та графічні елементи, що відображають інтелектуальний, відкритий та сучасний характер наукової бібліотеки. Ці компоненти гармонійно поєднуються між собою, утворюючи цілісну систему айдентики.

Для перевірки ефективності впровадженого фірмового стилю були розглянуті критерії зручності використання, емоційного впливу на відвідувачів та здатності стилю покращувати комунікацію. Зібрані відгуки та візуальна оцінка дозволяють зробити висновок про позитивний ефект, який створює узгоджений та професійно розроблений візуальний стиль.

Таким чином, фірмовий стиль наукової бібліотеки виступає не лише декоративним засобом, а стратегічним інструментом, що дозволяє установі ефективніше доносити свою місію, цінності та роль у науковому просторі.

7.2 Конкуренція

Аналіз сучасного стану бібліотечної галузі, зокрема наукових бібліотек, свідчить про її активну трансформацію у відповідь на зміни в суспільстві та розвиток цифрових технологій. За останні роки спостерігається стійке зростання інтересу до бібліотек як до культурно-освітніх центрів, що не лише зберігають знання, а й активно створюють простір для обміну ідеями, наукового пошуку та соціальної взаємодії.

Цей новий підхід до ролі бібліотеки відображається у зростанні кількості відвідувань, запитів на доступ до цифрових ресурсів, а також у розширенні спектру послуг, які надаються користувачам. Щоб відповідати цим очікуванням, бібліотекам необхідно постійно оновлювати свій імідж, у тому числі через сучасний та продуманий фірмовий стиль, який би підкреслював їхню унікальність, відкритість до змін та орієнтацію на майбутнє.

У динамічному інформаційному середовищі важливо не тільки якісно надавати послуги, а й візуально комунікувати цінності та місію закладу. Тому ключовими факторами успіху сучасної наукової бібліотеки є впровадження інноваційних підходів, активна діджиталізація процесів, а також розбудова впізнаваного бренду через візуальну айдентику.

Подальший розвиток таких бібліотек передбачає вдосконалення інтерфейсів взаємодії з користувачами, розширення партнерств з науковими установами, інтеграцію новітніх технологій та створення комфортного і зрозумілого візуального середовища, яке буде приваблювати як нових користувачів, так і досвідчених дослідників.

Таким чином, оновлення фірмового стилю наукової бібліотеки є важливою складовою її стратегічного розвитку, що дозволяє установі не лише ефективно виконувати свої функції, а й бути сучасним простором для знань, інновацій та наукового зростання.

7.3 Етапи розробки

Розробка фірмового стилю для наукової бібліотеки – це складний, але стратегічно важливий процес, який спрямований на формування впізнаваного та професійного образу установи в інформаційному просторі. На першому етапі роботи необхідно зібрати й проаналізувати дані про специфіку діяльності бібліотеки, її місію, коло користувачів, а також загальну ситуацію у сфері бібліотечних послуг. Такий аналіз дозволяє виявити сильні сторони, окреслити цінності та сформулювати візуальні й комунікаційні орієнтири, що відображатимуть сутність установи.

Подальший крок – це творче наповнення майбутнього стилю: створення логотипу, підбір кольорової палітри, визначення типографіки та візуальних елементів, які будуть уособлювати сучасність, відкритість до інновацій та культурну значущість наукової бібліотеки. Важливо, щоб усі елементи працювали в єдиній концепції й формували цілісну візуальну мову установи.

Завершальною фазою стає впровадження фірмового стилю в усі аспекти діяльності бібліотеки: від навігаційних елементів у фізичному просторі до візуального оформлення електронних ресурсів. Узгоджена візуальна система не лише підвищує рівень довіри до закладу, а й робить його привабливішим для нових користувачів, партнерів та громадськості загалом.

7.4 Розрахунок собівартості та ціни

Здійснимо розрахунок собівартості та ціни розробки фірмового стилю.

У собівартість розробки входять наступні статті витрат: основна заробітна плата; додаткова заробітна плата; єдиний соціальний внесок; інші витрати [16].

Розробку фірмового стилю проводять два фахівці: графічний дизайнер та менеджер. Заробітна плата графічного дизайнера – 150,00 грн/год, та менеджера – 120,00 грн/год.

При цьому тривалість робочого дня графічного дизайнера та менеджера становить по 8 годин.

Розробка фірмового стилю займає трохи більше 7 днів.

Розрахунок заробітної плати наведено в таблиці 6.1.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Таблиця 6.1 – Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, години	Заробітна плата, грн
		к-ть	посада			
Початковий	Дослідження та аналіз ринку	1	Менеджер	120,00	4	480,00
	Розробка дизайн концепції	1	Менеджер	120,00	4	480,00
		1	Графічний дизайнер	150,00		600,00
Розробка дизайну	Створення логотипу	1	Графічний дизайнер	150,00	16	2400,00
	Підбір шрифту	1	Графічний дизайнер	150,00	2	300,00
	Розробка елементів фірмового стилю	1	Графічний дизайнер	150,00	12	1800,00
	Розробка роздаткового матеріалу	1	Графічний дизайнер	150,00	4	600,00
Доопрацювання та реалізація	Створення мокапу	1	Графічний дизайнер	150,00	8	1200,00
Заключний етап	Вдосконалення фірмового стилю	1	Графічний дизайнер	150,00	8	1200,00
		1	Менеджер	120,00		960,00
Разом					58	10020,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						2004,00
Усього						12024,00

Додаткова заробітна плата становить 20 % від основної:

$$10020,00 \times 0,20 = 2004,00 \text{ грн.}$$

Ставка єдиного соціального внеску становить 22 % від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$12024,00 \times 0,22 = 2645,28 \text{ грн.}$$

Витрати виконавця включають обслуговування ЕОМ, а також рахунки за електроенергію та Інтернет. Витрати на електроенергію розраховуються виходячи зі споживаної потужності пристрою та тарифу на електроенергію. У даному випадку передбачається використання двох ноутбуків, один з них працює весь час, а інший – усього півтора робочих дня (12 годин), тому що є два етапи, коли графічний дизайнер та менеджер працюють одночасно. Потужність ноутбука становить 0,6 кВт/год.

Вартість 1 кВт/год електроенергії прийнято у розмірі 4,32 грн. Час використання електроенергії в процесі розробки:

$$58 + 12 = 70 \text{ год.}$$

Отже, плата за електроенергію складе:

$$70 \times 0,6 \times 4,32 = 181,44 \text{ грн.}$$

Витрати, пов'язані з обслуговуванням ноутбуку, залежать від його вартості та тривалості експлуатації до заміни (як правило, не більше 4 років). Упродовж року він задіяний протягом 248 робочих днів. Вартість ноутбуків становить 50 000,00 грн. Розрахунок буде одразу двох ноутбуків, тому:

$$50000,00 / (248 \times 4 \times 8) \times 70 = 441,03 \text{ грн.}$$

Витрати на Інтернет складають 250,00 грн на місяць, за 8 робочих днів:

$$250,00 / 30 \times 8 = 66,67 \text{ грн.}$$

Зробимо розрахунок собівартості розробки фірмового стилю:

$$12024,00 + 2645,28 + 181,44 + 441,03 + 66,67 = 15358,42 \text{ грн.}$$

Здійснимо обчислення суми прибутку від реалізації розробки, враховуючи рівень рентабельності на рівні 20 %:

$$15358,42 \times 0,2 = 3071,69 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки фірмового стилю без ПДВ:

$$15358,42 + 3071,69 = 18430,11 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки фірмового стилю з урахуванням ПДВ, що дорівнює 20 % від ціни без ПДВ (табл. 6.2.):

$$18430,11 + (18430,11 \times 0,2) = 22116,13 \text{ грн.}$$

Таблиця 6.2 – Розрахунок витрат на розробку фірмового стилю

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	10020,00
Додаткова заробітна плата (20 %)	2004,00
Єдиний соціальний внесок (22 %)	2645,28
Витрати на обслуговування ЕОМ	441,03
Витрати на електроенергію	181,44
Витрати на Інтернет	66,67
Собівартість розробки фірмового стилю	15358,42
Прибуток (20 %)	3071,69
Ціна без ПДВ	18430,11
ПДВ (20 %)	3686,02
Ціна з урахуванням ПДВ	22116,13

Отже, у процесі виконання економічної частини кваліфікаційної роботи було здійснено аналіз ринку послуг у сфері брендингу для освітніх та культурних установ, зокрема наукових бібліотек. Розглянуто конкурентне середовище, визначено потенційні канали співпраці та рівень попиту на візуальну айдентику в бібліотечній сфері. За результатами розрахунків встановлено, що загальна собівартість розробки фірмового стилю для наукової бібліотеки становить 15 358,42 грн. Очікуваний прибуток може сягати 3071,69 грн, а кінцева вартість проєкту з урахуванням ПДВ складає 22 116,13 грн. Отримані дані свідчать про економічну доцільність реалізації такого проєкту.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було реалізовано повний цикл створення фірмового стилю для наукової бібліотеки як сучасного інформаційного простору, що поєднує традиційні функції з цифровими можливостями. Основна мета роботи – сформуванню візуальну айдентику, яка відображає інноваційність, наукову спрямованість і відкритість установи – була досягнута [17].

Проведено аналіз візуальних рішень подібних закладів та розглянуто існуючі підходи до побудови айдентики у сфері освіти та науки. Це дозволило виокремити актуальні тенденції у сфері графічного дизайну та адаптувати їх до завдань бібліотеки.

У результаті проєкту було створено логотип, кольорову палітру, типографічну систему та низку носіїв фірмового стилю – постер, читацьку (реєстраційну) картку, круглі наліпки з логотипом та килимок для миші. Всі елементи були об'єднані спільною стилістикою, що забезпечує цілісність і впізнаваність бренду. Особливу увагу було приділено поєднанню сучасної естетики з елементами національної ідентичності, зокрема у виборі кольорів (глибокий синій і жовтий як відсилання до України).

Обґрунтовано вибір матеріалів і способів друку кожного носія, враховуючи технічні, естетичні та економічні чинники. У рамках економічної частини роботи було здійснено розрахунок витрат на виготовлення друкованої продукції, що дозволило оцінити доцільність і реалістичність впровадження розробленого стилю.

Таким чином, розроблений фірмовий стиль не лише посилює візуальну присутність наукової бібліотеки, а й сприяє формуванню сучасного, відкритого та технологічного іміджу установи, підвищує її впізнаваність та привабливість серед цільової аудиторії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. They Make Design. What is brand identity? // Medium. URL: <https://medium.com/theymakedesign/brand-identity-design-60984246415e> (дата звернення: 05.06.2025).
2. Lucidpress. The 7 key elements of brand identity design // Medium. URL: <https://medium.com/lucidpress/the-7-key-elements-of-brand-identity-design-f2dac84165be> (дата звернення: 05.06.2025).
3. Deriving value from conversations about your brand | SMR744 // HBR Store. URL: <https://store.hbr.org/product/deriving-value-from-conversations-about-your-brand/smr744?sku=SMR744-PDF-ENG> (дата звернення: 05.06.2025).
4. Харківська державна наукова бібліотека імені В.Г.Короленка. URL: <https://korolenko.kharkov.com> (дата звернення: 05.06.2025).
5. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 05.06.2025).
6. Національна бібліотека Польщі. URL: <https://www.bn.org.pl> (дата звернення: 05.06.2025).
7. Ознайомтеся з новими функціями Adobe Photoshop. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/photoshop/features.html> (дата звернення: 05.06.2025).
8. Можливості у Adobe Illustrator. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator/features.html> (дата звернення: 05.06.2025).
9. Manrope. URL: <https://fonts.google.com/specimen/Manrope> (дата звернення: 05.06.2025).
10. Font Squirrel. Roboto Font License. URL: <https://www.fontsquirrel.com/license/roboto> (дата звернення: 05.06.2025).
11. Кулішова Н.Є., Яценко Л.О., Ткаченко В.П. Проектування друкованих видань та технологій їхнього виготовлення: навч. посіб. для здобувачів вищої освіти з дисципліни «Основи технології поліграфічного

виробництва» та з виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи спеціальності 186 Видавництво та поліграфія. Харків: ХНУРЕ, 2024. 296 с.

12. Ткаченко В.Ф., Манаков В.П. Цифровий оперативний друк: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2007. 236 с.

13. Григор'єв О.В., Вовк О.В., Росинська К. А., Майборода Д. А. Електрографічний та цифровий друк: класифікаційні ознаки. // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2025. Т. 2. С. 189-192.

14. Довганич А.В. Дослідження оптичної щільності ламінованого відбитка отриманого цифровим друком // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2022. Т. 1. С. 22-23.

15. Бізюк А.В., Чеботарьова І.Б., Стадник А.Д. Аналіз способів друкування на тканині для брендування одягу // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. 2024. Т. 2. С. 26-30.

16. Полозова Т.В. Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання. Харків: ХНУРЕ, 2022. 47 с.

17. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.