



# Фирменный стиль как инструмент формирования имиджа современной организации

Туралина Неонила Альфредовна,  
заведующая кафедрой библиотечно-информационной деятельности  
Белгородского государственного института искусств и культуры,  
доктор филологических наук, профессор  
turanina@mail.ru

Заманова Ирина Федосеевна,  
доцент кафедры библиотечно-информационной деятельности  
Белгородского государственного института искусств и культуры,  
кандидат филологических наук, доцент  
irazamanowa@yandex.ru

Мальшева Мария Сергеевна,  
старший преподаватель кафедры библиотечно-информационной деятельности  
Белгородского государственного института искусств и культуры,  
кандидат филологических наук  
mergen1616@mail.ru

В статье рассматривается специфика фирменного стиля и его возможности как инструмента формирования имиджа современной организации на примере библиотечно-информационных учреждений России. Выделены семь этапов, на которые подразделяется процесс разработки фирменного стиля современной организации. В заключение авторы отмечают перспективы фирменного стиля современной библиотеки как средства, способствующего искоренению социальных стереотипов и штампов, а также как инструмента, способного повысить имидж организации.

**Ключевые слова:** фирменный стиль, имидж современной организации, имидж библиотеки, библиотечно-информационное учреждение, интерьер библиотеки, инструмент формирования имиджа.

## Corporate Style as a Tool of Development of a Modern Company Image

Neonila A. Turanina  
Head of the Department of Library and Information Activities  
of the Belgorod State Institute of Arts and Culture  
Doctor of Philology, Professor

Irina F. Zamanova  
Associate Professor of the Department of Library and Information Activities  
of the Belgorod State Institute of Arts and Culture  
PhD (Philology), Associate Professor

Maria S. Malysheva  
Senior Lecturer of the Department of Library and Information Activities  
of the Belgorod State Institute of Arts and Culture  
PhD (Philology)

The article examines the specifics of corporate identity and its capabilities as a tool for shaping the image of a modern organization on the example of library and information institutions in Russia. Seven stages are highlighted into which the process of developing the corporate identity of a modern organization is divided. In conclusion, the authors note the prospects of the corporate identity of a modern library as a means of contributing to the eradication of social stereotypes and cliches, as well as as a tool that can enhance the image of the organization.

**Keywords:** corporate identity, the image of a modern organization, the image of a library, a library and information institution, the interior of a library, an image formation tool.