

Потяг-легенда – в основі логотипа Львівської залізниці

У ризний час в редакції „Львівського залізничника” працювало чимало людей, імена яких знає нині широкий загал. Зокрема Ігор Паславський, якого редакційний колектив рекомендує до вступу в аспірантуру Львівського національного університету імені Івана Франка. У середині 90-х років він успішно захистив кандидатську дисертацію з політології, а в січні 1995 року заснував „Видавництво „ПАІС”, незмінним директором якого є ось уже вісімнадцятий рік. Видавництво, що спеціалізується на виданні україномовної навчальної і наукової літератури, співпрацює з Львівською залізницею. Знаковою віхою його „біографії” є факт розробки логотипа Львівської магістралі, який колектив видавництва реалізував від ідеї до готового зображення. Тож ми вирішили розпитати Ігоря Івановича Паславського, як відбувався творчий пошук нинішнього логотипа залізниці?

– Ігоре Івановичу, розкажіть передісторію створення логотипа.

– Свого часу залізниця оголосила конкурс на кращу ідею створення логотипа. На конкурс надійшли понад 500 різних варіантів логотипа. Окрім з них конкурсна комісія цілком слушно вважала вартими уваги. Та незабаром з'ясувалося, що, за рішенням Львівської міськради, використання символіки міста Лева може відбуватися лише за плату, тож від значної частини альтернативних логотипів, які містили зображення левів, герба чи львівської Ратуші, довелося відмовитися.

Наше видавництво долучилося до створення логотипа Львівської залізниці на завершальному етапі конкурсу, коли часу залишалось вкрай мало. Упродовж трьох днів ми розробили 35 варіантів. Із них конкурсна комісія обрала 6, а вже потім методом пропозицій та консультацій ми вийшли на оптимальний варіант логотипа, що нині є символом Львівської магістралі.

– У чому полягав успіх вашої тактики?

– Отримавши завдання, ми створили креативну групу у складі трьох осіб, яка займалася тільки цим проектом. До групи увійшли дизайнери Світлана Костенко та Руслан Водолазський і я. Кожен мав свої чітко відпрацьовані функції. Я вирішував питання постійної взаємодії із замовником, відстою-

вав нашу концепцію зображення, погоджував із замовником окремі елементи зображення. Мої колеги, як особи із творчим, образним мисленням, створювали зображення, вносили в них корективи замовника та ін. Створення логотипа, як і вдалого фразеологізму, потребує насамперед ідеї, особливого стилю мислення, творчого підходу та натхнення.

– Як вам працювалося, як відбувався творчий пошук?

– Спершу ми мали на меті підкреслити зображальними засобами, що Львівська залізниця складається із п'яти дирекцій. Зобразили це у вигляді зірочок над зображенням логотипа. Проте в процесі обговорення дійшли висновку, що зірки чимось нагадують етикетку від коньяку. Наступною була ідея виділити вершини гір як одну з унікальних природних особливостей Львівської залізниці. У процесі реалізації врахували, що Карпати не мають гострих вершин, отже, їх слід зобразити округлими.

Певні міркування виникали й стосовно зображення потяга. Спочатку була ідея взяти за основу сучасний локомотив із характерними аеродинамічними обрисами. А потім ми зрозуміли, що зовнішній вигляд техніки доволі стрімко змінюється, сьогодні електровоз може виглядати так, а через десяток років – по-іншому, у перспективі „ніс” поїзда дедалі більше нагадуватиме ніс літака.

Зважаючи на це, вирішили, що найбільш вдалим варіантом буде зафіксувати профіль першого паровоза, який приїхав до Львова і таким чином став вже історією.

– Які вимоги висував замовник до логотипа?

– Насамперед він мав бути співзвучним із логотипом Укрзалізниці. Тож за основу брали стилізоване австрійське крилате колесо. Окрім цього, ми доповнили логотип профілем карпатських вершин, акцентуючи увагу на складному рельєфі місцевості як одній з особливостей Львівської залізниці. У центрі логотипа зображено також фрагмент моста, бо на Львівській залізниці чимало мостів, тунелів, віадуків та інших штучних споруд. Зокрема ми неодмінно прагнули наголосити, що Львівська залізниця є найстарішою, оскільки 4 листопада 1861 року сюди прибув перший в Україні паровоз „Ярослав”. Ну і, звісно, колористика в бренд-ових залізничних кольорах – золотисто-темно-синьому.

– Чи виникали якісь неочікувані труднощі під час роботи над логотипом?

– Коли наш логотип затвердили, ми пишалися цією перемогою. Однак, як виявилось, радіти було зарано. Попереду був ще добрий шмат роботи, а саме обов'язкове затвердження логотипа в установленому порядку. Якщо на першому етапі лівова частка ідей належала Русланові Водолазському, то на завершальному етапі, коли необхідно було описати і чітко викреслити кожен радіус і кут затвердженого зображення, довелося чимало попрацювати Світлані Костенко. Вона – випускниця факультету прикладної математики і досконало володіє комп'ютером. Щоб довести кожен кут, розмір ліній, відстані, треба було використовувати спеціальне програмне забезпечення. Світлана Костенко своєчасно та якісно впоралась із цим завданням, таким чином до цього невеличкого логотипа додалося декілька сторінок креслень. Нашій команді належить не лише ідея, а й повна розробка логотипа в кресленнях для затвердження його в державних органах.

– Які особливості вашої співпраці зі Львівською залізницею?

– На нашу думку, бути партнерами Львівської залізниці – насамперед престижно. Кожне нове завдання для нас – своєрідне випробування на професіоналізм. Буває так, що на початковому етапі ми не завжди остаточно уявляємо собі, як реалізуватимемо завдання, але в процесі роботи викристалізовується основна ідея, і ми працюємо над її втіленням. Коли завершуємо такі проекти (як правило 1-2 на рік), то відчуваємо, що вміємо мислити нестандартно та успішно виконувати найскладніші завдання. Для прикладу, ми працювали над ювілейним проспектом „150 років Львівській залізниці”. У ході реалі-



Творча група авторів логотипа: (зліва направо) Руслан Водолазський, Світлана Костенко та Ігор Паславський

зації цього проекту ми розробили та обґрунтували 21(!) можливий варіант. Цим я хочу підкреслити, наскільки трудомісткою є ця робота, і в процесі діяльності ми обов'язково досягаємо оптимального рішення.

Розгляньмо варіанти логотипів інших залізниць України. Зокрема на логотипі Одеської залізниці домінує чайка, що свідчить про близькість моря. Логотип Донецької залізниці – модерний, в його основі лежить коло, що символізує систематичну роботу на залізниці. В основі логотипа Південно-Західної залізниці – Київський вокзал, оскільки саме він є найбільшим залізничним

вузлом України. В ідеї логотипа Південної залізниці – гордість харків'ян, до яких перший потяг прибув лише кількома роками пізніше, ніж до Львова. Логотип Придніпровської залізниці досить схожий із львівським, в його основі лежить більш сучасний потяг, що мчить наввипередки з часом. До сузір'я цих логотипів додався унікальний, оригінальний за вирішенням і дуже промовистий логотип Львівської залізниці.

Приємно усвідомлювати, що до цього ми мали безпосередній стосунок.

Уляна ІВАНИШИН,
студентка
факультету журналістики

Реклама

**СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ
ДЛЯ ЛЬВІВСЬКОЇ ЗАЛІЗНИЦІ**

**Прості
кредити
ГОТІВКОЮ**



**НИЗЬКА
СТАВКА!**

Відділення у місті Львові:

- вул. Князя Романа, 18 (біля готелю „Швейцарський”)
- пл. Генерала Григоренка, 4 (біля залізничних кас)
- вул. Володимира Великого, 35 а (навпроти к-ра „Сокіл”)
- вул. Зубрівська, 27 (близько к-ра ім. Довженка)

0 800 308 308 (безкоштовно зі стаціонарних номерів по Україні)
050 441 79 06 (вартість дзвінків відповідно до тарифів вашого оператора зв'язку)

Pt Platinum Bank®

Ліцензія НБУ №217 від 20.10.2011



Логотипи усіх залізниць України