

РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Чвала М.С.

Кримський гуманітарний університет

В статті розглядається досвід створення фірмових стилів провідних навчальних закладів світу. Доводиться необхідність створення у сучасному світі фірмових стилів для вищих навчальних закладів. Автор висловлює думку про те, що геральдика і символіка не лише надають індивідуальність, але і лягають в основу традицій. Символіка навчальних закладів пробуджує гордість за свою Alma mater, інтерес до її історії, а також народжує духовну єдність навчального закладу і його випускників. Автор акцентує увагу на необхідності поглибленого вивчення самого поняття фірмового стилю, розуміння принципів створення його головних елементів при практичній розробці фірмового стилю закладу.

Ключові слова: геральдика, герб, емблема, символ, символіка, фірмовий стиль, бренд, вищий навчальний заклад.

Постановка проблеми. В останні роки значення іміджевої реклами помітно зросло. Цьому сприяла та обставина, що багаторічна конкуренція призвела до вирівнювання характеристик багатьох товарів, послуг. Сьогодні покупець приділяє більше уваги нематеріальним факторам – досвіду, підприємливості, надійності, оперативності та багатьом іншим, з яких складається ділова репутація постачальника товарів або послуг. Бажання підкреслити індивідуальність сприяє необхідності створення відмінних символічних зображень, найбільш яскравими з яких, безсумнівно, є герби.

За словами Г. Калашнікова «геральдика є дивовижним об'єктом, вивчаючи який, можна дуже багато дізнатися про його власника. Геральдика – унікальний засіб спілкування, тому що знак абсолютно однаково сприймається людиною, якою б мовою він не розмовляв» [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи для дослідження склали роботи Пискунової Т. Н. о формуванні іміджу навчального закладу, Валтон Р., Ейрі Д., Курушиної В. Д., Серова С. І., Туемлоу Е., Шаркова Ф. І., Герасимової О. Є. з питань теорії та проблем формування фірмового стилю, Королькової О., Кричевського В., Рудер Е. з типографіки, Гольман І. А., Пастуро М., Фергюсон Д., Фрайера С. з історії геральдики та символіки елементів гербів, Добробабенко Н. С. о принципах розробки фірмового стилю, Агюстон Ж., Денисової О. І., Іттен І., Миронової Л. Н., Медведева В. Ю., Серова Н. В. о символіці кольору та інші.

Мета статті. Довести необхідність якісного створення герба та фірмового стилю вищого навчального закладу.

Виклад основного матеріалу. У всі часи символіка вибиралася і вибирається з достатньою ретельністю. Це однаково стосується як гербів міст і знатних прізвищ, так і гербів навчальних закладів і факультетів. Герб, девіз стають визначальними не лише в ідентифікації, але і в ідеологічній і виховній складовій.

Геральдика (лат. heraldica – глашатай) – гербознавство, допоміжна історична дисципліна, що займається вивченням гербів.

Геральдика визначає, що і як може бути нанесено на державний герб, фамільний герб і т.

п., пояснює значення тих чи інших символів. Коріння геральдики ідуть у Середні століття. Геральдичні емблеми XII століття були нескладними, склалися з геометричних фігур, різних смуг і невеликої кількості зображень птахів та звірів.

Герб (пол. herb від нім. Erbe – спадщина) – емблема, відмітний знак, який передається у спадщину, на якому зображуються предмети, що символізують власника герба (людину, род, місто, країну і т. п.).

Герби зазвичай складаються з наступних елементів: щит, шолом, намет (покривало шолому, що зазвичай має верхню сторону в колір головної фініфти герба, а підкладку – в колір головного металу), корона, нашоломник, щитотримачі (зображення людей, «геральдичних звірів», що стоять на задніх лапах, або алегоричних фігур), мантия та девіз.

Символіка – можливість через стисле зображення передати глибокий зміст.

Символ – (від грец. Symbolon – знак) – ідея, образ або об'єкт, що має власний зміст і одночасно представляє в узагальненій, нерозгорнутій формі дещо інший зміст. Символ використовується людиною в деяких видах діяльності і має в силу цього певну мету. Він завжди слугує виявленню чогось неявного. Якщо мета відсутня, то немає і символу як елемента соціального життя, а є те, що називається знаком і служить для простого позначення об'єкта.

Найбільшим трепетом до символіки відносяться на заході. Багато вчених, значних політичних діячів та бізнесменів включають в свій гардероб різні речі з символікою навчального закладу, який вони колись закінчили. Серед таких речей краватки з кольорами університету, значки, запонки та заколки для краватки з гербом свого навчального закладу і багато іншого. Всесвітньо відомі, можливо, завдяки численним згадкам у кіно та літературі, персні випускників медичного факультету Гарвардського університету. Побачивши такий перстень на пальці лікаря, пацієнт, як правило, знаходить впевненість у тому, що потрапив до рук кваліфікованого фахівця, що отримав якісну медичну освіту.

Широко відома і легко впізнається символіка Оксфордського університету – найстарішого

вищого навчального закладу світу. Гербу цього університету понад п'ятсот років, у його основі лежить герб, що приписується Едмундові Мученику, який в IX столітті був королем Східної Англії: три золоті корони і товста книга з девізом і сім'ю застібками належить Оксфорду з XV століття, і за довгі роки він зазнав лише незначних змін [5, с. 149]. Дослідники геральдики вважають, що сім застібок на книзі символізують сім основних предметів середньовічної освіти і в той же час нагадують про книгу, закриту сімома печатками, про яку говорив Іоанн Богослов. Девіз «Dominus Illuminatio Mea», що означає «Господь – світло моє», з'явився на гербі приблизно з XVI століття.

Вже в наші дні, в 1993 році до традиційного зображення герба був доданий оперізуючий синій ремінь з написом золотом «University of Oxford» і з цього ж року цей герб був запатентований і зареєстрований як під охороною авторським правом торгова марка.

Не менше на слуху Гарвардський університет США. Практично кожен випускник цього університету вважає своїм обов'язком придбати кілька комплектів спортивної форми з кольорами та символами свого університету і з гордістю носить її протягом всього свого життя. У Гарварді розвинена ціла індустрія з виробництва різних пам'ятних сувенірів із символікою університету та його факультетів.

До трьохсотріччя Гарвардського університету було створено герби факультетів медицини, стоматології та охорони здоров'я за допомогою істориків університету, що надавали необхідну інформацію. Герб факультету медицини Гарварду розроблено П'єром де Чайгноном ля Роуз.

При створенні даного герба автор скористався фамільними символами доктора Джона Уоррена, одного з прихильників створення факультету медицини і першого професора факультету. Лев, що стоїть на задніх лапах, взято зі старовинного герба сім'ї Уорренів. Три розкриті книги з написом «Verritas» («Істина»), що розташовуються у верхній частині герба, є основним символом Гарвардського університету. Темно-червоний фон герба є кольором медичного факультету, а з кінця XIX століття він став і традиційним кольором Гарварду.

Герб Медичного факультету університету розроблено на початку тридцятих років XX століття. Три білих кола на гербі є фамільними символами сім'ї Вільяма Пена, засновника штату Пенсільванія; дельфін, розташований у верхній частині герба, є сімейним символом Бенджаміна Франкліна, який був засновником університету. Розкриті книги символізують прагнення до досягнення знань. Червоний, білий, синій кольори, що входять до герба, є одночасно кольорами державного прапора США і штату (синій і червоний). Девізу університету «Leges sine moribus vanae» («Закони без моралі марні») більше трьохсот років.

Цікава історія герба університету Глазго. На одязі студентів медичного факультету є герб, прийнятий у XV столітті. Деталі герба були ре-

тельно опрацьовані, вони мають велике історичне і геральдичне значення. Жезл, зображений в центрі герба, – це найстаріший парадний жезл університету. Книга – традиційний символ знань і освіти. Птах на дереві та риба з кільцем у роті є деталями герба міста Глазго. Девіз університету Глазго «Via, Veritas, Vita» («Шлях, істина, життя») розташовується під гербом. Усі правила використання герба університету прописані у документах[1].

Університетам, що були засновані в індустріальну епоху, властиві максимальна лаконічність і прагматизм символіки. Наприклад, Массачусетський технологічний інститут (США), заснований в 1861 році. Його девіз: «Mens et Manus» («Головою і руками»). Аббревіатура університету виконана у стилі конструктивізму.

Дуже показовим для індустріальної епохи є логотип Шанхайського університету Джіао Тонг (Китай), заснований у 1896 році. У гербі ми бачимо ланцюги, молотки, верстати, ковадла, зубці шестерень.

У логотипах інших азіатських університетів можна побачити поєднання національних символів і досить традиційних символів знань і освіти. Так, герб Національного університету Сінгапуру, заснований у 1961 році, містить у собі зображення лева – символ Сінгапуру, книги – символ знань, і трилистника з кіл (символ китайського Університету Наньянг, який в 1961 році увійшов до складу Національного університету Сінгапуру).

У гербі Токійського університету віялоподібні пелюстки синього і жовтого кольору переплітаються в коло – символ Японії.

На основі аналізу отриманих відомостей у 2010 році нами було розроблено герб та фірмовий стиль РВНЗ «Кримський гуманітарний університет» (м. Ялта). Було прийнято рішення щодо створення герба, який би став новим символом університету. У процесі роботи з науковим керівником, вивчено ряд статей, посібників, енциклопедій з геральдики, проаналізовано герби, емблеми, фірмові стилі вищих навчальних закладів.

Головним завданням процесу створення фірмового стилю Кримського гуманітарного університету було забезпечення якісної, професійної розробки всіх елементів, які легко запам'ятовуються і вигідно відрізняють університет серед аналогічних навчальних закладів.

Фірмовий стиль РВНЗ «Кримський гуманітарний університет» (м. Ялта), перш за все, допомагає виділити і запам'ятати його, отже, розпізнати та ідентифікувати серед безлічі подібних навчальних закладів. Фірмові ідентифікації підлягають усі об'єкти діяльності університету: будівлі, інтер'єри, ділова документація, фірмовий одяг, рекламна, сувенірна та іміджева продукція.

У полі щита герба університету розміщена книга, на якій розташована монограма університету. Розкрита книга – традиційний символ знань, символ гуманітарної освіти. Літери «К», «Г» і «У» відображають аббревіатуру назви університету.



Мал. 1. Герб і прапор РВНЗ «Кримський гуманітарний університет» (м. Ялта)

Джерело: розробка автора

Щит вписаний в декоративний картуш, увінчаний розкритою книгою. Девіз «Primus inter pares» («Перший серед рівних») блакитними із золотим обведенням літерами розташований над книгою. На стрічці, виконаній в кольорах прапора АР Крим, – напис «РВУЗ «Крымский гуманитарный университет» (г. Ялта)». У гербі використовуються срібний, золотий, лазуровий і червоний кольори.

Срібло (білий колір) – символ чистоти, мира, мудрості, чесності вчинків, досконалості, миру і взаєморозуміння, благородства. Білий знаходиться на ступінь нижче бездоганної чистоти. Білий містить всі кольори спектру. Всі кольори в білому рівні. У міфології білий служить символом єдності. Білий – духовний охоронець. Білий асоціюється з легкістю, материнською любов'ю, безтурботністю, пошаною, точністю, молодістю, народженням, з гарними емоціями [4, с. 99–100].

Золото (жовтий колір) – символ багатства, величчя, стабільності, поваги, тепла та щедрості.

Лазуровий (синій) колір має значення величчя, доброти, глибини, досконалості, постійності, вірності, чесності, роздуму, піднесених устремлень, честі і правди [4, с. 98].

Червоний колір можна охарактеризувати словами «розкішний» і «чудовий». Червоний – символ права, сили, мужності, любові, хоробрості. Червоний – це колір сильних, енергійних, активних людей, які звикли досягати своєї мети. Це дуже сильний колір, який безпосередньо впливає на людину і не залишає її байдужою [3, с. 121].

Розробка ділової документації РВНЗ «Кримський гуманітарний університет» (м. Ялта) включала в себе проектування бланків, візиток, конвертів, в яких було використано наступні елементи: герб і реквізити навчального закладу;

фірмові кольори, фірмові шрифти; додаткові графічні елементи дизайну.

Дизайн іміджевої продукції університету розроблявся з урахуванням створення неповторного образу закладу. Сувенірна продукція створює приємне враження про навчальний заклад. Брелок, блокнот, ручка, кружка, бейсболка, футболка з гербом працюють на створення сприятливого іміджу.

Створений фірмовий стиль університету – це комплексна система, що сприяє формуванню гарного іміджу навчального закладу, зростанню самосвідомості, патріотизму, репутації і популярності, а також посилює ефективність його рекламних посилань та підвищує довіру партнерів.

Висновки. Важко сперечатися про важливість та історичну значущість символіки навчальних закладів, ще складніше заперечувати її необхідність. Геральдика і символіка не тільки додають індивідуальність, але і лягають в основу традицій. Символіка є засобом для об'єднання, здавалося б, абсолютно різних людей, які бажають згадати веселі роки своєї молодості. Символіка навчального закладу пробуджує гордість за свою Alma mater, інтерес до її історії, а також народжує духовну єдність навчального закладу та його випускників.

Практична розробка основних елементів фірмової атрибутики РВНЗ «Кримський гуманітарний університет» (м. Ялта) тісно пов'язана з поглибленим вивченням самого поняття геральдики, фірмового стилю, розумінням принципів створення його елементів.

Фірмовий стиль являється каталізатором виховання патріотизму, який має вагоме значення і визначає перспективи розвитку життя вищого навчального закладу, захищаючи і зберігаючи його наукові і культурні досягнення.

Список літератури:

1. Геральдика і символіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://forum.volgmed.ru/index.php?showtopic=4759&st=80>.
2. Калашніков Г. Актуальна геральдика: знаки у державному управлінні, політичній боротьбі і бізнес-стратегії [Електронний ресурс] / Г. Калашніков. – Режим доступу. – <http://www.contextclub.org/events/y2011/m4/n60>.
3. Медведєв В. Ю. Цветоведение колористика: учеб. пособие (курс лекций). – СПб.: ИПЦ СПГУТД, 2005. – 116 с.
4. Омеляненко Е. В. Цветоведение и колористика: учеб. пособие / Е. В. Омеляненко. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2010. – 184 с.
5. Фрайер С. Геральдика. Гербы – Символы – Фигуры / Стивен Фрайер, Джон Ферпосон; пер. с англ. М. Б. Борисова. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 208 с.

Чвала М.С.

Крымский гуманитарный университет

РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Резюме

В статье рассматривается опыт создания фирменных стилей ведущих учебных заведений мира. Доказывается необходимость создания в современном мире фирменных стилей для высших учебных заведений. Автор высказывает мнение о том, что геральдика и символика не только придают индивидуальность, но и ложатся в основу традиций. Символика вуза пробуждает гордость за свою Alma mater, интерес к её истории, а также рождает духовное единство учебного заведения и его выпускников. Автор акцентирует внимание на необходимости углубленного изучения самого понятия фирменного стиля, понимания принципов создания его главных элементов при практической разработке фирменного стиля организации.

Ключевые слова: геральдика, герб, эмблема, символ, символика, фирменный стиль, бренд, высшее учебное заведение.

Chvala M.S.

Crimean University for the Humanities

BRANDING FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Summary

The experience of branding for educational institutions is examined in the article. The necessity of branding for higher educational institutions in the modern world is proved. The author offers an opinion that heraldry and symbolics give not only individuality but also underlie traditions. The symbolics of HEI assists to increase pride for Alma mater, interest in history and the spiritual unity of educational institution and graduating students. The author accents attention on the necessity of deep learning the branding concept, understanding the principles of brandname style creation at practical branding for organization.

Key words: heraldry, coat of arms, emblem, symbol, symbolics, brandname style, brand, higher educational institution.