

ЛОГОТИП КАК ЭЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Корпоративная культура при грамотном подходе может быть эффективным средством управления персоналом и незаменимым маркетинговым инструментом. Известно, что корпоративная культура состоит из множества элементов, одним из которых является корпоративный стиль. Он, в свою очередь, включает в себя фирменную символику, прежде всего, логотип.

Но, если логотип оказывает положительное влияние на работников и клиентов компаний, то возникает вопрос о действенности его в университетской среде. Также в исследовании рассмотрена гипотеза о способности логотипа специальности сплотить студентов и привлечь абитуриентов.

В качестве объекта исследования выступили студенты Государственного учреждения образования «Институт бизнеса Белорусского государственного университета».

Цель работы – изучить смысловую нагрузку и особенности создания логотипов и разработать логотип специальности.

Логотип нужен для того, чтобы студенты чувствовали большую причастность к группе людей, представляющую определенную специальность на факультете; а также для создания запоминающегося визуального образа каждой специальности для его устойчивого «отпечатывания» в памяти для тех, кто только знакомится с Институтом бизнеса БГУ.

Опрос студентов о целесообразности создания уникального логотипа специальности, проведенный в Google Формах, показал, что подавляющее большинство поддерживает данную идею (рис. 1).

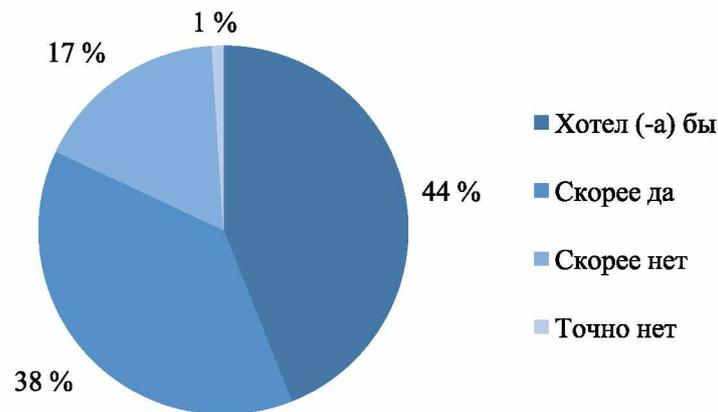


Рис. 1. Мнения студентов о создании логотипа специальности

В Институте бизнеса обучение проходит по пяти специальностям: «Бизнес-администрирование», «Логистика», «Управление информационными ресурсами», «Маркетинг», «Менеджмент». Было решено начать с первой специальности, т. к. автор статьи обучается именно на ней.

Для изучения процесса создания логотипа, а также психологического воздействия (как положительного, так и отрицательного), которое он может нести, были использованы материалы книги Д. Эйри «Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера» [1].

Для создания логотипа необходимо начать с анализа слов, ассоциирующихся у людей с данной специальностью [1, с. 61]. С этой целью в Google Формах был проведен второй опрос среди учащихся, направленный на изучение множества слов-ассоциаций, с помощью которых можно описать специальность «Бизнес-администрирование». Результатом является список из следующих прилагательных: настойчивый, креативный, амбициозный, инициативный, особенный, общительный.

В действенном логотипе должна быть одна запоминающаяся деталь [1, с. 50–51, 145–146]. Когда внимание и память приходится фокусировать на двух и более ключевых элементах, логотип становится менее запоминаемым. Поэтому важно было разработать минималистический логотип, привлекающий внимание одной ключевой деталью. Также в процессе создания логотипа использован метод карты ассоциаций в целях нахождения подходящего визуального образа [1, с. 99–104].

В результате было решено оттолкнуться от образа галстука, а также поместить в логотип образ пути вдаль.

После многочисленных набросков и доработок логотип приобрел вид, представленный на рис. 2.

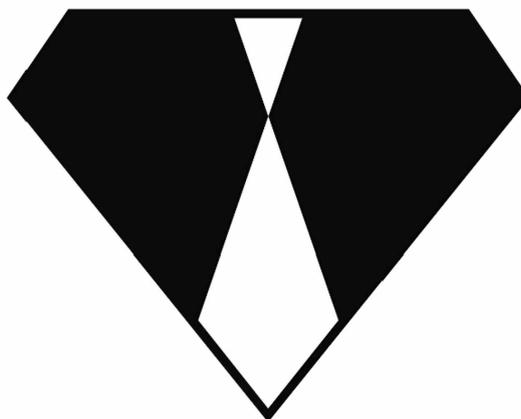


Рис. 2. Логотип специальности «Бизнес-администрирование»

В соответствии с символическим изображением, первым образом, вызываемым логотипом, является галстук – формальный стиль приносит ассоциации с упорядоченностью, но при этом презентабелен и располагает к общению. Рассмотрев по-другому, можно увидеть фигуру человека, подсвеченную на темном фоне – здесь работают ассоциации, связанные с взаимодействием с коллективом и с самим человеком, исполняющим функции руководителя. Фигура алмаза напоминает о ценности и особенности человека в обоих вышеописанных смыслах. Также сохранен образ пути вдаль, отражающий целеустремленность и перспективы.

Возможно предложить следующие варианты использования логотипа:

- на официальном сайте Института бизнеса БГУ;
- в бумажных материалах, в том числе и для абитуриентов;
- в виде иконки рядом с расписанием занятий для студентов (для скорейшего привыкания).

В ходе исследования обнаружен подлинный энтузиазм к теме со стороны студентов, сформирован вывод о необходимости углубленного изучения специфики, образов и ассоциаций, связанных с организацией, при разработке логотипа для нее; в том числе, если это университетская структура. В результате разработан логотип, отражающий специальность «Бизнес-администрирование». Дальнейшее исследование предполагает разработку логотипов для всех пяти специальностей в едином стиле, их внедрение в корпоративную культуру института, что в свою очередь создаст условия для дальнейшего изучения влияния и эффектов их применения на практике в университетской среде.

Автор выражает благодарность Т. В. Прохоровой за помощь в поиске идей и рекомендации по оформлению статьи, а также К. Н. Артёмовой, Т. В. Буйлицкой и В. Д. Толкачу за вклад при создании логотипа и поддержку в течение всего времени работы над этой статьей.

Список использованных источников

1. *Эйри, Д.* Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Д. Эйри. – СПб., 2011. – 208 с.