

УДК 75.02.322 (075.8)

## ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИИ)

М. Ю. Романовскова, С. Б. Поморов

**Ключевые слова:** фирменный стиль, медицинский университет, высшее образование, логотип.

В настоящее время одной из особенностей современного образования является высокий уровень конкуренции среди других подобных учреждений. Для частных и государственных высших учебных заведений актуальны вопросы поддержания положительного имиджа и репутации. Как показала практика, бренд вуза, его известность и авторитетность, очень важен, так как он может оказать неоценимую помощь в части воздействия на сознание людей, управления их впечатлениями. В таких случаях образовательное учреждение может рассчитывать на востребованность среди учеников, студентов и их родителей, на внимание спонсоров и меценатов.

Рассмотрим, каким может быть фирменный стиль высших медицинских государственных учреждений России.

Были проанализированы логотипы четырёх медицинских вузов: а) Сибирского государственного медицинского университета; б) Московского государственного медицинского университета имени И. М. Сеченова; в) Красноярского государственного медицинского университета; г) Алтайского государственного медицинского университета.

### Логотип Сибирского государственного медицинского университета



СИБИРСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Рисунок 1 – Логотип Сибирского государственного медицинского университета

В качестве графической основы логотипа использован нагрудный знак, вручавшийся выпускникам медицинского факультета Императорского Томского университета. В него внесено изречение «Ех oriente lux» (переводится как «свет с востока»), предложенное профессором В.М. Флоринским в 1888 году в качестве девиза университета. Это классическое изречение, по замыслу Флоринского, должно было послужить напоминанием о том, что древняя культура была перенесена в Европу из восточных стран. Логотип представляет собой ассиметричную комбинацию из герба и надписи «СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» в четыре строки с выключкой влево, размещенную инверсивно на плашке в виде символического крыла фирменного красно-коричневого цвета.

Общее правило расположения логотипа: логотип должен располагаться в левом верхнем углу информационного поля, отступ слева и отступ сверху не менее 20 мм. В логотипе используются три фирменных цвета: красно-коричневый, серебристо-стальной и белый. Красно-коричневым цветом окрашивается элемент фона – «крыло» и элементы изобразительной части логотипа в модифицированных вариантах: ленты и дубовые ветви. Серебристо-стальным цветом окрашены элементы изображения в основном и модифицированных вариантах: двуглавый орел, чаша, змеи. Белым цветом окрашены элементы изображения (ленты и дубовые ветви) и написание названия в основном варианте логотипа [2].

## ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИИ)

### Логотип Московского государственного медицинского университета имени И. М. Сеченова



Рисунок 2 – Логотип Московского государственного медицинского университета имени И. М. Сеченова

Также был изучен логотип Московского государственного медицинского университета имени И. М. Сеченова. В его основу взята окружность, внутри которой располагаются две развернутые книги (символы знания и мудрости). Фирменные цвета: белый – цвет чистоты, света, жизни; пурпурный – цвет царственности; небольшие вкрапления красного в центре окружности, которые характеризуют стремление, активность, жизненную силу [3]. Цветовые сочетания, сложные и благородные, подчеркивают аристократизм и интеллигентность именно медицинского высшего учреждения. Очень интересна игра со шрифтом – аббревиатура написана по вертикали, явление достаточно редкое, буквы “м” эффектно переплетаются. Кроме того, используется обводка линии, что придает логотипу дополнительную графичность. Также на эмблему нанесен год основания вуза и девиз на латыни: «Primus inter pares» – «Первый среди равных», что ещё раз подчеркивает именно медицинскую принадлежность

### Логотип Красноярского государственного медицинского университета

К сожалению, не всегда новый фирменный стиль получает одобрение. Так к 70-летнему юбилею Красноярского государственного медицинского университета был разработан новый фирменный стиль и логотип

вуза. На сегодняшний день в нём действует два логотипа: с изображением профиля В. Ф. Войно-Ясенецкого и прежний логотип, который со временем полностью вытеснится.



Рисунок 3 – Логотип Красноярского государственного медицинского университета (старый)



Рисунок 3 – Логотип Красноярского государственного медицинского университета (новый)

Проанализировав оба варианта логотипов, можно заметить, что в плане стилистики прежний логотип очень хорош, сочетает в себе и указание на непосредственное занятие преподавателей – обучение медицине, и принадлежность к городу Красноярску – часовня Параскевы Пятницы. Профессор Войно-Ясенецкий, (портрет которого изображен на новом логотипе), безусловно, великая фигура, но не только им славится медицинский вуз и его история. Кроме того, первый логотип более графичен, динамичен, удобен в использовании, изображение медицинского креста безусловно содержит указание о специфике ВУЗА. Портрет же более упрощён, в нём много ненужных деталей, он лишён целостности и гармонии[4].

### Логотип Алтайского государственного медицинского университета



Рисунок 6 – Логотип Алтайского государственного медицинского университета

Данный логотип представлен в форме окружности, по краям которой написано название высшего медицинского учебного заведения. В центре самого круга расположены песочные часы (именно песочные часы являются эмблемой вечности времени, но одновременно и знаком его быстротечности) [5]. Символика песочных часов непосредственно в данном логотипе – постоянный обмен знаниями между преподавателями и студентами. Таким образом, изображение часов придаёт логотипу определённое философское звучание. Фон, на котором они расположены, представляет собой окружность белого цвета с нанесёнными изречениями на латыни – это клятва Гиппократова, что подчеркивает принадлежность логотипа к медицине.

В целом, логотип дробный, распадается, много мелких деталей, что затрудняет его нанесение на различные носители, ограничивает число производств, способных корректно выполнить эту работу. При значительном уменьшении в размерах данного логотипа изображение потеряется, станет нечётким и неясным.

Анализ логотипов четырёх медицинских университетов позволяет сделать вывод: целевая аудитория не должна ограничиваться странами, возрастными, профессиональными или социальными рамками. Абитуриенты и

студенты, работники, бывшие выпускники, научное сообщество, потребители медицинских услуг, партнеры, отраслевые объединения и общественные организации, потенциальные и имеющиеся спонсоры, властные структуры, принимающие решения, способные повлиять на целевые аудитории воздействия логотипа и фирменного стиля. Все это подразумевает как российские, так и зарубежные аудитории вуза.

Что касается цветового решения, анализ данных логотипов показал, что предпочтительно использовать классические цветовые сочетания. Так, в логотипе Алтайского государственного медицинского университета за основу взят серебристо-серый цвет – цвет стали и медицинских инструментов. Напротив же, грязный красно-коричневый цвет, используемый в логотипе Сибирского государственного медицинского университета, смотрится грязным и невыразительным. На мой взгляд, предпочтительнее использовать чистые, свежие цвета (такие как голубой, зелёный, синий и их оттенки), символизирующие уверенность, свободу, возрождение, дающие надежду.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Разработка фирменного стиля для медицинских учреждений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amnt.ru/design/corporate-identity/medical/>. – Загл. с экрана.
2. СибГМУ. Брэнд-программа. Логотип [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ssmu.ru/office/brand/logo.shtml>. – Загл. с экрана
3. Курс колористики для художников и дизайнеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://profotovideo.ru/op/go/slavikbig/p/dslr> <http://slavikbig.zpro.ecommttools.com>. – Загл. с экрана
4. Красноярский государственный медицинский университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://krasgmu.ru/index.php?page\[common\]=content&id=18350](http://krasgmu.ru/index.php?page[common]=content&id=18350). – Загл. с экрана
5. Векман, К. Товарные знаки: создание, психология, восприятие / К. Векман; пер. с англ.. – М. : Прогресс, 1986. – 31 с.