

# PĒTĪJUMS PAR AUSTRUMLATVIJAS TEHNOLOĢIJU VIDUSSKOLAS KORPORATĪVĀS IDENTITĀTES IZSTRĀDES NEPIECIEŠAMĪBU

## The Research on the Necessity of Corporate Identity Development for the Eastern Latvian High School of Technologies

**Diāna Poševa**

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: dianaposeva@inbox.lv

**Aina Strode**

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: aina.strode@ru.lv

**Abstract.** *Every person, group or organization has its own identity, which helps to define the most important values, events and stand out among competitors. Eastern Latvian High School of Technologies is a newly established school, which opened its doors in September 2015. Therefore the corporate identity is the key issue in the popularization of this school. The objective of this research is to find out the necessity of the corporate identity development for the Eastern Latvian High School of Technologies by studying and analyzing the importance of branding in the area of education. The methods of research: theoretical – investigation and analysis of relevant literature, internet sources and regulatory documents. Empirical – methods of data collecting: survey, structured interview.*

**Keywords:** *Corporate identity, graphic design, school, logo, Eastern Latvian high school of Technologies.*

### Ievads

Katrai organizācijai piemīt sava identitāte, kas palīdz definēt svarīgākās vērtības un notikumus, izcelties konkurentu vidū. Profesionāli izstrādāta korporatīvā identitāte veido vienotu, līdz detaļām izstrādātu grafisko kanonu, kas attiecas uz jebkurām šī zīmola vizuālajām izpausmēm. Vēstījumam jābūt vienkāršam, nepārprotamam un atbilstīgam.

Lai veiksmīgi konkurētu izglītības telpā starptautiskā līmenī un sadarbotos vietējā, Latvijas izglītības iestādēm skaidri jādefinē pārvaldības modeļi. Iestāžu vadītājiem nepieciešams sakārtot uzņēmumu iekšējos pārvaldības procesus, tajā skaitā – korporatīvo identitāti.

Organizācijas pozicionējums ir unikāla vērtību kombinācija, ievērojot atrašanās vietu, kultūru, misiju, vīziju un citu, tas viss jāņem vērā katrai mācību iestādei sava zīmola izstrādes un attīstīšanas procesā.

Raksta mērķis: izpētīt un analizējot zīmolveidības nozīmi izglītības telpā, noskaidrot korporatīvās identitātes izstrādes nepieciešamību Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolai.

Izmantotās pētījuma metodes: teorētiskās: ar nozari saistītās literatūras un internetresursu izpēte un analīze. Empīriskās datu ieguves metodes: aptauja, eksperta strukturētā intervija.

### Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas raksturojums

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas (RTA) Senāta sēdē – 2015. gada 19. jūnijā tika skatīts jautājums par jaunas vispārīzglītojošās izglītības iestādes dibināšanu. Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas Senāts pieņēma šo vēsturisko lēmumu atvērt Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolu – vispārējās vidējās izglītības matemātikas, dabaszinātņu un tehnikas virziena programmu īstenošanai. Izglītības iestādes juridiskā adrese ir Atbrīvošanas aleja 90, Rēzekne, LV 4601 (RA Sabiedrisko attiecību nodaļa, 2015).

Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskola īsteno *STEM (science, technology, engineering and mathematics)* virziena programmu, veidojot skolēniem prasmi patstāvīgi mācīties un

pilnveidoties, motivējot mūžizglītībai un apzinātai karjerai inženierzinātņu / tehnoloģiju jomā, kā arī nodrošinot augstu normatīvajos aktos paredzēto mācību sasniegumu līmeni valsts pārbaudes darbos (RA Sabiedrisko attiecību nodaļa, 2015).

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija ir otrā valsts augstākās izglītības iestāde, kas nolēmusi dibināt pati savu studentu kalvi. Jau pavasarī Inženierzinātņu vidusskolu izveidoja Rīgas Tehniskā universitāte (RTU).

Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas direktors Aivars Vilkaste atzina par nepieciešamību dibināt pašiem savu vidusskolu. Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija par to sprieda piecus gadus, jo bijis redzams, ka vidusskolu absolventi bieži vien nav spējīgi no pirmā studiju gada pilnvērtīgi studēt programmās, kas saistītas ar inženierzinātnēm, metālapstrādi, informācijas tehnoloģijām u. c. Tāpēc tika nolemts dibināt vidusskolu, kurā sevišķa vērība tiks pievērsta matemātikai, fizikai, ķīmijai, tehniskajai rasēšanai, informātikai, arī svešvalodām. Skola izvietota RTA ēkā, kurā iepriekš atradās viena no fakultātēm un rektorāts (skat. 1. att.).

Daļa skolotāju vidusskolai izraudzīti no augstskolas docētāju vidus. Darbā tika iesaistīti arī skolotāji, kuriem ir pieredze un panākumi darbā ar vidusskolēniem. 2016./2017. mācību gadā skolā mācās 41 skolēns, no kuriem 10.klasē – 11 skolēni, 11.klasē – 20 skolēni un 12.klasē – 10 skolēni.

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas rektors Edmunds Teirumnieks un jaunās vidusskolas direktors Aivars Vilkaste norāda, ka skolas darbības mērķis būs veidot radošu un kvalitatīvu izglītības vidi. Ņemot vērā to, ka Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija var nodrošināt skolēniem pieeju mūsdienīgām laboratorijām, augsti kvalificētus pedagogus un strādāt, ievērojot Latvijas Republikas likumdošanu, Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolā jaunieši iegūs kvalitatīvu izglītību savai tālākajai karjerai (Rēzeknes Augstskolas Sabiedrisko attiecību nodaļa, 2015).

Jau pirmajā pastāvēšanas gadā, skolēni aplicināja savas zināšanas un prasmes vietējās un valsts mēroga mācību olimpiādēs. Skolai pozicionējoties kopējā izglītības telpā, savas atpazīstamības nodrošināšanai, kā arī skolēnu un personāla saliedēšanai, iestādei ir nepieciešama spilgta korporatīvā identitāte.



1. attēls. Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskola. Foto: D.Poševa.

### **Korporatīvā identitāte kā organizācijas vizītkarte sabiedrības kontekstā**

Korporatīvā identitāte ir elementu kopums, kas demonstrē uzņēmuma, produkta vai pakalpojuma piederību vienam veselumam, tajā pašā laikā ļaujot tam izcelties konkurentu vidū (Holzinger, Dhalla, 2007).

Profesionāli izstrādāta korporatīvā identitāte veido vienotu, līdz detaļām izstrādātu grafisko kanonu, kas attiecas uz jebkurām šī zīmola vizuālajām izpausmēm. Šis kodekss aptver visus zīmola reprezentācijas un komunikācijas materiālus, definējot korporatīvās identitātes elementu lietošanas principus un estētisko filozofiju (Bergstremis, 2009).

Grafiskās zīmes jeb logotipa izstrāde ir pirmais solis korporatīvās identitātes veidošanā. Visiem pārējiem identitātes elementiem jābūt sakritīgiem un nolasāmiem. Vēstījumam jābūt vienkāršam, nepārprotamam un atbilstīgam. Grafikas dizainam skaidri jākomunicē plānotās, ar šo noteikto zīmolu saistītās asociācijas (Olinss, 2005).

Zīmoli mūsdienās vairs nav tikai organizācijas nosaukums, vizuālā identitāte vai sauklis, tiem tiek piedēvētas personiskās īpašības. Ar to palīdzību zīmoli sniedz vēstījumu par organizācijas misiju, vīziju, vērtībām, solījumiem un dibina attiecības ar organizācijas klientiem. Veidojot zīmolu jāatceras, ka tam jābūt – unikālam, atraktīvam, atbilstošam, uzticamam, noturīgam (Tirgus zinības, b.g.).

Korporatīvā identitāte sevī ietver – organizācijas nosaukumu (jēgu, saukļus), sistēmu, vizuālo komunikāciju (simbolus, dizainu, organizācijas kultūru), rezonansi (tēlu sabiedrībā), uztveres procesu (viegli iegaumējama un atpazīstama sabiedrībā), solidarizācijas procesu (cilvēks jūtas piederīgs organizācijai), nemitīgu identitātes uzturēšanu un saglabāšanu (Putniņa, 2011).

Grafiskie elementi, fonti, krāsu prioritātes ir vieni no svarīgākajiem elementiem korporatīvās identitātes dizaina izveidē.

Visi izstrādātie korporatīvās identitātes elementi, papildināti ar to izmantošanas nosacījumiem, tiek apkopoti stila grāmatā. Konsekvents izstrādātās identitātes lietošanas nosacījumu pielietojums ir obligāts sekmīgai mārketinga komunikācijai ar iecerētā zīmola tēla veidošanu mērķauditorijas apziņā (ESPLANĀDE, 2014).

No korporatīvās identitātes organizācija sagaida sabiedrības atkiesmi, uzticēšanos un iespēju orientēties dažādās situācijās.

Lai noteiktu tendences mācību iestāžu logo izveidē, nākamajā nodaļā skatīti Latvijas specializēto vidusskolu logo un to pamatojums.

### Latvijas mācību iestāžu korporatīvās identitātes dizains

Mūsdienu informatīvajā laukā ir iespēja skatīt mācību iestāžu mājas lapas, kur var gūt informāciju par piedāvātajām izglītības programmām, personālu, tradīcijām, aktuālajiem notikumiem utt. Izpētot daudzu Latvijas skolu mājas lapas, vērojams, ka vairākiem skolām ir izstrādāta arī logo zīme, kas kalpo kā skolas vizītkarte.

Raksta ietvaros, analizētas trīs logo zīmes. Kā analogi izvēlēti specializēto vidusskolu logo.

1.analogs. **Liepājas Dizaina un mākslas vidusskola** dibināta uz Lietišķās mākslas vidusskolas bāzes. Skolai ir izstrādāta spilgta un pamanāma korporatīvā identitāte. Mācību iestādes logo sastāv no ģeometriskām figūrām, kas kopā veido dinamisku, uz vienas šķautnes novietotu telpisku kubu, kā arī skolas nosaukuma sākuma burtiem. Pēc autoru novērojumiem, telpiska kuba simbols bieži tiek izmantots dizaina organizāciju logo sastāvā.

Logotipam ir izmantotas vēso toņu gradācijas – violetā, zaļā un zilā. Jāatzīmē, ka zilā krāsa ir viena no populārākajām izvēlēm mācību iestāžu logo dizainā. Tā, tāpat kā violetā, ir zinību un intelekta krāsa. Dažkārt, literatūrā to skaidro, kā uzticamības, pastāvības un apņēmības simbolu. Zaļā krāsa tiek uztverta kā nomierinoša un atsvaidzinoša, ar dabisku zilā un dzeltenā pieskaņu. Zaļo uztver kā ekoloģijas un miera simbolu. Šī krāsa nomierina nervu sistēmu un stimulē prātu, veicina radošumu. Violetā jeb lillā krāsa iemieso sevī līdzsvaru. Misticisma un karalisku īpašību papildīta krāsa, raisa radošumu un ekscentrismu (Dažādu krāsu nozīme un to simboli, 2015).

Logo ir izstrādāts lietošanai uz dažādiem foniem, kas palīdz ievērot dizainera uzstādījumus un izslēdz neatbilstošu logo izmantošanu (skat. 2. att.).

2.analogs. **Rīgas Dizaina un mākslas vidusskola** ir moderna un radoša mācību iestāde, kas domā ne tikai par skolēnu izglītošanu, panākumu sasniegšanu, bet arī par korporatīvo identitāti, kas patiesībā ir arī visa šī noslēpuma atslēga.



2. attēls. Liepājas Dizaina un mākslas vidusskola.

Logo ir simbols, kura pamatfunkcija ir veicināt uzņēmuma atpazīstamību. Logo jābūt izstrādātam tā, lai tas būtu viegli atpazīstams un Rīgas dizaina un mākslas vidusskolai ir tieši tāds logo. Tas ir vienkāršs un saprotams, kas lieliski komunicē ar patērētāju un nodod tajā iestrādāto ziņojumu. Logo sastāv no skolas nosaukuma sākuma burtiem un ģeometriskām formām – aplis, kvadrāta un trijstūra. Aplis raksturo – visa sākumu, iemieso sevī garīgo enerģiju, bezgalību un nebeidzamību. Trijstūris asociējas ar visa centru un precizitāti. Tas simbolizē harmoniju, proporciju, subjektivitāti, spēku un intelektu. Kvadrātu var uztvert kā balstu, jo tas simboliski ir visa pamats un stabilitāte (Ģeometrisko figūru simboliska nozīme, 2015).

Mācību iestādes logo izstrādāts divos krāsu variantos, pirmajā izmantota pelēkā un sarkanā krāsa, otrajā melnā un sarkanā. Pelēkā krāsa ir mūžīga un praktiska. Tā labi sader ar jebkuru citu krāsu, raksturo inteliģenci, izsmalcinātību un uzticamību. Sarkanā krāsa ir vispersoniskākā krāsa no visām. Pazīstama kā enerģijas stimulants. Sarkanais pievērš sev uzmanību un, saprātīgi izmantojot sarkanus akcentus, ļauj cilvēka redzei fokusēties uz izcelto objektu. Raksturo enerģiju, drosmi, dinamiku un gribasspēku. Melnā krāsa ir autoritatīva un spēcīga. Melnā krāsa raksturo eleganci, bagātību, izsmalcinātību un jauku (Dažādu krāsu nozīme un to simboli, 2015).

Logo ir viegli iegaumējams, tas rosina lojalitāti, uzticību un mācību iestādes profesionalitāti (skat. 3.att.).



3. attēls. Rīgas Dizaina un mākslas vidusskola.

3.analogs. **Rīgas Tehniskās universitātes Inženierzinātņu vidusskola (IZV)** ir Latvijā pirmā vispārējās vidējās izglītības mācību iestāde, ko izveidojusi universitāte un kurā Latvijas talantīgākie skolēni varēs padziļināti apgūt eksaktos mācību priekšmetus, lai sagatavotos inženierzinātņu studijām (Inženierzinātņu vidusskola, 2015).

IZV misija ir dot iespēju apdāvinātiem un spējīgiem Latvijas pilsētu un lauku jauniešiem iegūt kvalitatīvu, konkurētspējīgu vispārējo vidējo izglītību eksakto zinātņu virzienā.

Rīgas Tehniskās universitātes Inženierzinātņu vidusskolas (RTU IZV) zīmols uzvarējis Latvijas Dizaineru savienības konkursa «Gada balva dizainā 2015» nominācijā «Gada balva grafikas dizainā 2015» (skat. 4. att.).



4. attēls. Rīgas Tehniskās universitātes Inženierzinātņu vidusskolas logo.

Dizainu RTU IZV zīmola izstrādāja dizaina studija «Teika». Tā autori – Verners Timoško un Ieva Riekstiņa (Inženierzinātņu vidusskola, 2015).

Veidojot IZV grafisko identitāti, dizaina studija iedvesmu guva no sengrieķu zinātnieka Arhimeda vārdiem: «Dodiet atbalsta punktu, un es pacelšu Zemeslodi.» Tā radās gan skolas logotips, kur iespēju bezgalības zīme savieno divu mācību iestāžu abreviatūras, gan lakonisku simbolu sērija ar eksakto zinātņu leģendām, atklājumiem un jēdzieniem – Fuko svārstu, Ņūtona ābolu, gaismas prizmu, fotosintēzi. Grafiskā valoda akcentē un izceļ RTU IZV spēku eksaktajās zinātnēs un demonstrē tās jauneklīgo, elitāro garu (skat. 5. att.).

Logo izmantots spilgts krāsu salikums – oranža, violeta, zila, zaļa, gaiši zila. Oranžā krāsa simbolizē siltumu, enerģiju, entuziasmu, radošumu, neatkarību un pievilcību. Zilā krāsa ir uzticamības, pastāvības un apņēmības simbols. Zaļā krāsa ir nomierinoša un atsvaidzinoša. Tā simbolizē – veiksmi, harmoniju, izaugsmi un atsaucību. Violetā jeb lillā krāsa simbolizē līdzsvaru, mieru, cerību un mākslinieciskumu (Dažādu krāsu nozīme un to simboli, 2015).



5. attēls. RTU IZV korporatīvā identitāte.

Pateicoties profesionālu dizaineru darbam, skola ir ieguvusi pilnvērtīgu, skolas attīstības stratēģijai un filosofijai atbilstošu zīmola vizuālo identitāti.

Skatītie analogi apliecina katra logo oriģinalitāti, iekļaujot simbolu, šriftu un krāsu variācijas, kas veiksmīgi izmantojamas skolas informatīvo materiālu un prezentācijas priekšmetu noformējumā, sekmējot skolas atpazīstamību.

Nekatoties uz dizaineru profesionalitāti, neatņemama dizaina izstrādes sastāvdaļa ir lietotāja vajadzību izpēte. Nākamajā nodaļā apkopoti Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas (ATV) skolēnu anketēšanas un eksperta aptaujas rezultāti.

### Lietotāju vajadzību izpēte

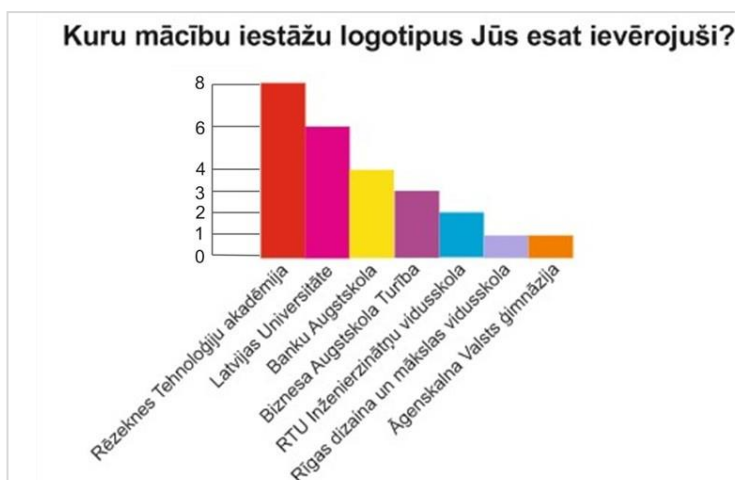
Katra skola kā sabiedriska iestāde ietver apkalpojošo daļu, kas ir skolotāji, administrācija, tehniskie darbinieki un pakalpojuma saņēmēju daļu, kas ir skolēni. Lai pētījums atbilstu ticamības nosacījumiem, tika izmantota triangulācija, t.i., dažādas datu ieguves metodes. Skolēni savu viedokli izteica rakstiski aizpildot anketas, savukārt skolas direktors tika izvēlēts kā eksperts un atbildēja uz strukturētās intervijas jautājumiem.

*Skolēnu aptaujas rezultāti.* Kā datu ieguves metode pētījumā izmantota skolēnu aptauja, kur ar anketas palīdzību tika apzināts respondentu viedoklis par uzdotajiem jautājumiem. Jautājumi tika sastādīti par Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas (ATV) zīmolu un tās korporatīvās identitātes izstrādes nepieciešamību.

Aptauja ir informācijas ievākšanas metode, kas tiek izmantota, lai aprakstītu, salīdzinātu vai izskaidrotu indivīda vai sabiedrības zināšanas, sajūtas, vērtības un uzvedību. Tas ir dokuments, kas ietver jautājumus un cita veida informāciju, kas izveidots ar mērķi ievākt informāciju analīzei (Terminu vārdnīca, 2010).

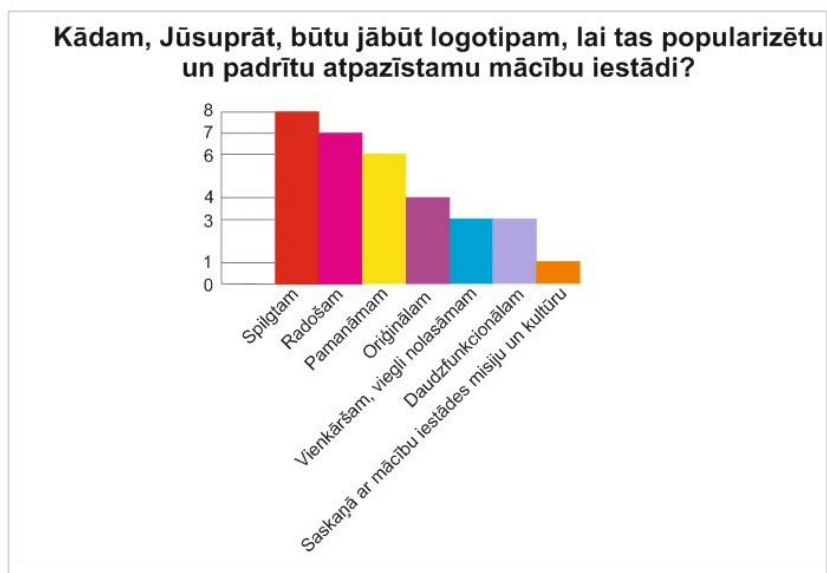
Tika aptaujāti 12 respondenti no Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas – 6 vīrieši un 6 sievietes vecumā no 16 – 18 gadiem. Pēc veiktā pētījuma tika secināts, ka visi aptaujātie respondenti uzskata, ka mācību iestādēm ir nepieciešama korporatīvā identitāte, lai labāk

atpazītu konkrētās mācību iestādes un popularizētu tās. Atbildot uz jautājumu, kuru mācību iestāžu logotipus Jūs esat ievērojuši, atbildes bija šādas – 8 no respondentiem ievērojuši Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas logotipu, 6 – Latvijas Universitātes logo, 4 – Banku Augstskola logo, 2 – RTU Inženierzinātņu vidusskolas logo, 3 – Biznesa Augstskolas Turība logo, 1 – Rīgas dizaina un mākslas vidusskola, 1 – Āgenskalna Valsts ģimnāzija (skat. 6. att.).



6. attēls. Respondentu atbildes.

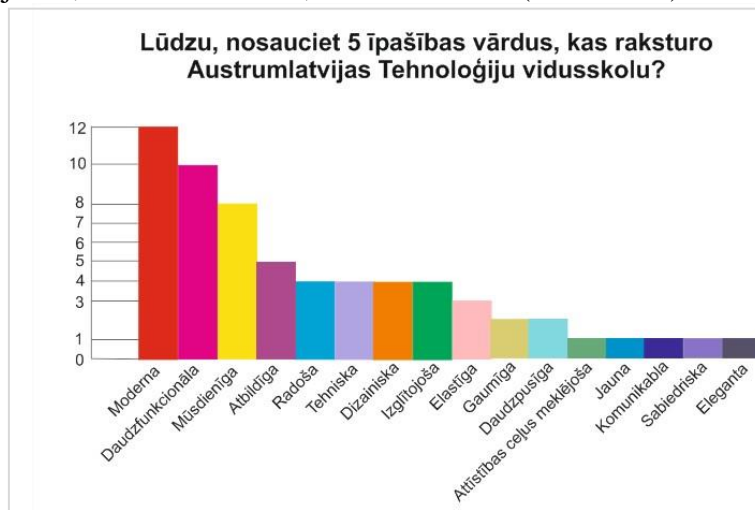
Uz jautājumu vai skola bez korporatīvās identitātes spēj pastāvēt un sevi reprezentēt, atbildes bija šādas – 10 no respondentiem atzina, ka bez korporatīvās identitātes mācību iestāde nevar pastāvēt, 2 – atzina, ka, ja mācību iestāde ir laba, tā var pastāvēt arī bez logo un korporatīvās identitātes. Turpretī, atbildot uz jautājumu, kādam, Jūsaprāt, būtu jābūt logotipam, lai tas popularizētu un padarītu atpazīstamu mācību iestādi, atbildes bija šādas – 8 no respondentiem atbildēja, ka logotipam jābūt spilgtam, 7 – radošam, 6 – pamanāmam, 4 – oriģinālam, 3 – vienkāršam, viegli nolasāmam, 3 – daudzfunkcionālam, 1 – saskaņā ar mācību iestādes misiju un kultūru (skat. 7. att.).



7. attēls. Respondentu atbildes.

Noskaidrojot, kas respondentus pamudināja uzsākt mācības ATV, atbildes bija šādas – 2 no respondentiem pamudinājuši vecāki, 2 – skolotāji, 8 – draugi. Atbildot uz jautājumu, kur Jūs ieguvāt informāciju par jaunizveidoto vidusskolu, atbildes bija šādas – 4 respondenti par vidusskolu uzzināja internetā, 8 – no draugiem, 2 – no vecākiem, 2 – no skolotājiem. Uz nākamo jautājumu, kāpēc, Jūsaprāt, Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolai nepieciešama korporatīvā

identitāte, atbildes bija šādas – 8 no respondentiem atbildēja, ka korporatīvā identitāte nepieciešama, lai gūtu atpazīstamību sabiedrībā, 4 – lai skola sevi popularizētu, 2 – lai izceltos citu mācību iestāžu vidū, 1 – lai skolu reprezentētu ne tikai Latvijā, bet arī ārpus tās. Atbildot uz jautājumu – lūdzu, nosauciet 5 īpašības vārdus, kas raksturo Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolu, respondenti sniedza šādas atbildes – 10 no respondentiem atzina, ka ATV ir daudzfunkcionāla, 4 – radoša, 4 – izglītojoša, 12 – moderna, 8 – mūsdienīga, 4 – tehniska, 4 – dizainiska, 3 – elastīga, 5 – atbildīga, 1 – eleganta, 2 – gaumīga, 2 – daudzpusīga, 1 – attīstības ceļus meklējoša, 1 – jauna, 1 – komunikabla, 1 – sabiedriska (skat. 8. att.).



8. attēls. Respondentu atbildes.

Atbildot uz jautājumu, kāda/s krāsa Jums asociējas ar ATV, atbildes bija šādas – 6 no respondentiem atbildēja, ka ATV viņiem asociējas ar zilu krāsu, 6 – pelēku, 6 – baltu, 4 – oranžu, 5 – zaļu, 3 – sarkanu. Turpretī, atbildot uz jautājumu, kāda simbolika Jums asociējas ar Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolu, atbildes bija sekojošas – 8 no respondentiem atbildēja, ka viņiem ATV asociējas ar ģeometriskām figūrām, 2 – ar dažādām tehnoloģijām, 2 – ar sākuma burtiem no skolas nosaukuma. Atbildot uz jautājumu, kāda varētu būt ATV devīze, atbildes bija šādas – 7 no respondentiem nebija viedokļa, 1 – „Pretī izaicinājumiem!”, 1 – „Ja Tu esi, tad Tu dari – uz priekšu!”, 1 – „Mācies, lai mainītos, mainies, lai pastāvētu!”, 1 – „Ar spožiem prātiem pretī uzvarai!” 1 – „Roku rokā!”. Uz nākamo jautājumu, vai Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas logo būtu jāaskan ar Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas logo, atbildes bija šādas – 8 no respondentiem atzina, ka ATV un RTA logo, būtu jāaskan, turpretī, 4 no respondentiem atzina, ka tiem nevajadzētu saskanēt, jo katrai mācību iestādei vajag būt atšķirīgai. Atbildot uz pēdējo jautājumu, ko sniegtu jauna logo izveide vidusskolai, atbildes bija šādas – 5 no respondentiem atzina, ka tā kļūtu atpazīstama sabiedrībā, 4 – konkurētu ar citām spēcīgām skolām, 2 – skola iegūtu popularitāti, 3 – jaunas idejas dāvanām, 2 – nodrošinātu skolai stabilu nākotni.

Kopumā respondentus vienoja vēlme mācīties skolā, kurai ir atpazīstams zīmols. Nozīmīgi ir arī skolēnu viedokļi un iniciatīva par skolas devīzes, krāsu un simbolu izmantošanu zīmola izstrādē.

*Eksperta strukturētā intervija.* Pētījuma ietvaros tika veikta eksperta intervija par Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas zīmolu un tās korporatīvās identitātes izstrādes nepieciešamību.

Intervija ir publicēta saruna ar kādu personu. Intervijas mērķis ir iegūt noteiktu informāciju un iepazīstināt ar to konkrētu auditoriju. Eksperta intervija palīdz atklāt pētāmās problēmas sarežģīto aspektu (Intervija, 2015). Pētījumā piedalījās viens eksperts – ATV direktors Aivars Vilkašte.

Vērtējot skolas darbu, eksperts atbildēja, ka *pirmajā mācību gadā ir sasniegts maksimāli iespējamais. Skolā strādā augstas kvalifikācijas speciālisti, kuri radoši pielieto mācību-*

audzināšanas procesā mūsdienīgas tehnoloģijas un tā rezultāta skolēni iegūst kvalitatīvas zināšanas. Eksperts atzīst, ka pirmais pastāvēšanas gads jau ir sekmējis atpazīstamību sabiedrībā, jo ir bijušas uzvaras konkursos un olimpiādēs, iesaistīšanās projektu darbā un ZPD. Kā arī pozitīva informācija masu medijos ir devusi pārliciecināšus rezultātus un atpazīstamību sabiedrībā. A. Vilkaste izteica viedokli, ka korporatīvā identitāte skolai ir nepieciešama, jo ja identitāte ir sakārtota, tad arī citās jomās ir kārtības sajūta.

Uz jautājumu – Kādu Jūs redzat Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas logo? – eksperta atbilde – *burtu salikums ATV, kas balstīts tehnoloģiju elementā. Piesaistes raksturojumi – zināšanas, gudrība, tehnoloģijas, kas spilgti raksturo vidusskolas identitāti. Kā vidusskolu raksturojošās īpašības tika nosauktas – uzņēmība, uzdrīkstēšanās, uzcītība, zinātkāre, draudzība un saprašānās. Savukārt vēlamās logo krāsas būtu zila, sudraba un balta. A. Vilkastes ieteiktā skolas devīze – Moderna, tehniska izglītība tavai nākotnei!* Uz jautājumu – Kā Jūs domājat, vai Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas logo būtu jāsaskan ar Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijas logo? A. Vilkaste parliedzinosi atbildēja, ka *jāsaskan, jo ATV dibinātāja ir RTA un tieši tāpēc abām skolām ir jābūt vienotām. Logo raksturotu ATV kā RTA sastāvdaļu. Kļūtu plašāk atpazīstama gan Rēzeknē, gan Latvijā. Kā arī Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolai piesaistītu vairāk skolēnu.*

Eksperta viedoklis apliecināja simbolisma izvēles meklējumus tehnoloģiju vizuālam atspoguļojumam un krāsu salikuma ierobežojumus logo izveidē.

### Secinājumi

Korporatīvā identitāte neverbāli atklāj un atmiņā saglabā pirmo iespaidu par organizāciju, rada pārliecību un vērtības, veido asociācijas un sniedz sabiedrībai vēstījumu par sevi.

Zīmolvedība ir apsaimniekošanas koncepcija, kas ir ieguvusi popularitāti izglītības iestādēs pēdējo gadu laikā. Zīmolvedība ir svarīgākais instruments organizācijas korporatīvās identitātes nostiprināšanā un identificēšanā.

Mūsdienu konkurences apstākļos kļūst svarīga skolu pozicionēšanās, kur viens no rīkiem ir tās korporatīvā identitāte ar vizuāli atpazīstamu zīmolu, kas sekmē iestādes uzticamību un popularitāti.

Skolēnu aptaujas analīze apliecināja skolēnu aktīvu pozīciju Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas korporatīvās identitātes nepieciešamībai.

Eksperta strukturētā intervija pamatoja Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas mērķus un sekmes skolas pirmajā pastāvēšanas gadā, kā arī deva ierosmes logo simbolu un krāsu izvēlei.

Veicot aptauju un interviju tika noskaidrots, ka ir nepieciešama moderna, radoša, pārliecināša un viegli uztverama korporatīvā identitāte, kas nodrošinās vidusskolai atpazīstamību sabiedrībā un popularitāti.

### Summary

Every person, group or organization has its own identity, which helps to define the most important values, events and stand out among competitors. Eastern Latvian High School of Technologies is a newly established school, which opened its doors in September 2015. Therefore the corporate identity is the key issue in the popularization of this school. The objective of this research is to find out the necessity of the corporate identity development for the Eastern Latvian High School of Technologies by studying and analyzing the importance of branding in the area of education. The methods of research: theoretical – investigation and analysis of relevant literature, internet sources and regulatory documents. Empirical – methods of data collecting: survey, structured interview.

The research has found:

Corporate identity non-verbally reveals and retains the first impression of the organization, creates beliefs and values, forms associations, and provides public message about itself.

Branding is a management concept that has gained popularity in educational institutions in recent years. It is the most important tool for strengthening corporate identity and identification of the organization.

In today's competitive environment the positioning of schools is becoming very important. One of the tools is corporate identity with a recognizable brand that promotes the reliability and popularity of the institution.



The analysis of students' survey has confirmed their active position in need of corporate identity of Eastern Latvia high school of technology.

Expert's structured interview has based the goals and success of Eastern Latvia high school of technology in its first year of existence. Moreover, it has given initiatives of the choice of logo symbol and colour.

The survey and interview has revealed the need for a modern, creative, compelling and understandable corporate identity that would provide popularity and public recognition of the secondary school.

#### Literatūra un avoti

1. Bergstrem, B. (2009). *Vizuālā komunikācija*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
2. Epadomi. (2015). *Dažādu krāsu nozīme un to simboli*. Skatīts: 15.03.2016. Pieejams [http://epadomi.lv/psihologija/veiksme\\_panakumi/13032015-dazadu\\_krasu\\_nozime\\_un\\_to\\_simboli](http://epadomi.lv/psihologija/veiksme_panakumi/13032015-dazadu_krasu_nozime_un_to_simboli).
3. Holzinger, I. & Dhalla, R. (2007). *Multiple Identities in Organizations: The Effects of Diversity on Organizational Identity*. The International Journal of Diversity in Organisations, Communities and Nations 7, 42-43.
4. Inženierzinātņu vidusskola. (2015). *Rīgas Tehniskās universitātes Inženierzinātņu vidusskola (IZV)*. Skatīts: 17.03.2016. Pieejams <http://www.izv.lv/>.
5. Inženierzinātņu vidusskola. (2015). *RTU Inženierzinātņu vidusskolas zīmols iegūst «Gada balvu dizainā 2015»*. Skatīts: 13.03.2016. Pieejams <http://www.izv.lv/archives/727>.
6. Liepāja. (2015). *Liepājas dizaina un mākslas vidusskola*. Skatīts: 15.03.2016. Pieejams [http://www.liepaja.lv/page/48&news\\_id=29442](http://www.liepaja.lv/page/48&news_id=29442).
7. Latvijas dizaineru savienība. (2015). *Rīgas dizaina un mākslas vidusskola*. Skatīts: 15.03.2016. Pieejams <http://design.lv/lv/school/dizaina-skola-1>.
8. Logotipi un vizuālā identitāte. (b.g.). Skatīts: 12.03.2016. Pieejams <http://www.esplanade.lv/lat/?module=pages&function=page&id=48&parent=2>.
9. Melewar, T. C. & Jenkins, E. (2002). *Defining the corporate identity construct*. Corporate Reputation Review, 5, 1, 76-90.
10. Olinss, V. (2005). *Par zīmolu*. Rīga: Neputns.
11. Prezi. (2015). *Ģeometrisko figūru simboliska nozīme*. Skatīts: 12.03.2016. Pieejams [https://prezi.com/qkr\\_tomufv5u/geometrisko-figuru-simboliska-nozime/](https://prezi.com/qkr_tomufv5u/geometrisko-figuru-simboliska-nozime/).
12. Putniņa, A. (2011). *Latvijas Nacionālās bibliotēkas identitāte. Zīmolu un patērētāju identitātes*. R.: Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts.
13. RA Sabiedrisko attiecību nodaļa. (2015). *Rēzeknē tiek dibināta Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskola*. Skatīts: 11.03.2016. Pieejams <http://rezeknesnovads.lv/rezekne-tiek-dibinata-austrumlatvijas-tehnologiju-vidusskola/>.
14. Rēzeknes Augstskolas Sabiedrisko attiecību nodaļa. (2015). *Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolā aizvadīta pirmā zinību diena*. Skatīts: 11.03.2016. Pieejams <http://www.ru.lv/aktualitates/64>.
15. Zīmolvedība. (b.g.). Skatīts: 11.03.2016. Pieejams <http://latinst.lv/kas-ir-zimolvediba/zimolvedibas-process/>.