

LATVIJAS PROFESIONĀLĀS IEVIRZES MĀKSLAS SKOLU VIZUĀLĀ IDENTITĀTE

Visual Identity of the Art Schools in Latvia

Aiva Titova

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, e-pasts: aivatitova@gmail.com

Aina Strode

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

Abstract. *Today, each of the most influential and popular organizations has a successful visual identity. Successful visual or corporative identity reveals the company's value and business sector. Institutional managers need to streamline corporate processes, including design identity. The objective of this research is to find out the necessity of the corporate identity development for the Jānis Simons Madonas art school by studying and analyzing the importance of branding in the area of art education and analyze examples of corporate identity among Latvian art schools. This art school is the first that kind of schools in Latvia. The methods of research: theoretical – investigation and analysis of relevant literature, internet sources and regulatory documents, case object study – randomly selected schools from all over Latvia.*

Keywords: *visual identity, graphic design, art school, logo.*

Ievads

Katrai iestādei un organizācijai ir savs vēstījums un stratēģija, ko veiksmīgs korporatīvais tēls papildina un popularizē. Konkurences apstākļos svarīgi ir rūpēties par atpazīstamību, tiek meklēti visdažādākie veidi un iespējas, lai piesaistītu klientus un nepieciešamo auditoriju. To sekmē viegli saprotams un pārdodams zīmols. Ikvienam uzņēmumam jāveido pēc iespējas labāka reputācija, ko veiksmīga vizuālā identitāte var tikai papildināt, bet neveiksmīga dizaina gadījumā sabojāt.

Lai veiksmīgi konkurētu un sadarbotos mākslas izglītības sfērā, Latvijas profesionālās ievirzes izglītības iestādēm skaidri jādefinē pārvaldības modeļi. Iestāžu vadītājiem nepieciešams sakārtot uzņēmumu iekšējos pārvaldības procesus, tajā skaitā – korporatīvo identitāti. Stratēģijas izveidošanā jeb nosaukšanā ir jābūt skaidriem organizācijas mērķiem, neaizmirstot par specifiku – atrašanās vietu, kultūru, misiju un vīziju.

Raksta mērķis: izpētīt un analizējot zīmolvedības nozīmi profesionālās ievirzes izglītības nozarē, noskaidrot vizuālās identitātes atjaunošanas nepieciešamību Jāņa Simsona Madonas mākslas skolā. Izmantotās pētījuma metodes: teorētiskās – ar nozari saistītās literatūras un interneta resursu izpēte un analīze. Empīriskā datu ieguves metode: gadījumu izpēte – pēc nejaušības principa atlasītas skolas no visas Latvijas.

Korporatīvās identitātes raksturojums un tās nepieciešamība profesionālās ievirzes izglītībā

Veiksmīga uzņēmuma jeb zīmola priekšnosacījumi ir rūpes par atpazīstamību, kur lielu lomu spēlē veselīga konkurence, tās rezultātā tiek meklēti visdažādākie veidi un iespējas, lai piesaistītu klientus. Bieži vien tieši konkurence palīdz radīt jaunas un nebijušas idejas, vai savā ziņā izaicina uzņēmumu uzņemties risku, lai gūtu necerētus panākumus. Veiksmīgam zīmolam ir jābūt viegli saprotamam dažādās nacionalitātēs un valstīs, lai tas būtu viegli pārdodams un nepārprotams. Reizēm zīmola vizuālo izskatu pielāgo dažādām kultūrām, gadījumos, ja produkts, pakalpojums

tiek sniegts pārāk atšķirīgām valstīm jeb kultūrām. Viens no svarīgākajiem noteikumiem ir uzņēmuma, zīmola reputācija, ko ir viegli sabojāt, bet uzlabot ir gandrīz neiespējami. Tieši šī iemesla dēļ uzņēmumi ļoti lielu budžetu atvēl reputācijas saglabāšanai un uzlabošanai (Narayanan, 2016).

Pētot uzņēmuma vizuālo identitāti, vispirms tiek skaidrots *dizaina* jēdziens. Dizains ir priekšmetu un vides mākslinieciskā veidošana, konstruēšana ar dažādām funkcijām. Pēc *María del Rosario Restrepo Boada* domām tas ir zīmju un simbolu kopums ar svarīgu nozīmi. Šo zīmju kompozīcijas un izvietojuma meklējumi noved pie tieša vai netieša salikuma, kas veido nozīmi (Graphic design production as a sign, 2016). Veiksmīgs dizains ir inovatīvs un estētisks, tas produktu padara viegli lietojamu, uztveramu, bet tai pašā laikā tam jābūt neuzbāzīgam, godīgam un ilgtspējīgam. Katra sīkākā detaļa ir svarīga un pārdomāta, tas ir videi draudzīgs un nav "samocīts" (Hellers, Andersone, 2016).

Grafiskais dizains nav tikai tehnoloģijas, tā pamatā ir roku darbs ar skicēm, ko dēvē par "zīmuļa atgriešanos". Ar grafisko dizainu mēs sastopamies ikdienā. Tā izveide ir kreatīvs process, kurā tiek izstrādāts individuāls pakalpojuma / produkta vērtību, vizuālo tēlu raksturojošs un papildinošs dizaina risinājums (Giloj, Toit, 2017). Grafiskais dizains ir estētiski un politiski sākotnējās televīzijas pamatā. TV speciālisti izmantoja grafisko dizainu kā pamatlīdzekli, lai ar ideju par brīvu pasauli slavinātu Ameriku kā progresu centru (Graphic Design and the Visual Environment of Television at Midcentury, 2016).

Katrs makets, katra darba iekārtojums kaut ko stāsta. Grafiskajā dizainā iespējams manipulēt ar vizuālās izteiksmes līdzekļiem – burtu veidiem un attēliem. Ideju var izklāstīt tieši, bet var arī "stāstīt stāstu" aplinkus. Tas pierāda, ka katrai iestādei un organizācijai nepieciešams izveidot atbilstošu vizuālo tēlu.

Latvijas profesionālās ievirzes mākslas skolu vizuālās identitātes dizaina izpēte

Mākslas skola ir vieta, kur bērni un jaunieši padziļināti apgūst mākslas un dizaina nozīmi, līdz ar to korporatīvajai identitātei jābūt mūsdienīgai, bet tai pašā laikā radošai. Mākslas skolas Latvijā pārsvarā ir pašvaldību uzraudzībā, un bieži vien vizuālā identitāte ir saistīta ar pašvaldībā jeb novadā apstiprinātajiem logotipiem un tajos esošajām krāsām, kā arī formām. Pētot mākslas skolu vizuālo identitāti, ir redzams, ka ir skolas, kuras ir radījušas savus atšķirīgus logotipus un vizuālo identitāti. Skolu logotipus var iedalīt vairākās grupās.

Kā pirmo no iedalījumiem jāmin asociatīvā pieceja logotipu izveidei, kur logotipos parādās tēls, kas radīts pētot jēdzienu *māksla* un meklējot ar to saistītos priekšmetus, izpausmes, sakarības.

Tā, piemēram, Cēsu mākslas skolas logotipā izmantotas ģeometriskās formas. Kompozīciju veido aplis un kvadrāts ar vienkāršotu un it kā bērna zīmētu stilizētu cilvēka siluetu, atveidojot Leonardo da Vinči Vitrūvija cilvēka modeli, tā proporcijas, kuras sauc par dievišķām. Izvēlētas krāsas ir pamatkrāsas, kas ir dzeltens, sarkans un zils, lai gan toņi izvēlēti nedaudz pieklusināti. Uzraksts ir pilns skolas nosaukums, kas atveidots *sans serif* šriftā (skat. 1. att.).



1. attēls. Cēsu mākslas skolas logotips. (<http://cesumaklasskola.lv>).

Dobeles mākslas skolas vizuālo tēlu veido trīs krāsu paletes, katra no tām ir citā pamatkrāsā, uz katras paletes ir aplis pretkrāsā, kas simbolizē punktu kā mākslas sākumu. Uzraksts ir veidots krāsu pārejā un izvēlēts *sans serif* šriftā (skat. 2. att.).



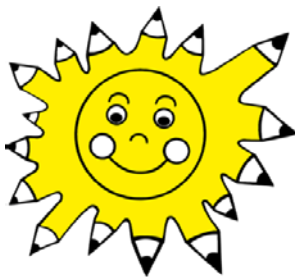
2. attēls. Dobeles mākslas skolas logotips (<http://dobelesmakslasskola.lv>).

Nākamā logotipu grupa ir animētie logo. Logotipā tiek animēta kāda daļa vai viss logotips. Jura Soikāna Mākslas skolas logotipā redzams zīmulis, kas fantāzijas lidojuma rezultātā pārvērties par krāsainu vilku. Logo ietver arī skolas nosaukumu. Koloristikā dominē zilie toņi (skat. 3. att.).



3. attēls. J. Soikāna Ludzas mākslas skolas logotips. (<http://www.kulturaskarte.lv>).

Jēkabpils mākslas skolas logo atveido sauli, kas, protams, ir dzeltenā krāsā, bet tās stari ir animēti kā zīmuļi. Šis ir viens no retajiem logo, kas nesatur nosaukumu vai tā sākuma burtus (skat. 4. att.).



4. attēls. Jēkabpils mākslas skolas logotips. (<http://www.jrms.lv>).

Trešais iedalījums ir logotipi, kuru simboli radīti saistībā ar ģeogrāfisko novietojumu, vai saistībā ar novada vai pilsētas simboliku. Šim iedalījumam ir atbilstošs Gulbenes mākslas skolas logotips. Tajā ir atveidota balta gulbja kontūra, kas pildīta ar varavīksnes krāsām. Gulbja knābis vizuāli atgādina zīmuļa galu. Lieki piebilst, ka Gulbenes novada ģerbonī atveidots gulbis (skat. 5. att.).



5. attēls. Gulbenes mākslas skolas logo. (<http://gulbenesmakslasskola.lv>).

Jūrmalas mākslas skola dibināta 2002. gada 6. novembrī, kas ir jaunākā mākslas skola. Tās logotips ir grafisks ar kvadrātā kārtotām paralēlām lauztām viļņveida līnijām. Vienā no līnijām izcelts M burts. Logotipa līnijas stilizēti atveido jūru, kas ir gan pilsētas nosaukumā, gan kuras krastā tā atrodas (skat. 6. att.).



6. attēls. Jūrmalas mākslas skolas logo. (<http://jurmala.maklasskola.lv>).

Ceturtajam logotipu iedalījumam atbilst logo, kuros ietilpst mākslinieciski veidota skolas nosaukuma vārdu pirmo burtu kombinācija. Ogres mākslas skolas logotips ir burtu savienojums, ko veido paralēlu līniju joslas grafika (skat. 7. att.).



7. attēls. Ogres mākslas skolas logo. (<http://www.omaksla.lv/>).



8. attēls. Saldus mākslas skolas logo. (<https://maklasskola.saldus.lv/>).

Savukārt Saldus mākslas skolas logotipā burti SMS ir atraktīvi stilizētās un mākslinieciskās formās, ieturēti pretkrāsās, kas ir dzeltens un violets. Logotipā saskatāma arī stilizēta ota un velce (skat. 8. att.).

Ir skolas, kas izvēlējušās specifiskus logo tēlus, ko vizuāli analizējot nevar saistīt ar iepriekš minētajiem grupējumiem. Ventspils mākslas skolas logo simbols ir vārns. Logo atveidots pretkrāsās – zilā un oranžā (skat. 9.a att.). Liepājas mākslas skolas logo atveidotas četras ģeometriski stilizētas figūras, kas savienotas kā puzzle. Krāsa izvēlēta balta, kas ļauj logo viegli izvietot uz dažādiem krāsainiem vai tumšas krāsas foniem (skat. 9.b att.).



9. attēls. Mākslas skolu logotipi: a–Ventspils mākslas skolas logo (<http://www.ventspilsmaklasskola.lv/>),
b – Liepājas bērnu mākslas skolas logo (<http://lmmdv.edu.lv/bernu-maklas-skola-vesture>),
c – Pļaviņu Mākslas skolas logo
(<http://www.plavinunovads.lv/lv/sustomers/plavinu-maklas-skola>),
d – Maijas Pīlāgas Lēdurgas Mākslas un mūzikas skolas logo (<http://ledurgas-mms.info/>).

Pļaviņu Mākslas skola savā logotipā atveidojusi putnu, kura kreisais spārns ietver skolas nosaukuma pirmos burtus. Pelēkā krāsa izvēlēta tāda pati, kas atrodama Pļaviņu novada ģerbonī. Šis ir vienīgais no analizētajiem logotipiem, kurā redzamas visas trīs logotipa sastāvdaļas: nosaukums, simbols un nosaukuma pirmo burtu kombinācija (skat. 9.c att.).

Maijas Pīlāgas Lēdurgas Mākslas un mūzikas skolas logotipā atveidota liepas koka lapa. Lapa stilizēta, pārdalot to uz pusēm un mainot pušu virzienu. Izvēlēta pelēkā krāsa, ko ietver melna kontūra (skat. 9.d att.).

Kā atsevišķu grupu autores izvēlējās analizēt logotipus, kuri ietver ziedu. Šāda izvēle saistīta ar ieceri izstrādāt Madonas mākslas skolas vizuālo identitāti un skolas direktores Kristīnes Šulces ieteikumu logotipā saglabāt ziedu, kas redzams skolas dibinātāja Jāņa Simsona radītajā logotipā (skat. 12. att.).

Balvu mākslas skolas logo redzams zieds ar neregulārām septiņām ziedlapiņām, kas iekrāsotas varavīksnes krāsās, bet tā apakšdaļa veidota vieglām grafiskām līnijām (skat.10. att.).



10. attēls. Balvu mākslas skolas logo.
(<http://www.balvi.lv/lv/izglitiba/izglitibas-iestades/profesionales-ievirzes-skolas/balvu-makslas-skola>).

Interesanti, ka Jelgavas mākslas skolas logo izvēlētais zieda motīvs pēc silueta ir līdzīgs ziedam, kas redzams Jāņa Simsona radītajā Madonas mākslas skolas logo. Tomēr atšķirīgais zieda grafiskais „uzdevums” – novietojums, koloristika, sasaiste ar šriftu, skaits, skatījumu uz zieda simbolu padara atšķirīgu (skat. 11. att.).



11. attēls. Jelgavas mākslas skolas logo. (<http://www.j-m-s.lv/>).

Mākslas nozare ir daudzpusīga un to atklāj arī šīs nozares skolu logo dizaina dažādība. Māksla ir attīstījies gadsimtiem un nav izstrādāti kategoriski nosacījumi, kā to būtu jāuztver. Tieši tāpēc logotipos var saskatīt visdažādākos paņēmienus, piemēram, daudzkrāsu vai pretēji monohromus, tai pašā laikā pārsātinātus vai pretstatā grafiski minimālistiskas stilizācijas.

Jāņa Simsona Madonas mākslas skolas logo pēctecības pamatojums

Madonas mākslas skola šobrīd nes iestādes pirmā direktora Jāņa Simsona vārdu. Mākslas skola dibināta 1975. gada 1. jūlijā kā pirmā šāda tipa skola Latvijā. Madoniešiem, kas pazina Jāni Simsonu, viņš ir kas vairāk nekā mākslas skolas direktors, pedagogs, gleznotājs, dzejnieks, mūziķis. J. Simsons izveidojis arī pirmo skolas logo (skat. 12. att.). Burtā «M» ir saredzama – Madona, Māksla, Mīlestība, Mūžs, Maize, Māte... Šis burts sargā nelielu sešu lapu ziediņu, kurš simbolizē visu skaisto, dzīvo, saudzējamo un radošo. Par skolas himnu ir izvēlēta dziesma ar Jāņa Simsona vārdiem un Raimonda Lapkaša mūziku – «Vai tā pusnakts, vai tie putni piedzied rūtis pilnas puķēm» (Jānis Simsons – Mūžības ceļinieks, 2014). Tā Jāņa Simsona klātesamība turpinās.

Madonas mākslas skolai 2014. gadā mainīts nosaukums – Jāņa Simsona Madonas mākslas skola. Skolas audzēkņi allaž ir uzrādījuši labus rezultātus valsts nozīmes konkursos. Jāņa Simsona Madonas mākslas skola veiksmīgi popularizē Madonas pilsētas vārdu, organizējot Latvijas mēroga pasākumus, kā arī sniedz plašas iespējas esošajiem audzēkņiem.

Šobrīd arī starp Latvijas mākslas skolām vizuālās identitātes tēma ir aktuāla. Tā, piemēram, 2016./2017. mācību gada valsts izsludinātā konkursa tēma bija iepakojuma dizains, kas ir apakšnozare dizainā. Tāpēc skolai nepieciešama vizuālās identitātes atjaunošana, kas sekmētu skolas popularizēšanu.



12. attēls. Jāņa Simsona radītais Madonas bērnu mākslas skolas logo. Foto: A. Titova.

Skolas misija ir radīt iespēju Madonas novada jauniešiem iegūt kvalitatīvu profesionālās ievirzes izglītību, saglabāt un pilnveidot prasmes, zināšanas un tradīcijas un nodot tās nākamajām paaudzēm. Skolas pamatvirziens ir izglītojošā darbība. Skolā mācās 162 audzēkņi, no kuriem ik gadu vidēji 2–6 audzēkņi turpina mācības ar mākslu saistītās vidējās un augstākajās mācību iestādēs.

Attīstoties tehnoloģijām un tendencēm logo dizainā, ik pēc noteikta perioda, mainot vizuālo identitāti, tiek uzsvērta organizācijas attīstība. Tas pats ir attiecināms uz izglītības iestādēm un šajā gadījumā uz J. Simsona Madonas mākslas skolu, kuras sākotnējais logo izstrādāts pirms vairāk nekā 40 gadiem, bet vairāk kā 10 gadus vairs netiek izmantots (skat. 12. att.). Jaunas vizuālās identitātes izstrāde, kas saglabās J. Simsona izvēlēto zieda simbola siluetu, būs labs piemērs iešanai kopsolī ar jauno paaudzi, cienot tradīcijas un mākslas ilgtspējību.

Secinājumi

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

Veiksmīgs vizuālās identitātes risinājums paskaidro iestādes vai organizācijas mērķus un pauž tās vīziju, būtiski, lai būtu atbilstošs nozarei.

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.

Veiksmīga korporatīvā identitāte rada labas atsauksmes un sekmē skolēnu skaita pieaugumu, kā arī cieņu un respektu citu skolu un to darbinieku vidū.

Daudzas Latvijas profesionālās ievirzes mākslas skolas jau izveidojušas vai ir korporatīvās identitātes izveides procesā. Skolas logo dizainā izvēlas ar nozari saistītās asociācijas vai rosina patērētājus fantāzijas lidojumā.

Pētījumā, veicot gadījumu (mākslas skolu logo) izpēti, logo pēc vizuāli saturiskā konteksta tika sagrupēti šādi:

- logo veidoti ar asociatīvo pieeju;
- animētie logo;
- logo, kas saistīti ar skolas ģeogrāfisko novietojumu vai pilsētas simboliku;

- logo ar nosaukuma pirmo burtu kombināciju;
- specifiskie logo;
- logo ar zieda motīvu.

Jāņa Simsona Madonas mākslas skola ir veidojusi mākslas skolu vēsturi un mākslas attīstību Latvijā, tāpēc tai nepieciešama atbilstoša korporatīvā identitāte. Veicot teorētisku izpēti, var secināt, ka skolai ir sentimentālas izjūtas par skolas pirmo radīto logotipu un jaunais būtu jārada asociācijā ar to.

Summary

Each institution and organization has its own message and strategy to complement and promote a successful corporative design. Competition plays a major role in looking for a variety of ways and opportunities to attract customers and the right audience. Brand should be easy understandable and easy sold. Every company should create the best possible reputation that a successful visual identity can only improve, but in case of unsuccessful design – damage. The aim of the article is to study and analyze the importance of branding in the art education sector, ascertaining the need for the development of a corporate identity for the Jānis Simsons Madonas Art School, and to analyze examples of corporate identity among Latvian art schools. Research methods used: theoretical – research and analysis of literature related to the sector and internet resources. Methods for empirical data acquisition and expert interview.

The research has found:

- Jānis Simsons Madonas Art School has created the history of art schools and the development of art in Latvia, and therefore needs an appropriate corporate identity.
- Through theoretical studies and interview, it can be concluded that the school has sentimental feelings with the first logo created by Jānis Simsons and the new one should be associated with it.
- Corporate identity visually discovers and gives the first impression of organization, creates beliefs and values, also associations and gives a public message about them.
- In today's competitive environment, school positioning is becoming increasingly important, where one of the tools is its corporate identity with a visually recognizable brand, which contributes to the credibility and popularity of the institution.
- Successful corporate identity creates good feedback and contributes to increasing student numbers, as well as respect and respect for other schools and their employees.
- The most active and modern art schools in Latvia have already set up or are in the process of creating a corporate identity. A school chooses industry-related associations or encourages consumers to fantasy flight in logo design.

Literatūra un avoti

1. Burns, J. (2015). Re-establishing the Purpose and Value of a Graphic Design Subject Association. *Art, Design & Communication in Higher Education*. 14(2), 199–205. Database: EBSCOhost.
2. Fiell, C., & Fiell, P. (2013). *The Story of Design*, China: Carlton Publishing Group.
3. Hellers, S., & Andersone G. (2016). *Grafiskā dizaina rokasgrāmata*. Rīga: SIA „Jāņa Rozes apgāds”.
4. Jānis Simsons – Mūžības ceļinieks (2014). Rīga: SIA „Hromets poligrāfija”.
5. Jāņa Simsona Madonas mākslas skola. (b.g.). Skatīts 08.08.2017. <http://www.madona.lv/lat/?ct=asknod&fu=read&id=89>.
6. Kundziņš, M. (2004). *Dabas formu estētika. Bionika un māksla*. Rīga: SIA „Madris”.
7. María del Rosario Restrepo Boada (2016). *Graphic Design Production As A Sign*. 23(3), 308–329. Database: EBSCOhost.
8. Narayanan, V. (2016). Application of 3² Factorial D–Optimal Design in Formulation of Porous Osmotic Pump Tablets of Ropinirole. *Journal of Young Pharmacists*, 9(1), 87–93. Database: EBSCOhost.
9. Spingel L. (2016). *Graphic Design and the Visual Environment of Television at Midcentury*, 28(4), 28–54. Database: EBSCOhost.
10. Weeler, A. (2013). *Designing Brand Identity, fourth edition*. Canada: Jonh Wiley & Sons.