Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values https://liberal-journal.ru
2025, №2, Том 9 / 2025, No 2, Vol 9 https://liberal-journal.ru/issue-2-2025.html
URL статьи: https://liberal-journal.ru/PDF/02KLLD225.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:

Кривонос Д. А. Изображение Боганидского гольца как элемент фирменного стиля компании / Д. А. Кривонос, Н. В. Ионова, В. С. Лопасова // Либерально-демократические ценности. — 2024. — Т. 9. — № 2. — URL: https://liberal-journal.ru/PDF/02KLLD225.pdf

For citation:

Krivonos D. A., Ionova N. V., Lopasova V. S. The image of the Boganid char as an element of the company's corporate identity. *Journal of liberal democratic values*. 2024; 9(2): 02KLLD225. Available at: https://liberal-journal.ru/PDF/02KLLD225.pdf. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 74.01/.09

Кривонос Дарья Алексеевна
Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, Москва, Россия
студент бакалавриата
E-mail: kirskim567@gmail.com

Ионова Надежда Вячеславовна
Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, Москва, Россия
студент бакалавриата
E-mail: erohina2004@rambler.ru

Лопасова Валерия Сергеевна
Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, Москва, Россия
преподаватель кафедры цивилизационного дизайна,
E-mail: Leralopasova@mail.ru

Изображение Боганидского гольца как элемент фирменного стиля компании

видов лососевых рыб в фирменный стиль компании. Авторы анализируют Боганидского гольца, как представителя рыбной фауны Арктической зоны Российской Федерации, а также разрабатывают фирменный стиль компании, деятельность которой направлена на сохранение популяции лососевых рыб, их изучения и разведения для изготовления рыбной продукции и ее последующей реализации. Один из ключевых аспектов данной работы заключается в том, что созданный дизайн способствует информированию людей о проблеме сохранения водной экосистемы. Логотип играет важную роль в формировании имиджа компании, её узнаваемости и успешности на рынке. Он помогает потребителям быстро идентифицировать бренд, вызывает доверие и формирует эмоциональную связь. Поэтому разработка качественного и запоминающегося логотипа является важной задачей для любой компании. Важно помнить, что дизайн логотипа должен быть гармоничным и соответствовать общему стилю компании. Рыба как элемент дизайна может придать логотипу уникальность и запоминаемость, но важно учитывать целевую аудиторию и особенности бизнеса. Хорошо продуманный фирменный стиль формирует визуальную идентичность, которая помогает запомнить бренд и отличить его от других.

Ключевые слова: Арктика; флора и фауна; боганидский голец; фирменный стиль; водная экосистема; сохранение популяции; концепция; бренд; анализ концепции; элемент фирменного стиля

Арктика, северное сокровище нашей планеты, поражает своей красотой и величием. Эта область включает два значительных транспортных коридора, природу, полную богатств, и множество коренных племен. Арктический регион России охватывает девять областей, общая площадь которых составляет 4,8 миллиона квадратных километров, где проживает 2,6 миллиона людей (рис. 1).

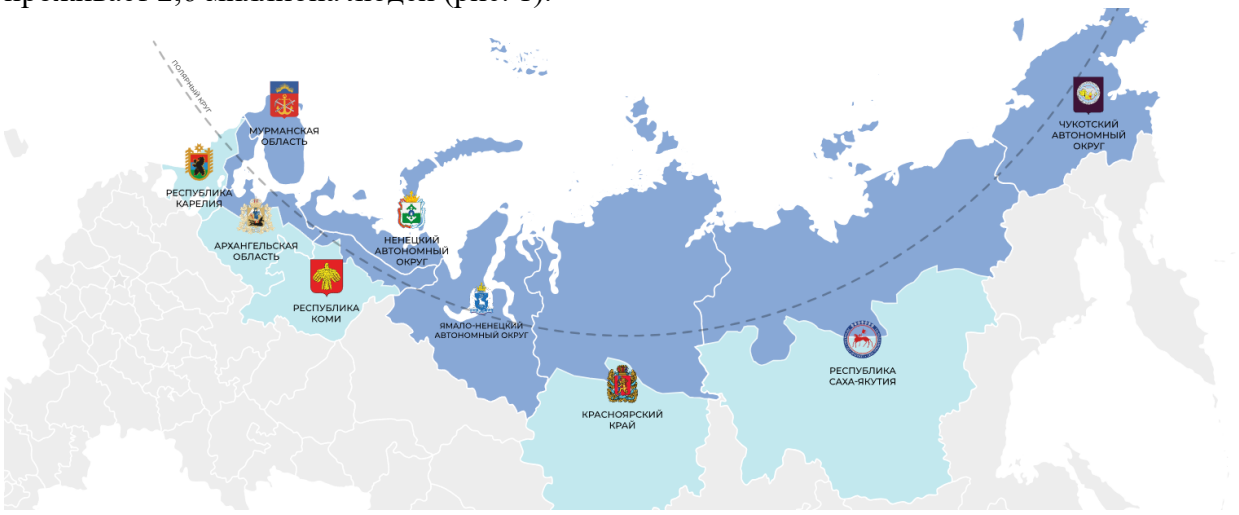

Рис. 1. Карта Арктических регионов РФ [2]

Арктическая зона России – это уникальная местность, где флора и фауна адаптировались к трудным условиям. Ограниченное количество солнечного света и низкие температуры формируют своеобразную экосистему, в которой выживание зависит от замечательной способности организмов к адаптации.

Растительность состоит преимущественно из мхов, лишайников и небольших кустарников. В тундре можно встретить арктическую иву и карликовую березу, которые прекрасно переносят замерзание.

Фауна региона богата и разнообразна. Здесь живут белые медведи, тюлени, моржи и множество птиц, включая полярных сов и мигрирующих гнездящихся видов и разнообразные виды рыб. Таким образом, Арктика является не только природным заповедником, но и местом глубокой связи человека с природой и заключает в себе уникальную экосистему.

Роль разведения рыбы в Арктике:

Рыбная промышленность в Арктике играет ключевую роль в экономике и экологии региона. Она способствует развитию рыболовства, созданию рабочих мест и обеспечению продовольственной безопасности.[3]

Экономическое значение:

Занятость местного населения: Разведение рыбы обеспечивает занятость местного населения и способствует развитию прибрежных регионов.

Важная отрасль экономики: Рыболовство является ключевой отраслью экономики арктических стран, таких как Россия, Канада, Норвегия и другие.

Привлечение инвестиций: Развитие рыболовства привлекает инвестиции в регион, способствуя созданию новых предприятий и развитию инфраструктуры. [8]

Экологическое значение:

Ключевое звено в пищевой цепи: Рыба является важным звеном в пищевой цепи Арктики, обеспечивая пищей многих хищников, включая морских млекопитающих и птиц.

Сохранение биоразнообразия: Разведение рыбы помогает сохранить биоразнообразие региона и поддерживать экологический баланс.

Контроль численности видов: Рыболовство позволяет контролировать численность некоторых видов рыб, предотвращая их чрезмерное размножение и возможные негативные последствия для окружающей среды.
Продовольственная безопасность:

Обеспечение качественными продуктами питания: Разведение рыбы в Арктике обеспечивает население региона качественными и доступными продуктами питания.

Источник питательных веществ: Рыба является источником белка, витаминов и минералов, необходимых для здоровья человека.

Снижение зависимости от импорта: Развитие рыболовства способствует снижению зависимости от импорта рыбы и обеспечению продовольственной независимости региона.

Развитие туризма:

Основа для рыболовного туризма: Разведение рыбы может стать основой для развития рыболовного туризма в Арктике.

Привлечение туристов:

Туристы могут насладиться красотой природы Арктики и попробовать свои силы в рыбной ловле.

Развитие инфраструктуры:

Это может способствовать развитию инфраструктуры и созданию новых рабочих мест.

Развитие рыбной промышленности в Арктике имеет множество преимуществ. Однако этот процесс сталкивается с рядом проблем, связанных с климатическими условиями, удалённостью региона и необходимостью соблюдения экологических норм. Для решения этих проблем необходимо усиление государственной поддержки, развитие технологий и международное сотрудничество. [1]

Фирменный стиль. Фирменный стиль – это не просто набор визуальных элементов, но и комплексная стратегия, которая играет ключевую роль в формировании идентичности компании. Он включает в себя не только логотип и цветовую палитру, но и множество других аспектов, таких как шрифты, графические элементы, тональность коммуникации и даже стиль фотографий. Все эти элементы работают в унисон, создавая целостный образ бренда, который отражает его миссию, ценности и уникальное позиционирование на рынке.

Одной из основных функций фирменного стиля является создание эмоциональной связи с потребителем. Знакомые визуальные элементы способны вызывать у клиента чувство доверия и привязанности. Например, если мы возьмем в качестве примера

компанию «Coca-Cola», то увидим, что ее яркий красный цвет ассоциируется с энергией и страстью, что, в свою очередь, способствует созданию позитивного имиджа. В то же время, зеленый цвет, который часто используется в брендах, ориентированных на экологичность, вызывает ассоциации с природой и здоровьем. Таким образом, выбор цветовой палитры является не просто эстетическим решением, а важным шагом, требующим глубокого понимания психологии восприятия цвета и его влияния на целевую аудиторию. [9]

Кроме того, фирменный стиль служит важным инструментом для демонстрации ценностей компании. Он позволяет не только говорить о своих принципах, но и визуально их подчеркивать. Например, использование экологически чистых материалов для печатной продукции говорит о приверженности компании к устойчивому развитию и заботе об окружающей среде. Минималистичный дизайн может отражать стремление к простоте и функциональности, в то время как роскошный и сложный стиль может подчеркивать престиж и эксклюзивность. Каждый элемент фирменного стиля должен быть тщательно продуман и соответствовать общей концепции, иначе он может вызвать путаницу и недопонимание у потребителей.

Важно отметить, что фирменный стиль также способствует созданию узнаваемости бренда. Когда потребители сталкиваются с единым визуальным стилем в различных каналах коммуникации, будь то веб-сайт, социальные сети или рекламные материалы, это создает мощный эффект запоминания. Узнаваемый бренд легче выделяется на фоне конкурентов, что особенно актуально в условиях насыщенного рынка, где потребители ежедневно сталкиваются с множеством предложений.

Кроме того, хорошо разработанный фирменный стиль может стать мощным инструментом для привлечения новых клиентов. Когда потенциальные покупатели видят профессионально оформленный бренд, это создает у них ощущение надежности и качества. Например, компании, которые инвестируют в создание уникального и привлекательного фирменного стиля, часто получают более высокую лояльность со стороны клиентов и, как следствие, увеличивают свои продажи.

Фирменный стиль также играет важную роль в внутренней культуре компании. Он формирует представление сотрудников о бренде, укрепляет командный дух и создает общую идентичность. Когда сотрудники понимают и разделяют ценности компании, они становятся более мотивированными и вовлеченными в процесс работы. Это, в свою очередь, может привести к повышению производительности и снижению текучести кадров.

Не менее важным аспектом является адаптация фирменного стиля к различным платформам и форматам. В современном мире, где цифровая коммуникация занимает центральное место, важно, чтобы фирменный стиль был гибким и мог адаптироваться к различным устройствам и форматам. Это включает в себя создание адаптивного дизайна для веб-сайтов, использование различных форматов для социальных сетей и разработку мобильных приложений. Все эти аспекты должны быть учтены при создании фирменного стиля, чтобы обеспечить его универсальность и актуальность.

Таким образом, фирменный стиль – это гораздо больше, чем просто визуальные элементы. Это стратегический инструмент, который помогает компаниям выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, демонстрировать свои ценности и выделяться на рынке. Хорошо продуманный и реализованный фирменный стиль не только способствует повышению узнаваемости, но и создает эмоциональную связь с потребителями, укрепляет внутреннюю культуру компании и помогает адаптироваться к современным требованиям рынка. Инвестиции в фирменный стиль – это инвестиции в будущее компании, которые

могут принести значительные дивиденды в виде лояльных клиентов и устойчивого роста.

Боганидский голец. Боганидский голец - рыба, обитающая в холодных, чистых водах, питающаяся насекомыми и мелкими беспозвоночными. Ведение полуподводного образа жизни и зависимость активности от температуры воды делают его ловлю сложной задачей.

Рис. 2. Боганидский голец [4]

Этот вид играет важную роль в поддержании равновесия водных и прибрежных экосистем. Однако загрязнение вод и изменение климата представляют серьезную угрозу для боганидского гольца, подчеркивая необходимость его охраны.

В связи с редкостью вида, промысловый лов строго ограничен, а любительская рыбалка должна осуществляться ответственно. В некоторых районах ловля полностью запрещена из-за критического состояния популяции.

Недавние исследования ученых Сибирского федерального университета и Института биофизики Красноярского научного центра СО РАН показали, что боганидский голец лидирует среди всех известных видов диких рыб по содержанию омега-3 жирных кислот. [6]

Использование образа боганидского гольца в фирменном стиле компании символизирует уникальность и ценность этого вида для арктической экосистемы, привлекая внимание к проблеме ее сохранения.

Выбор боганидского гольца как символа отражает следующие характеристики:
Уникальность и исключительность: Боганидский голец - редкий вид, играющий важную роль в экосистеме.

Эстетика: Красивая и элегантная рыба.

Чистота: Предпочитает чистые воды, символизируя экологическую чистоту.

Природа и экология: Является неотъемлемой частью природной среды.

Польза: Богатый источник омега-3 жирных кислот.

Рыбные компании и их ценности

На территории Российской Федерации функционирует множество компаний, специализирующихся на исследовании, охране популяций и продаже различных видов рыб. В рамках анализа были рассмотрены и исследованы несколько организаций, включая Ассоциацию «Русский лосось» и «ЭКОРЫБА Сибири».

Ассоциация "Русский Лосось" представляет собой некоммерческую экологическую организацию, сосредоточенную на реализации проектов, направленных на охрану популяций лососевых рыб в Российской Федерации и обеспечение устойчивого использования природных ресурсов без ущерба для водных экосистем. Достижение этих целей осуществляется через развитие экотуризма и рекреационной рыбалки по принципу "поймал-отпустил".

Организация взаимодействует с научными и государственными учреждениями, частным сектором, общественными группами и гражданами, поддерживающими идеи сохранения лососевых как важного национального биоресурса. Она использует современные и научно обоснованные методы для изучения, понимания и охраны разнообразия экосистем лососевых в России. Ассоциация нацелена на создание нового восприятия природы у россиян, содействуя гармоничному сосуществованию человека и лососевых рыб через организацию рекреационной рыбалки.

В Европе и Соединенных Штатах концепция ловли и выпуска рыбы приобрела значительное признание и активно реализуется, и этот метод начинает набирать популярность в России. Ассоциация "Русский Лосось" оказывает поддержку организациям, способствующим продвижению данной практики. (рис. 3) [7]

Рис. 3. Логотип Ассоциации "Русский лосось"

Компания «ЭКОРЫБА Сибири» возникла благодаря сотрудничеству с учеными НГАУ и ИЦ. Основной целью данного проекта является возрождение рыбоводства на территории Сибири. (рис. 4).

Рис. 4. Логотип «ЭКОРЫБА Сибири» [10]

В условиях современного экологического кризиса крайне важно приобретать рыбу только у проверенных поставщиков. Для решения этой задачи был запущен проект «ЭКОРЫБА Сибири», который сосредоточен на разведении экологически чистой рыбы в природной среде. Эта рыба доставляется к покупателям всего через несколько часов после вылова и поступает из Черепановского, Ордынского и других регионов Новосибирской области. Вся продукция выращивается в чистых водоемах и питается натуральными

кормами. Поставка живой и свежей рыбы осуществляется на протяжении всего года.

«ЭКОРЫБА Сибири» осуществляет полный цикл рыбоводческих процессов — начиная от формирования племенного стада и заканчивая производством товарной рыбы. Посадочный материал, используемый для аквакультуры, поступает только из хозяйств с благоприятным ветеринарным статусом, что подтверждается соответствующими сертификатами.

Компания выступает в роли ведущего поставщика живой и свежей рыбы, включая такие виды, как Зеркальный карп и Белый амур. Специалисты «ЭКОРЫБА Сибири» и Института аквакультуры предоставляют консультационные услуги и поддержку в сфере развития рыбоводства на фермерских и рекреационных объектах.

Центр аквакультуры представляет собой современное предприятие, которое применяет замкнутые системы для разведения рыбы. Под руководством экспертов в области науки и рыбоводства проводятся исследования и осуществляется коммерческое разведение рыб в водоемах Сибири.

Таким образом, сотрудничество между научными кругами и бизнесом способствует восстановлению рыбоводческой индустрии в Сибири, открывая новые возможности для её развития.

Компания «Рыбное наследие»

Была придумана компания «Рыбное наследие», которая производит рыбную продукцию, разводя в искусственных водоемах, не наносящих ущерб водным экосистемам, а процент с продаж идет на изучение и сохранения популяции лососевых видов рыб в арктической дикой природе на территории Российской Федерации. При содействии специалистов и ученых из разных городов в компании будут проводиться исследования на различных стадиях развития лососевых рыб и тем самым сохранения их популяции.

Причиной выбора данного вида рыбы в качестве ключевого элемента фирменного стиля компании, является исключительность и важность данного вида лососевых в водах арктического региона. Поскольку боганидский голец является одним из ярких представителей водной экосистемы Арктики, данный вид подлежит защите. Вследствие этого возникает необходимость привлечь внимание общества к проблеме сохранения водной фауны. Использование боганидского гольца как одного из ключевых элементов фирменного стиля компании говорит об уникальном подходе компании к своей деятельности на рынке.

В качестве фирменных цветом были выбраны: серый, желто-оранжевый и белый, так как они являются наиболее встречающимися у данной популяции рыб. (рис. 5)

Рис. 5. Фирменные цвета компании "Рыбное наследие"

На логотипе изображен хвост гольца, а так же пятнышки в форме кругов, что является отличительной особенностью. (рис. 6)

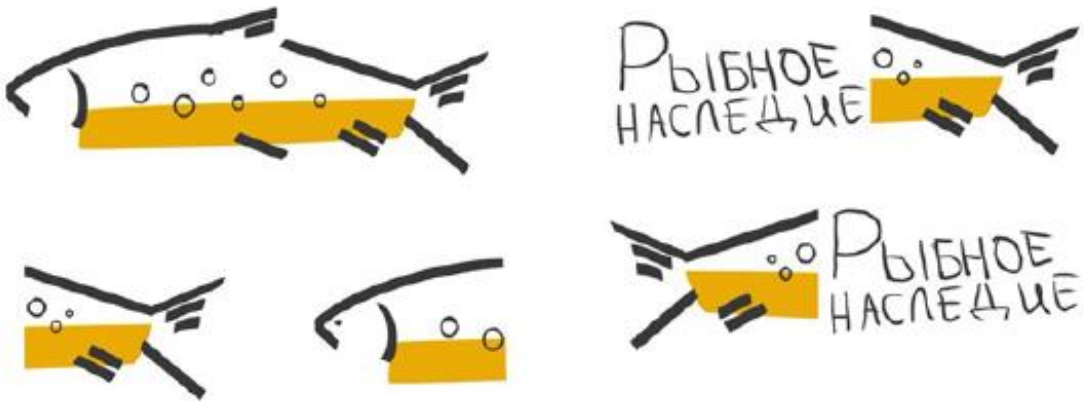

Рис. 6. Эскизы логотипа

Сам логотип сделан в минималистичном стиле с помощью геометрических фигур, подчеркивающих легкость и утончённость компании. Шрифт – гротеск (NT Somic). Примеры использования фирменного стиля отображены на мокапах продуктов. (рис. 7)

Рис. 7. Логотип и мокапы

Разработка логотипа компании «Рыбное наследие» была направлена на создание узнаваемого и запоминающегося символа, который отражал бы основные ценности и

концепцию бренда. В процессе работы были определены ключевые характеристики, которые должны были быть включены в дизайн логотипа: уникальность, простота, читаемость, использование элементов, связанных с рыбной тематикой.

В результате был разработан логотип, который представляет собой стилизованное изображение рыбы. Форма рыбы выполнена в современном минималистическом стиле, что обеспечивает лёгкость восприятия и запоминаемость. Цвета логотипа выбраны в соответствии с принципами геральдики и психологии цвета, что позволяет создать ассоциации с чистотой, свежестью и надёжностью.

Таким образом, разработка логотипа компании «Рыбное наследие» была успешной. Созданный символ отражает основные ценности бренда и обеспечивает его узнаваемость среди потребителей. Логотип может быть использован в различных маркетинговых материалах и на продукции компании, что позволит укрепить позиции бренда на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арктические ресурсы: официальный сайт. – URL: https://arctic2035.ru/n8-p65
2. Аргументы и факты. Рыба в России: официальный сайт. – URL: https://aif.ru/food/products/chto_za_boganidskiy_golec_samaya_poleznaya_v_mire_ryba
3. Боганидский голец: официальный сайт. URL: https://madhunter.ru/boganidskij-golets-boganidskaya-paliya/
4. Василенко П.Г., Василенко Е.В., Лопасова В.С., Ландшафтное благоустройство арктики. Дизайн ленд-арт парка "тужи"// В сборнике: Цивилизационные аспекты развития Арктических регионов России. Материалы V научно-практической конференции. Москва, 2024. С. 30-40.
5. Животный мир Красноярского края. Боганидский голец: официальный сайт. – URL: http://nature.sfu-kras.ru/node/18.html
6. МК ЮГРА. Еда будущего: официальный сайт. – URL: https://ugra.mk.ru/social/2019/05/17/eda-budushhego-pora-vzyatsya-za-boganidskogo-golca.html
7. НИА Красноярск: официальный сайт. URL: https://24rus.ru/news/society/182252.html
8. Русский лосось: официальный сайт. – URL: https://ru.russiansalmon.org/ob-assotsiatsii/
9. Рыболовство и сохранение запасов в Арктике: официальный сайт. – URL: https://roscongress.org/materials/vodnye-biologicheskie-resursy-rybolovstvo-i-sokhranenie-zapasov-v-arktike/
10. Экорыба: официальный сайт. – URL: http://ecorybas.ru/o-kompanii

Krivonos Darya Alekseevna
Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: kirskim567@gmail.com

Ionova Nadezhda Vyacheslavovna
Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: erohina2004@rambler.ru

Lopasova Valeria Sergeevna
Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: Leralopasova@mail.ru

The image of the Boganid char as an element of the company's corporate identity

Abstract. This article is devoted to the analysis of the possibility of integrating one of the salmon fish species into the corporate identity of the company. The authors analyze the Boganid char as a representative of the fish fauna of the Arctic zone of the Russian Federation, as well as develop the corporate identity of the company, whose activities are aimed at preserving the salmon population, studying and breeding them for the manufacture of fish products and their subsequent sale. One of the key aspects of this work is that the created design helps to inform people about the problem of preserving the aquatic ecosystem. The logo plays an important role in shaping the company's image, its recognition and success in the market. It helps consumers quickly identify a brand, inspires trust, and forms an emotional bond. Therefore, developing a high-quality and memorable logo is an important task for any company. It is important to remember that the logo design should be harmonious and consistent with the overall style of the company. Fish as a design element can make a logo unique and memorable, but it is important to take into account the target audience and business features. A well-thought-out corporate identity forms a visual identity that helps to remember the brand and distinguish it from others.

Keywords: Arctic; flora and fauna; boganid char; corporate identity; aquatic ecosystem; population conservation; concept; brand; concept analysis; corporate identity element