

Тринчук Віктор Вікторович,
к.е.н., доцент кафедри фінансов
ДВНЗ Київський національний торгово-
економічний університет
Ганна Островська-Данькевич,
к.е.н., доцент Політехніка Жешовська,
Роберт Данькевич,
к.е.н., доцент Політехніка Жешовська

ЭЛЕМЕНТЫ САКРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА У ФІРМОВОМУ СТИЛІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Тринчук Виктор Викторович,
к.э.н., доцент кафедры финансов ГВУЗ Киевский
национальный торгово-экономический университет
Анна Островская-Данькевич,
к.э.н., доцент Политехника Жешовська,
Роберт Данькевич,
к.е.н., доцент Политехника Жешовська

ЭЛЕМЕНТЫ САКРАЛЬНОГО ИСКУССТВА В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Tanchuk Victor,
h. D., associate Professor of Finance
Shee Kyiv national trade-economic University
Ghanna Ostrovskaya-Dankevych,
Ph. D. in Economics, associate Professor
Rzeszowska Polytechnic
Robert Dankevych
Ph. D. in Economics, associate Professor
Rzeszowska Polytechnic

ELEMENTS OF SACRED ART IN THE CORPORATE STYLE OF INSURANCE COMPANIES

Ключові слова: елементи сакрального мистецтва, фірмовий стиль, страхова компанія, Богоматір Оранта, святий Флоріан, Ікона Божої матері «Неопалима Купина».

Ключевые слова: элементы сакрального искусства, фирменный стиль, страховая компания, Богоматерь Оранта, святой Флориан, Икона Богоматери «Неопалимая Купина».

Keywords: elements of sacred art, corporate identity, the insurance company, Mother of God ORANTA, saint Floryan, icon Mother of God «Burning Bush».

Анотація. Стаття присвячена питанням дослідження історії використання елементів сакрального мистецтва у фірмовому стилі страхових компаній. Належну увагу приділено фірмовому стилю української страхової компанії «Оранта», страхової компанії «Росія» і польської страхової компанії «Флоріанка». Наведено приклади використання у фірмовому стилі страховими компаніями образу святого Флоріана, ікон «Оранта» та «Неопалима купина». Для дослідження існуючих підходів, обґрунтування авторських позицій застосовувалися такі методи дослідження: системний підхід, аналізу і синтезу. Метою статті є теоретичне узагальнення та виявлення особливостей формування фірмового стилю страховика з символікою, що відноситься до сакрального мистецтва.

Аннотация. Статья посвящена вопросам исследования истории использования элементов сакрального искусства в фирменном стиле страховых компаний. Должное внимание уделено фирменному стилю украинской страховой компании «Оранта», страховой компании «Россия» и польской страховой компании «Флорианка». Приведены примеры использования в фирменном стиле страховыми компаниями образа святого Флориана, икон «Оранта» и «Неопалимая купина». Для исследования существующих подходов, обоснования авторских позиций применялись следующие методы исследования: системный подход анализа и синтеза. Целью статьи является теоретическое обобщение и выявление особенностей формирования фирменного стиля страховщика с символикой, относящейся к сакральному искусству.

Annotation. The article is sanctified to the questions of research of history of the use of elements of sacred art in the corporate style of insurance companies. Due attention is paid to the corporate identity the Ukrainian insurance company «Oranta», the insurance company «Russia» and the Polish insurance company «Florianka». Examples of the use in the corporate style insurance companies image of St. Florian, the icons «Oranta» and «Burning Bush». For the research of existent approaches, study author's position following research methods were used: systemic approach, analysis and synthesis. The aim of the article is theoretical generalization and identification features of formation corporate identity of the insurer with the symbols relating to the sacred arts.

Постановка проблеми.

Фірмовий стиль страховика – це основа його комунікаційної політики, являється одним з головних засобів боротьби за клієнта, а також важливою складовою брендингу. Його використання передбачає єдиний підхід до оформлення, кольоровим поєднанням, образам в рекламі, страхових полісах, страхових дошках і ділової документації. Фірмовий стиль – це один з найбільш сучасних і актуальних інструментів страхової реклами.

Виділення нерешених раніше частей загальної проблеми.

В наукових роботах часто зустрічаємо різні погляди вітчизняних і зарубіжних учених і практиків на використання в комунікаційній політиці страховими компаніями фірмового стилю.

В той же час недостатнє увагу при вивченні фірмового стилю страхових компаній надається елементам сакрального мистецтва – мистецтва, тісно пов'язаного з вірою в Бога, релігійними обрядами, релігійною життям, символізмом божественної сили. В своїх роботах цієї тематики належне увагу приділили І. Любашенко [2];

В. Борзых [6,8,13, 14]; А. Разуваев [8]; В. Маеркевич[9]; Л. Виноградов [12]; С. Реверчук, Т. Сыва, С. Кубив, О. Вовчак [15], М. Клапкив, Ю. Клапкив [16].

Цель статьи – изучить примеров использования в фирменном стиле страховых компаний элементов сакрального искусства.

Изложение основного материала исследования.

Сакральное искусство в целом является искусством символическим. Вся идеология, культура, литература, литургия христианства и других религий – глубоко по своей сути символические. Сложно не согласиться с высказыванием рекламистов, что символ играет роль стимулятора для возникновения идеи в сознании человека.

Страховщики всегда испытывали профессиональную приязнь к теме сакрального искусства: «защитит и сохранит», «в огне не горит»... Наверное, поэтому некоторые страховые компании использовали в фирменном стиле иконы, образы и имена святых, и другие элементы сакрального искусства.

Сакральное, священное, святое (лат. sacer) – мировоззренческая категория, обозначающая свойство, обладание которым ставит объект в положение исключительной значимости, непреходящей ценности и на этом основании требует благоговейного к нему отношения. Представления о сакральном включают важнейшие характеристики сущего: онтологически оно отлично от обыденного бытия и относится к высшему уровню реальности; гносеологически – заключает истинное знание, в сути своей непостижимое; феноменологически сакральное – дивное, поразительное; аксиологически – абсолютное, императивное, глубоко чтимое. Представления о сакральном с наибольшей полнотой выражены в религиозном мировоззрении, где сакральное предикат тех сущностей, которые являются объектом поклонения [1].

«Оранта оберегает» – так гласит сегодня слоган страховой компании НАСК «Оранта» трансформировавшийся с «Оранта защитит и сохранит». Время меняет все и фирменный стиль тоже. С приходом новых акционеров самобытность украинской Оранты утрачена, что можно сказать и о позициях страховщика на рынке.

Стоит отметить, что Оранта (от лат. orans – молящийся) – один из основных типов изображения Божией Матери, представляющий Ее с поднятыми и раскинутыми в стороны руками, раскрытыми ладонями наружу, то есть в традиционном жесте адорации – заступнической молитвы. Это один из древнейших жестов, обращенного к Богу, и означал прошения, моления. Замечательный мозаичный образ Богоматери Оранты XI века можно и сегодня увидеть в соборе Киевской Софии. Она изображена в надалтарной части на общем мозаичном фоне. Стоит на четырехугольном золотом камне с поднятыми руками. Именно этот образ был взят за главный элемент фирменного стиля НАСК «Оранта». Долгое время Оранта выступала заступницей людей перед Богом и их покровительницей, в том числе и в страховании.

Уместно отметить, что десять лет как элемент фирменного стиля использовалась икона, позже, в 2003 году, НАСК «Оранта» сменила свою эмблему, сделав ее более стилизованной, отойдя от изображения самой иконы Богоматери Оранты. Этот факт компания объясняла также желанием компании иметь среди своих клиентов не только православных, но и католиков. Изменился фирменный стиль, добавлено интегратор, используются фирменные цвета. Основными цветами знака является небесно-голубой, символизирующий небесную благодать, чистоту помыслов в православной иконописи, светло-желтый – символ солнца

и тепла и темно-синий, символизирующий уверенность и стабильность. Все цвета положительно влияют на настроение человека, генерируя ощущение покоя и надежности.

Цветное изображение НАСК «Оранта» использовалось в представительской продукции и важной документации. Черно-белый с градациями серого и без них используется в офисной документации для последующей печати на черно-белый принтер или факс.

Довольно смелое решение и не так часто встречающееся в мире, с этим высказывание А.Н. Зубца полностью согласны.

Созданная 16 октября 1991 года Украинская государственная коммерческая организация «Укрросстрах» на базе Главного Управления государственного страхования Украины 7 сентября 1993 года была реорганизована в Национальную акционерную страховую компанию «Оранта» (НАСК «Оранта») [2]. В 1993 году Укрросстрах был преобразован в Открытое акционерное общество Национальная акционерная страховая компания «Оранта», учредителем которого, со стороны государства выступил Фонд государственного имущества Украины. В 2007 году Фонд государственного имущества Украины продал инвестору последний пакет акций, находящийся в государственной собственности [3]. Название поменяли, стараясь отойти от старого дискредитированного названия.

Страховой опыт и корни исходят от бывшего Госстраха, имеющего богатую и насыщенную трудовой героикой историю на страховом рынке.

Делали эту историю, конечно же, люди, заряженные высокой энергией

в решительных и настойчивых делах.

За эти годы накоплен бесценный опыт в теории и практике развития страхования, создана научная система профессиональной подготовки кадров, а организации Укрросстраха стали настоящей кузницей кадров для молодых страховых компаний, бурный рост которых пришелся на 90-е годы.

В период проведения первого этапа приватизации НАСК «Оранта» страховые компании «Оранта-Сечь», «Оранта Лугань», «Крым-Оранта», «Оранта Донбасс» и «Оранта-Днепр» были выделены в самостоятельные финансово независимые подразделения, а затем и совсем вышли из состава НАСК «Оранта».

В России в 1995 году было основано ООО СК «ОРАНТА». С декабря 2008 года «ОРАНТА Страхование» входит в состав финансово-страховой группы Achmea (Голландия) и до 2016 года функционировала на страховом рынке. Решением Арбитражного суда города Москвы по делу №А40-108217/15 от 17.09.2015 г. ООО «Страховая компания «Оранта» признано банкротом, введена процедура конкурсного производства [4]. Закономерность или совпадение, на первоначальном этапе функционирования компании НАСК «Оранта» (Украина) и «Оранта Страхование» (Россия) использовался в фирменном стиле компаний традиционный жест адорации – заступнической молитвы, а с приходом иностранных инвесторов и ребрендингом исчезает.

Российские страховщики, конечно, не смогли пройти мимо образа «Неопалимой Купины». Тысячелетия люди страдают от пожаров, способных в одночасье лишить их нажитого за многие годы имущества. В средневековье опустошающие пожары воспринимались, прежде всего, как Божье наказание. Поэтому важным средством, оберегающим от стихии огня, считались иконы. У православных заступницей от пожаров считается с конца XIV века известная икона Божией Матери

«Неопалимая Купина», во второй половине XVII века образ был признан чудотворным.

В церковных песнопениях Божия Матерь нередко сравнивается с неопалимою купиною (несгорающим терновым кустом), которую видел Моисей на горе Хорив (Исход, глава 3, стих 2). Сходство между неопалимою купиною и Матерью Божьей заключается в том, что как ветхозаветная купина оставалась невредимой во время охватившего ее огня, так и Пресвятая Дева Мария, родившая Иисуса Христа, до Рождества и после пребывала Девой.

Икона Богоматери «Неопалимая Купина» изображается в виде восьмиугольной звезды, состоящей из двух острых четырехугольников с вогнутыми концами. Один из них – красного цвета, напоминающий собою огонь, объявший виденную Моисеем купину; другой – зеленого цвета, указывающий на естественный цвет купины, который она сохранила, объятая огненным пламенем. В середине восьмиугольной звезды, как бы в купине, изображена Пречистая Дева с Предвечным Младенцем. По углам красного четырехугольника изображены человек, лев, телец и орел, символизирующие четырех евангелистов. В руках Пречистой Девы лестница, прислоненная верхним концом к Ее плечу. Лестница означает, что через Богородицу на землю сошел Сын Божий, возводящий на Небо всех верующих в Него [5].

Об истории этого символа «огневого страхования» В. Борзых пишет: «Страховые доски дореволюционного страхового общества «Россия» – это выполненный в металле фирменный знак, несущий в себе скрытый, но глубокий смысл. Основа композиции – восьмиугольная звезда, состоящая из двух наложенных друг на друга четырехугольников с вогнутыми сторонами. Эти элементы характерны для чудотворной иконы Богоматери «Неопалимая Купина», которая на протяжении столетий была широко известна в России» [6, с.38].

Особенность иконы в том, что она почиталась православным большинством населения страны как «оберег» от пожара. Использование в композиции фирменного знака и страховой доски «России» знакомых многим иконографических мотивов должно было отождествить в глазах людей божественную силу и страховое общество. Они по-разному, но защищают от стихии огня.

В конце 1870-х гг. в Санкт-Петербурге велась активная работа по организации новой страховой компании, получившей громкое название «Россия». В это же время церковь готовилась к 200-летию объявления чудотворной иконы «Неопалимая Купина». Празднование юбилея прославления иконы натолкнуло создателей общества на мысль использовать характерные изобразительные элементы «противопожарной» иконы, знакомой и понятной православному большинству населения Российской империи, в своем фирменном знаке [7].

Тем самым фирменный знак общества наглядно, но в корректной форме отождествлял возможности чудотворной иконы «Неопалимая Купина» и страховой компании в борьбе с пожарами, с той лишь разницей, что первая их предотвращала, а вторая помогала ликвидировать их последствия.

Ежегодно значительные средства тратились обществом на размещение рекламных объявлений в газетах, журналах, на выпуск афиш, красочных плакатов и буклетов [8, с.44].

В начале XX века общество стало страховать от огня имущество за границей, о чем свидетельствуют страховые знаки компании на французском и греческих языках [13, с.26]. К 1906 году компания имела представительства в США, Англии, Франции, Германии, Египте, Греции, Сербии,

Черногории, Персии и Турции. В некоторых из этих стран общество не только принимало в перестрахование местные риски, но и выдавало свои полисы страхования жизни и имущества [14, с.137].

Специалисты страховой компании приложили максимум усилий, чтобы фирменный знак стал неотъемлемым элементом имиджа общества. Он воспроизводился на металлических страховых досках, укреплявшихся на фасадах зданий или у входа в застрахованные квартиры, использовался в оформлении акций (в т. ч. филигрань), полисов, рекламных объявлений, сувениров, серебряных памятных жетонов для страхователей и т.д.

В современных условиях функционирования компании крайне важным при этом было сохранить преемственность и узнаваемость бренда, имеющего богатейшую историю и являющегося продолжателем традиций лидера дореволюционного рынка страховых услуг с одноименным названием.

Лейтмотивом при создании нового логотипа и визуальной концепции стала многогранность жизни – наивысшей ценности, которая должна быть надежно и прочно защищена. Грани символизируют все то, что наполняет жизнь смыслом.

Так, в Южной Германии, Австрии, Чехии, Западной Украины, Польше этой цели служил образ святого Флориана.

Многие достопримечательности Польши представляют собой именно католические храмы: костел есть в каждом польском городе, да и не один. Краков тоже не исключение. Однако трудно найти костел с более яркой историей, чем тот, что назван в честь святого Флориана.

Главная туристическая достопримечательность в Кракове – это Королевский тракт, дорога, по которой Короли ехали через весь город в замок Вавель.

Краковская Королевская дорога, проходящая через Рыночную площадь и приводящая в итоге к Вавельскому замку, начиналась именно от костела Святого Флориана, расположенного на Варшавской улице и углу площади Матейки.

Первый костел святого Флориана был построен в Клепаже в 1185 году, а тот, который стоит там сегодня, сооружен в XIV веке. Поэтому-то – в честь святого великомученика Флориана – в средние века пригород Кракова Клепаж назывался... Флоренцией.

Согласно легенде, Флориан при жизни сумел потушить горящий дом одним кувшином воды, поэтому позже его стали считать покровителем людей, чьи профессии связаны с огнем: пожарных, кузнецов, пекарей, металлургов, трубочистов, стекловаров, пивоваров, гончаров и т.д. А изображают его чаще всего с кувшином в руках или с мельничным жерновом.

Архитектурный облик храма святого Флориана очень необычен, так как претерпел серьезные изменения за свою историю и постоянно перестраивался. Так что в нем можно увидеть этапы его истории, начиная с XVII века, когда он был восстановлен после пожара. В центре фасада костела размещается скульптура самого мученика, святого Флориана, работы силезского художника Ф. Мангольдта, а в самом храме можно увидеть шедевр мировой культуры – картину с изображением святого Флориана.

Именем святого Флориана названы ворота, ведущие в исторический центр города и считающиеся началом Дороги королей, и улица, которая соединяет их с Рыночной площадью, по которой шли торжественные и траурные процессии.

Флорианские ворота (ворота святого Флориана) в Кракове – средневековые ворота башни, расположенной в Старом городе в Кракове в конце улицы Флорианской, на пересечении с

улицей Пиарской. Это остаток старых городских стен. Это одни из восьми ворот обороны Кракова. В XIII и XIV веках Краков был окружен стеной. Флорианские ворота, о которых находим письменные упоминания от 1307 года, были одними из ворот в городских стенах. Через ворота проходила дорога от костела святого Флориана. Через эти ворота в город въезжали кортежи королей и заграничные послы, направляющиеся на Вавель.

Если войти в город через Флорианские ворота, оглянуться и поднять голову, то увидим на стене барочный барельеф – статую святого Флориана. Барельеф с изображением улыбающегося святого мученика с ведром, который льет воду на миниатюрный костел, появился в этой нише в XVIII веке.

Старейший образ святого Флориана в Польше сохранился на печатях городского совета Кракова от 1485 года. На печатях святой Флориан одет в доспехах, с которых сбрасывает плащ. В правой руке он держит знамя, а в левой продолговатый щит, украшенный крестом. На печатях XVI века святой Флориан держит в правой руке ведро, а в левой копье.

В Польше чаще всего изображают святого Флориана с сосудом, наполненным водой, который спасает костел и часть Клепажа от огромного пожара в 1528 года, что охватил Краков. Согласно легенде, он спас церковь святого Флориана, которую поливал водой из ведра. Флориан стал защитником от огненной стихии. С тех пор и повелось почитать Флориана.

Путешествуя Краковом, святого Флориана встречаем и на улице Гродзкой, 40, дом «Pod Kozlem»! Здание возведено во второй половине XVIII века и украшено в стиле нео рококо – фасад, чердак, где расположен барельеф святого Флориана.

Покровитель огня в работах итальянских мастеров стал еще более могущественным человеком, который не только гасит пожар, но и борется со страстями и грехом, о чем свидетельствует присутствие статуи Флориана в часовне короля Сигизмунда в Вавеле.

Весьма логично, что первым во времена австрийского раздела Польши было создано Общество взаимного страхования от огня имени Флориана в Кракове 29 ноября 1860 года. Получило популярное название «Флорианка», для эмблемы используя изображение святого Флориана. Позже польские пожарные начали использовать изображение святого Флориана в своей атрибутике, за что их начали называть «Рыцарями святого Флориана», или коротко «Флорианами».

Его фигура стала оберегом повседневной жизни жителей Кракова и одним из элементов фирменного стиля Общества взаимного страхования. Фигура Флориана и название страхового общества встречались на полисах, других документах, страховых досках, которые, как правило, прибывали на дом, над входной дверью. Страховые доски выступали элементом внешней рекламы, указывали на то, что дом, квартира застрахованы в страховом обществе «Флорианка», известном в Галиции как огненная касса «fa-jeżkasa». Страховые доски играли в то же время роль святого образа и талисмана, безмолвно защищали имущество от огня так же эффективно, как громоотвод во время грозы.

Инициатором создания Общества взаимного страхования в Кракове, а также библиотек, недорогих издательств был землевладелец Францишек Тшечески. Уже в 1842 году он на сейме поднял вопрос о создании страхового общества, который так и не удалось реализовать. Позже, был представлен отдельный проект создания общества во Львове (1859), который тоже был отвергнут правительством в Вене в 1859 году.

В 1860 году Тшечески был избран пожизненным куратором компании. 20 октября 1860 года было выдано разрешение

на деятельность общества. 26 ноября 1860 года заседало учредительное собрание, на котором был избран Совет директоров.

Образ Флориана можно было видеть на страховых досках, страховых полисах, премиальных квитанциях, монографиях, уставе компании и другой рекламе.

Общество работало в рамках Галицкой автономии. Деятельность общества предусматривала предоставление услуг по страхованию от огня (изначально в названии существовало это определение), с 1864 года – страхованию от градобития.

Впервые на польской территории по инициативе общества в 1864 году в Кракове была основана добровольная пожарная служба.

В 1866 году была открыта первая в Кракове и четвертая в Галиции Сберегательная касса.

Более свободно страховой рынок развивался во времена австрийского правления. В противовес прусского и русского правления не введено здесь обязательного страхования, весь рынок был отдан частной инициативе.

Однако первое польское страховое общество – Общество страховых от Огня в Кракове «Floriana» возникло лишь в 1860 году. В 1874 году «Floriana» изменила официальное название на Краковское Общество Взаимных Страхований. Позже свою деятельность расширило на Галицию, продавая полисы также на Волине, Подолье и Украине[9].

1 ноября 1869 года открылся отдел страхования жизни, который реализовывал продукты страхования без медицинского обследования и страхования на случай смерти с целью оплаты ритуальных услуг.

В связи с расширением продуктовой линейки из названия компании исчезло указание на страхование от огня и градобития.

Общество заключило соглашения с иностранными компаниями на представление их интересов и выполнение посреднических функций на территории Польского Королевства. Кроме того общество лоббировало открытие в 1869 году кредитной организации.

Общество открыло представительство во Львове и курировало работу в Восточной Галиции и Буковине.

После 1885 года Общество взаимного страхования «Флорианка» располагалось в группе строений на ул. Баштовая, 6-8 в Кракове, которые были построены в середине XIX века. Сегодня здесь находится начальная школа и музыкальный лицей, а многоэтажное здание с залом представительств относится к Краковской академии музыки[10].

Здания «Флорианки» были построены на территории садов, которые принадлежали епископам Кракова и ордену пиаров с 1728 года. Часть земель, выкупил в 1845 году Антони Высоцкий. Здания построены в стиле неоренессанса. Тройной фасад улицы Баштовой увенчан зубчатым парапетом и статуей святого Флориана.

Архиепископ городов Гнезно и Познаня, Флориан Стаблевский, в 1898 году основал в Познани Страховое объединение святого Флориана для священников.

Культ почитания святого Флориана весьма велик. Его изображения в виде картин, скульптур находятся в коллекциях многих музеев и церквей, на знаменах пожарных команд и паломников.

В 1870 году создано Варшавское страховое от огня общество, которое также поначалу использовало как элемент фирменного стиля изображение святого Флориана. Позже с полисов, страховых досок этот визуальный образ исчез. На

страховых документах все чаще встречался символ Варшавы – сирена (русалка), изображение, являющееся одновременно символом города Варшава и его гербом.

Пожарные службы и страховые общества Польши и других стран активно использовали изображение святого Флориана на фирменной продукции.

Волна создания новых страховых компаний и страховых объединений прошла во второй половине 19-го века и в Чехии. В городе Хеб в 1868 году создали Страховую компанию пожарной гильдии имени святого Флориана.

В 1929 году, в результате слияния нескольких страховых обществ, был создан крупнейший в Польше Познанский концерн страховых обществ. Вскоре несколько других учреждений, в том числе Краковская «Флорианка», сформировали концерн Варшавских страховых обществ. В результате перед началом Второй мировой войны на польском рынке страхования работало 67 страховых компаний, в том числе государственных и частных, с участием польского и иностранного капитала.

В современной Польше с 1999 по 2005 год функционировало Общество взаимного страхования «Флориан», которое тоже в рекламной продукции использовало образ святого Флориана.

С 1892 года первые страховые операции начало осуществлять в Украине страховое общество «Днестер». В ходе исследования установлено, что в своей деятельности страховщик как элемент фирменного стиля использовал разные формы страховых полисов, в зависимости от объекта страхования: А – страхования строений; Б – страхование движимого имущества и животных; В – страхование зерновых в соломе, корнеплодов [15, с.179], [16, с.50]. На самом бланке страхового общества можно встретить надпись «Въ имя Боже!» [16, с.209-210].

В России функционировало до 5 мая 2014 года также общество с ограниченной ответственностью «Страховая компания святого Андрея Первозванного» [11]. Как писала о себе компания: «Страховая компания святого Андрея Первозванного – новое имя на отечественном страховом рынке. Название компании выбрано не случайно: апостол Андрей Первозванный издавна почитается как святой покровитель Русской земли и всех ее жителей. Наше призвание мы видим в том, чтобы продолжать традиции русского страхового дела, сделать страховую защиту ближе, доступнее и значимее для большинства граждан Российской Федерации».

Сохранились и до нашего времени полисы страховых компаний США, которые названы были в честь святых: St.Louis Mutual Life Insurance Company датированный 11.07.1869, St. Nicholas Insurance Company – 09.05.1871, Saint Paul Fire and Marine Insurance Company – 01.11.1875.

Более того, сложно не согласиться с Виноградовым Л.[12], что идеальный корпоративный образ создали именно великие мировые религии. Религиозную символику стоит рассматривать как «бренд».

Подводя итог исследования сформулированы следующие основные выводы:

Корпоративная идентичность страховщика выражается в атрибутах фирменного стиля.

Стильный, уникальный дизайн фирменного стиля – необходимый элемент имиджа для любого страховщика.

Фирменный стиль – это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство, всей исходящей от страховой компании информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Фирменный стиль включает в себя разработку таких элементов, как логотип, товарный знак, слоган, графические и цветовые константы, создания носителей фирменного стиля, в том числе бланков страховых полисов, страховых досок, конвертов, визитных карточек, рекламных материалов, сувенирной продукции.

Разрабатывая фирменный стиль, и используя элементы сакрального искусства необходимо учесть, что основные элементы стиля должны быть «совместимы» со всем спектром рекламной продукции.

Не стоит экспериментировать с фирменным стилем, а задумываться о том, как гениально слиты в Православии в единый стиль архитектура, иконопись, песнопения, одежды священников! Внешняя сторона религии – идеальный корпоративный образ, на который должен ориентироваться каждый руководитель (без корпоративного образа ни одна фирма на рынке долго не продержится). И с целью избегания профессиональных ляпов стоит советоваться со специалистами.

Когда в рекламной кампании использует изображение крестов и православных храмов, образ ангела-хранителя, то главной причиной возмущения у верующих может быть неблагоговеиное изображение святыни, и возможно даже говорить о нарушении прав Православной Церкви на интеллектуальную собственность.

Список использованных источников

1. Новая философская энциклопедия: в 4т. Под редакцией В.С.Степина. М.: Мысль, 2001. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [// http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/9015/95](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/9015/95)
2. Игорь Любашенко «Укргосстрах» (НАСК «Оранта»), Декрет «О страховании» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [// http://www.polis.ua/insurance/histories/oranta](http://www.polis.ua/insurance/histories/oranta)
3. Детально про «Оранту» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [// http://www.oranta.ua/ukr/about_company.php](http://www.oranta.ua/ukr/about_company.php)
4. Оранта Страхование [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://wiki-ins.ru/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5
5. Икона Божьей Матери «НЕОПАЛИМАЯ КУПИНА» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.bogomater.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=349:ikona-bozhiei-materi-neopalimaya-kupina-&catid=33:ikona-bogomateri&Itemid=3
6. Борзых В.Н. Книга о знаках страхования от огня (1827-1918) М.: ООО «Типография КЕМ», 2016. – 467с.
7. Икона от пожаров «Неопалимая Купина» как символ «огневого страхования» // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/history/press/d2451879/>
8. Разуваев А.В., Борзых В.Н. В обществк «Россия застраховано» М.: ПК КЕМ, 2006. – 180с.
9. Majerkiewicz Wojciech Dzieje ubezpieczen w Polsce [Электронный ресурс] -Режим доступа:http://ekonomia.opoka.org.pl/aktualnosci/finanse/1910.1,Dzieje_ubezpieczen_w_Polsce.htm
10. Dawny gmach [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://pl.unionpedia.org/i/Dawny_gmach_Towarzystwa_Wzajemnych_Ubezpiecze%C5%84_%22Florianka%22
11. Об отзыве лицензии на осуществление страхования субъекта страхового дела [Электронный ресурс] –

Режим доступа: //http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=05052014_151432SFR5.htm

12. Виноградов Л. Можно ли использовать религиозные символы в рекламных целях? [Электронный ресурс] – Режим доступа: //https://www.miloserdie.ru/article/mozhno-li-ispolzovat-religioznye-simvoly-v-reklamnyh-celyah/

13. Борзых В.Н. Знаки страховой защиты в Российской Империи – М.: Контакт-Культура, 2008. – 224 с. с ил.

14. Борзых В.Н. Исторические бумаги Российского страхования. М.: ООО СПК «Юнити Ре», 2010. – 271с.

15. Історія страхування: підручник / С.К Реверчук, Т.В. Сива, С.І. Кубів, О.Д. Вовчак; За ред.. С.К. Реверчука. – К.: Знання, 2005. – 213 с.

16. Клапків М.С., Клапків Ю.М. Витоки національного страхового ринку України: Монографія. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 275 с.

Список використаних джерел

1. Нова філософська енциклопедія: в 4тт. Під редакцією В. С. Стьопіна. М.: Думка, 2001. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

// http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/9015/95

2. Ігор Любашенко «Укрдержстрах» (НАСК «Оранта»), Декрет «Про страхування» [Електронний ресурс] – Режим доступу: // http://www.polis.ua/insurance/histories/oranta

3. Детально про «Оранту» [Електронний ресурс] – Режим доступу: // http://www.oranta.ua/ukr/about_company.php

4. Оранта Страхування [Електронний ресурс] – Режим доступу: // http://wiki-ins.ru/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5

5. Ікона Божої Матері «НЕОПАЛИМА КУПИНА» [Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://www.bogomater.ru/index.php?option=com_content&view=

article&id=349:icona-bozhiei-materi-neopalimaya-kupina&catid=33:ikona-bogomateri

&Itemid=3

6. Борзих Ст. Н. Книга про знаки страхування від вогню (1827-1918) М.: ТОВ «Друкарня КИМ», 2016. – 467с.

7. Ікона від пожеж «Неопалима Купина» як символ «вогневого страхування» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.insur-info.ru/history/press/d2451879/

8. Разуваев А. В., Хортів Ст. Н. У обществк «Росія застраховане» М.: ПК КИМ, 2006. – 180с.

9. Majerkiewicz Wojciech Dzieje ubezpieczen w Polsce [Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://ekonomia.opoka.org.pl/aktualnosci/finanse/1910.1,Dzieje_ubezpieczen_w_Polsce.htm

10. Dawny gmach [Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://pl.unionpedia.org/i/Dawny_gmach_Towarzystwa_Wzajemnych_Ubezpiecze%C5%84_%22Florianka%22

11. Про відкликання ліцензії на здійснення страхування суб'єкта страхової справи [Електронний ресурс] – Режим доступу: //http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=05052014_151432SFR5.htm

12. Виноградов Л. Можна використовувати релігійні символи в рекламних цілях? [Електронний ресурс] – Режим доступу: //https://www.miloserdie.ru/article/mozhno-li-ispolzovat-religioznye-simvoly-v-reklamnyh-celyah/

13. Борзих Ст. Н. Знаки страхового захисту в Російській Імперії – М.: Контакт-Культура, 2008. – 224 с. з іл.

14. Борзих Ст. Н. Историчні папери Російського страхування. М.: ТОВ СПК «Юніті Ре», 2010. – 271с.

15. Історія страхування: підручник / С. До Реверчук, Т. В. Сива, С. І. Кубів, О. Д. Вовчак; За ред.. С. К. Реверчука. – К.: Знання, 2005. – 213 с.

16. Клапків М. С., Клапків Ю. М. Витоки національного страхового ринку України: Монографія. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 275 с.

List of sources used

1. New philosophical encyclopedia: in 4tt. Edited by V. S. Stepin. Moscow: Mysl', 2001. [Electronic resource] – Mode of access:

// http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/9015/95

2. Igor Lyubashenko «Ukrkosstrakh» («Oranta»), the Decree «On insurance» [Electronic resource] – access Mode: // http://www.polis.ua/insurance/histories/oranta

3. Details about «Orans» [Electronic resource] – access Mode: // http://www.oranta.ua/ukr/about_company.php

4. Oranta Insurance [Electronic resource] – access Mode: // http://wiki-ins.ru/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5

5. The icon of the Mother of God «BURNING BUSH» [Electronic resource] – access Mode: //http://www.bogomater.ru/index.php?option=com_content&view=

article&id=349:icona-bozhiei-materi-neopalimaya-kupina-&catid=33:ikona-bogomateri

&Itemid=3

6. Greyhounds V. N. The book of signs of insurance against fire (1827-1918) М.: ООО «Typography KEM, 2016. – 467с.

7. Icon from fires «burning Bush» as a symbol of «fire insurance» // [Electronic resource] – Mode of access: http://www.insur-info.ru/history/press/d2451879/

8. Razuvaev, A. V., Borzykh, V. N. In obshestvo «Russia insured» М.: PC CAM, 2006. – 180с.

9. Majerkiewicz Wojciech Dzieje w Polsce ubezpieczen [Electronic resource] -access Mode://http://ekonomia.opoka.org.pl/aktualnosci/finanse/1910.1,Dzieje_ubezpieczen_w_Polsce.htm

10. Dawny gmach [Electronic resource] – access Mode: //http://pl.unionpedia.org/i/Dawny_gmach_Towarzystwa_Wzajemnych_Ubezpiecze%C5%84_%22Florianka%22

11. The revocation of the license for realization of insurance the subject of insurance [Electronic resource] – access Mode: //http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=05052014_151432SFR5.htm

12. Vinogradov L. is it Possible to use religious symbols for advertising purposes? [Electronic resource] – access Mode: //https://www.miloserdie.ru/article/mozhno-li-ispolzovat-religioznye-simvoly-v-reklamnyh-celyah/

13. Greyhounds V. N. Signs of insurance protection in the Russian Empire – Moscow: Kontakt-Kultura, 2008. – 224 p. with Il.

14. Greyhounds V. N. Historical papers of the Russian insurance. М.: ООО SPK unity Re Ltd., 2010. – 271с.

15. The history of insurance: textbook / S. Reverchuk, V. T. Gray, C. I. Cubes, A. D. Lupus; edited by S. K. Reverchuk. – К.: Knowledge, 2005. – 213 p.

16. Klapkiv M. S., Klapkiv J. M. the Origins of the national insurance market of Ukraine: Monography. – Ternopil: carte Blanche, 2003. – 275 p.