

РУКОВОДСТВО
ПО ВИЗУАЛЬНОМУ
СТИЛЮ



СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦВЕТА			
1.1. Базовые цвета	4	4.4. Предустановленный шрифт	33
1.2. Цвета для деловой документации	5	4.5. Рекомендованная верстка	34
2. БАЗОВЫЙ ЛОГОТИП		4.6. Использование на носителях	36
2.1. Логотип без фона	7	4.7. Дипломы и сертификаты	39
2.2. Использование на носителях	8	5. ФИРМЕННЫЕ ФРАЗЫ	
2.2.1. На светлом фоне	9	5.1. Варианты фраз	41
2.2.2. На темном фоне	10	5.2. Воспроизведение фраз на носителях	45
2.3. Логотип на подложке	12	6. ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ	
2.4. Использование на носителях	13	6.1. Обработка фото	49
2.5. Креативные визитные карточки	16	6.2. Подбор фото	51
2.6. Монохромная версия логотипа	18	6.3. Использование на носителях	52
3. КОНСЕРВАТИВНЫЙ ЛОГОТИП		7. КОНСТРУКТОР КОНТЕКСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ	
3.1. Обзор	20	7.1. Конструктор	55
3.2. Варианты воспроизведения	21	7.2. Контекстные подложки	57
3.3. Использование в деловой документации	22	7.3. Контекстные иллюстрации	59
3.4. Оформление слайдов презентации	24	7.4. Пример создания носителя	62
3.5. Консервативные визитные карточки	26	8. НЕПРАВИЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ	
3.6. Использование на носителях	28	8.1. Издевательства над логотипом	65
4. ТИПОГРАФИКА		8.2. Некорректные фотоизображения	67
4.1. Буквы и цифры	30	8.3. Без чуткости к фирменному шрифту	68
4.2. Конструктор надписей	31	8.4. Трепанация Конструктора	69
4.3. Дополнительный наборный шрифт	32		

1.

ЦВЕТА

1. Цвета

1.1. Базовые цвета

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ

CMYK
40-30-30-10

RGB
155-155-150

CMYK
70-60-60-70

RGB
50-50-50

CMYK
70-15-0-0

RGB
50-170-220

CMYK
100-70-0-0

RGB
0-90-160

CMYK
30-10-100-0

RGB
200-200-20

CMYK
15-35-80-0

RGB
220-170-70

CMYK
55-0-100-0

RGB
140-190-20

CMYK
0-65-90-0

RGB
230-115-40

CMYK
12-100-70-0

RGB
205-10-55



1. Цвета

1.2. Цвета для деловой документации

CMYK
0-0-0-0

RGB
255-255-255

CMYK
70-60-60-70

RGB
50-50-50

CMYK
70-15-0-0

RGB
50-170-220



2.



БАЗОВЬИ
ЛОГОТИЛ

2. Базовый логотип

2.1. Логотип без фона



NV_logo_white.eps



Базовая версия логотипа представляет собой единое целое – соотношение его частей не может быть изменено. Самостоятельное построение логотипа запрещено. Кроме того, не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов.

Во всех случаях необходимо использовать исключительно варианты начертаний и цветов логотипа, представленные в этом Руководстве.

- 1 Внешнее охранное поле логотипа.
- 2 Внешний периметр логотипа.



2. Базовый логотип

2.2. Использование на носителях

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



NV_logo_white



Логотип без подложки довольно «нежный», для брендинга сувенирной продукции лучше выбирать базовый белый цвет или по возможности наиболее светлые (бежевый, светло-серый).

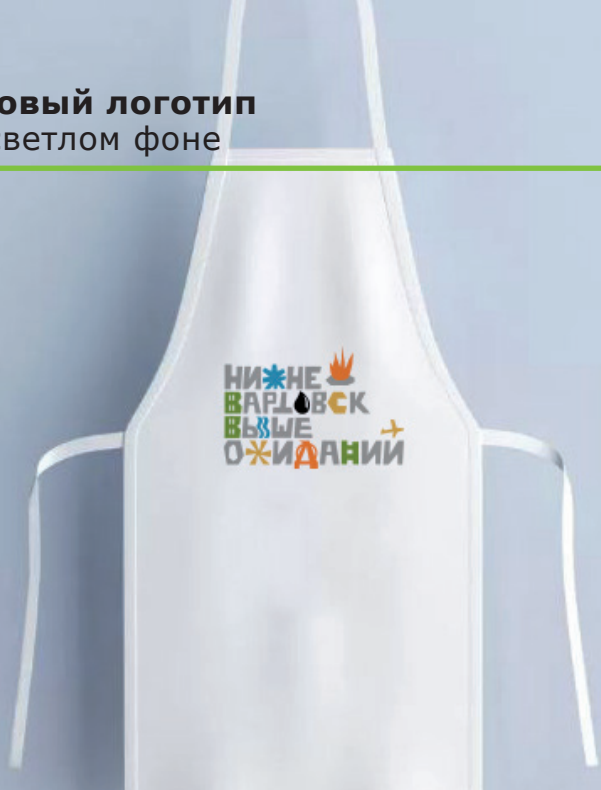
Тот же логотип можно использовать и на темно-сером или черном фоне.

С помощью этого варианта может быть забрендирован любой продукт: футболки, кепки, холщовые сумки, фартуки, детские слюнявчики.

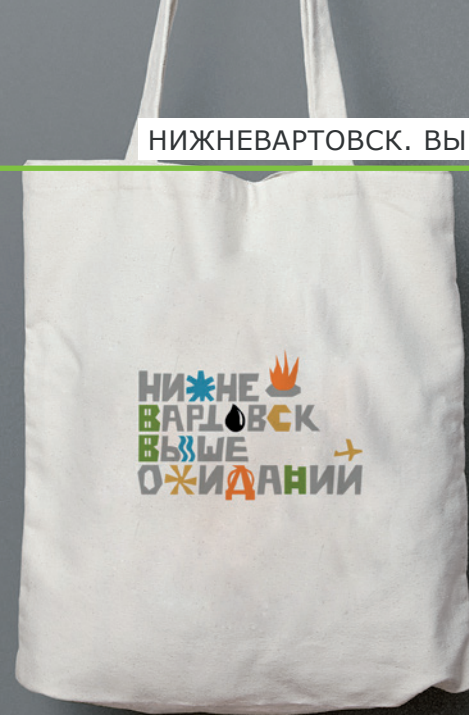


2. Базовый логотип

2.2.1. На светлом фоне



НИЖНЕВАРЛОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

2. Базовый логотип

2.2.2. На темном фоне

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

2. Базовый логотип

2.2.2. На темном фоне

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ

Допускается горизонтальное написание логотипа на фирменном фоне при чрезмерно вытянутых форматах воспроизведения.

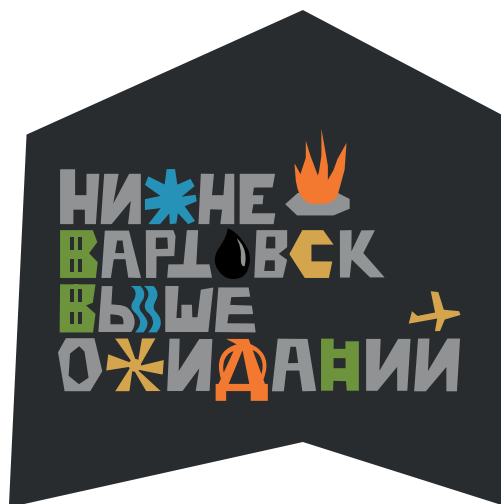


2. Базовый логотип

2.3. Логотип на подложке



NV_logos_black



Разработано несколько вариантов темной подложки для основного логотипа. Такое начертание выглядит более контрастным и ярким, его удобно использовать при наличии цветного фона или для того, чтобы выделить логотип на общем фоне.

Форма подложки может быть любой, главное правило – геометричность и аккуратность. При выборе подложки логично отдавать предпочтение подходящей по контексту форме.



2. Базовый логотип

2.4. Использование на носителях

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



NV_logo_black_1.pdf



Логотип на подложке сам по себе удобно использовать для брендирования массовой сувенирной продукции. Так как темная подложка надежно защищает логотип, то в качестве общего фона можно выбирать любой фирменный цвет, описанный в разделе 1 (стр. 4).

С помощью этого способа может быть забрендирован любой сувенир или предмет одежды.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета



НИ*НЕ ✨
ВАРЛОВСК
ВЪШЕ
О*ИДАНИИ ✈️



2. Базовый логотип

2.5. Креативные визитные карточки

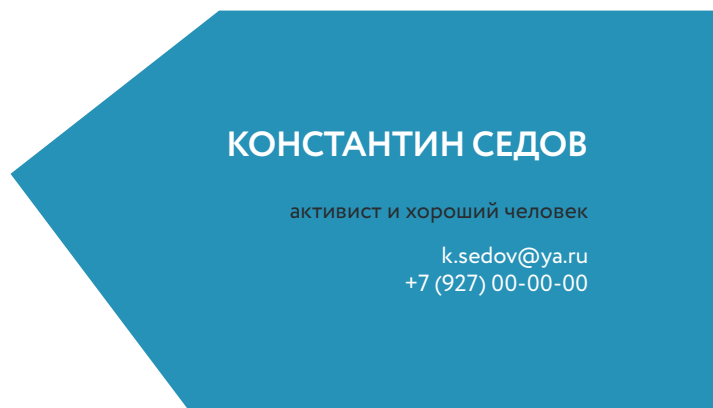


NV_visit card_creative

1



2



Креативные визитные карточки предназначены для активистов и людей, связанных с внедрением и распространением бренда города. Размер карточек стандартный (90x50 мм), но за счет вырубки, ярких цветов и формы, приближенной к самому логотипу на подложке, они будут выгодно выделяться среди множества стандартных карточек.

- 1 Фронтальная часть с логотипом бренда города.
- 2 Обратная часть с контактами.

Цвет оборотной части может любым из фирменных.



КОНСТАНТИН СЕДОВ
активист и хороший человек
k.sedov@ya.ru
+7 (927) 00-00-00

КОНСТАНТИН СЕДОВ
активист и хороший человек
k.sedov@ya.ru
+7 (927) 00-00-00



КОНСТАНТИН СЕДОВ
активист и хороший человек
k.sedov@ya.ru
+7 (927) 00-00-00

КОНСТАНТИН СЕДОВ
активист и хороший человек
k.sedov@ya.ru
+7 (927) 00-00-00

КОНСТАНТИН СЕДОВ

КОНСТАНТИН СЕДОВ



2. Базовый логотип

2.6. Монохромная версия логотипа



NV_logo_bw

1



2






Монохромная версия базового логотипа предназначена для носителей и ситуаций, когда полноцветный логотип невозможно воспроизвести. Например, при распечатке на черно-белом принтере или при пересылке по факсу.

Кроме того, у логотипа есть обесцвеченная версия с одной покрашенной снежинкой (буквой «Ж»). Этот вариант логотипа используется совместно с консервативным начертанием в официальной документации.

- 1 Монохромный логотип на подложке.
- 2 Обесцвеченный логотип с разными вариантами подложек.



3.

КОНСЕР  
ВАТИВНЬИ 
ЛОГОТИЛ

3. Консервативный логотип

3.1. Обзор



NV_logo_official



Логотип для официальной документации выполнен в стилистике полного логотипа, но в сокращенном, более стогом виде. У него имеется несколько вариантов формы-подложки для разных ситуаций использования.

Кроме того, разработано несколько вариантов цветовых решений в разной комбинации фирменных цветов.



3. Консервативный логотип

3.2. Варианты воспроизведения

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

3. Консервативный логотип


3.3. Использование в деловой документации



NV_blank A4

1

эл. почта: glavany@n-vartovsk.ru
тел. приемной: 8 (3466) 24-18-81
факс: 8 (3466) 24-26-23
тел.: 8 (3466) 24-15-98




ул. Таежная, д. 24,
г. Нижневартовск,
Ханты-Мансийский
автономный округ, Югра, 628602

ГЛАВА ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА

№ _____
Ha № _____ от _____

2

эл. почта: glavany@n-vartovsk.ru
тел. приемной: 8 (3466) 24-18-81
факс: 8 (3466) 24-26-23
тел.: 8 (3466) 24-15-98



ул. Таежная, д. 24,
г. Нижневартовск,
Ханты-Мансийский
автономный округ, Югра, 628602

ГЛАВА ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА

№ _____
Ha № _____ от _____

В официальной документации может быть использован любой вариант начертания логотипа из представленных на предыдущей странице.

Для официальных бланков администрации города логотип может быть цветным или черно-белым в зависимости от способа печати.

- 1 Цветной бланк.
- 2 Черно-белый бланк.



3. Консервативный логотип

3.3. Использование в деловой документации

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ

эл. почта: glavavn@n-vartovsk.ru
тел. приемной: 8 (3466) 24-18-81
факс: 8 (3466) 24-26-23
тел.: 8 (3466) 24-15-98



ул. Таежная, д. 24,
г. Нижневартовск,
Ханты-Мансийский
автономный округ – Югра, 628602

ГЛАВА ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСКА

№ _____
На № _____ от _____

Председателю Думы Ханты-Мансийского
Автономного округа - Югры Б.С. Хохлакову

Уважаемый Борис Сергеевич!

5 февраля 2020 года пройдет первый Совет делегаций Нижневартовской агломерации, организованный Нижневартовским отделением Союза журналистов России при поддержке администрации города.

Программой мероприятия предусмотрена работа двух образовательных секций «Медиа» и «Город». В секции «Город» будет организована стратегическая сессия «Третье место как сакральное городское пространство», в которой примут участие представители Правительства ХМАО-Югры, главы муниципальных образований, входящих в Нижневартовскую агломерацию, специалисты в сфере благоустройства, архитектуры и градостроительства.

В рамках Совета также планируется проведение церемонии подведения итогов творческого конкурса журналистского мастерства "Журналист года Нижневартовской агломерации".

Приглашаем Вас принять участие в работе секции «Город» и церемонии награждения победителей конкурса, которые состоятся по адресу: город Нижневартовск, улица Ленина, д.7, БУ «Дворец искусств» с 13.00 до 17.00. Программа мероприятия прилагается.

Информацию о возможности Вашего участия просим сообщить по тел.: 8 (3466) 24-25-80, департамент общественных коммуникаций администрации города Нижневартовска или направить на адрес электронной почты: dok@n-vartovsk.ru.

С уважением,

В.В. Тихонов

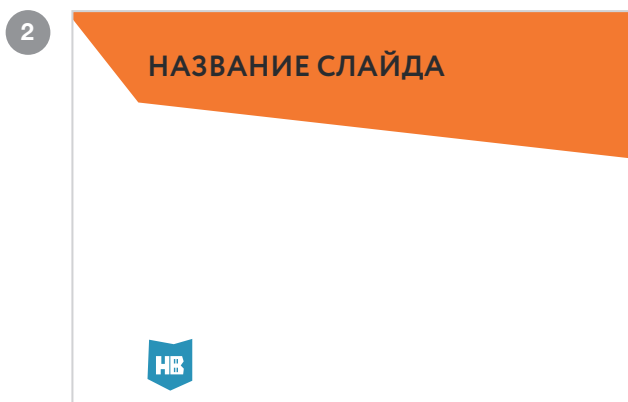
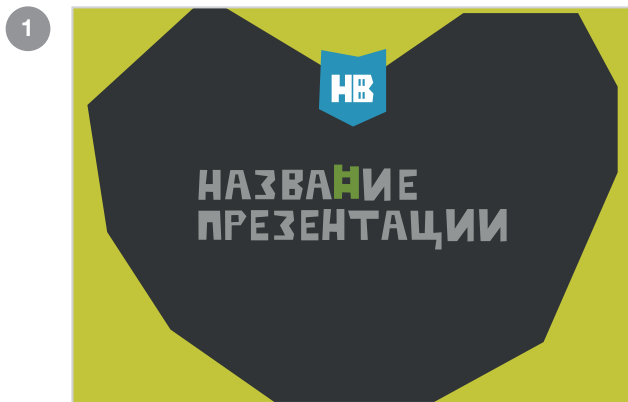


3. Консервативный логотип

3.4. Оформление слайдов презентации



NV_PP_present



Разработчики стиля рекомендуют для создания фирменных презентаций использовать программу InDesign, так как в ней значительно шире круг возможностей, связанных с использованием фирменных элементов стиля бренда Нижневартовка, по сравнению с другими программами.

Кроме того, допускается использование программы PowerPoint с ограниченными возможностями представления материала.

- 1 Заглавный слайд презентации создается согласно правилам Конструктора, подробно описанного в разделе 7 этого Руководства (см. стр. 54).
- 2 На слайдах раздела презентации можно использовать любой фирменный цвет бренда.
- 3 Простой информационный слайд.

Название и описание наборного шрифта представлены в разделе 5 этого Руководства (см. стр. 37).



3. Консервативный логотип

3.4. Оформление слайдов презентации



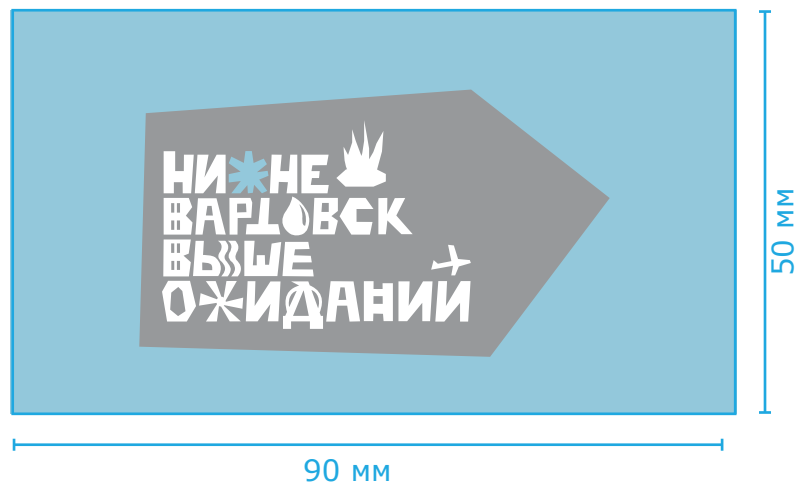
3. Консервативный логотип

3.5. Консервативные визитные карточки



NV_visit card_official

1



2



Консервативные визитные карточки предназначены для сотрудников администрации города и официальных лиц, представляющих бренд в деловой коммуникации.

Размер стандартный – 90x50 мм.

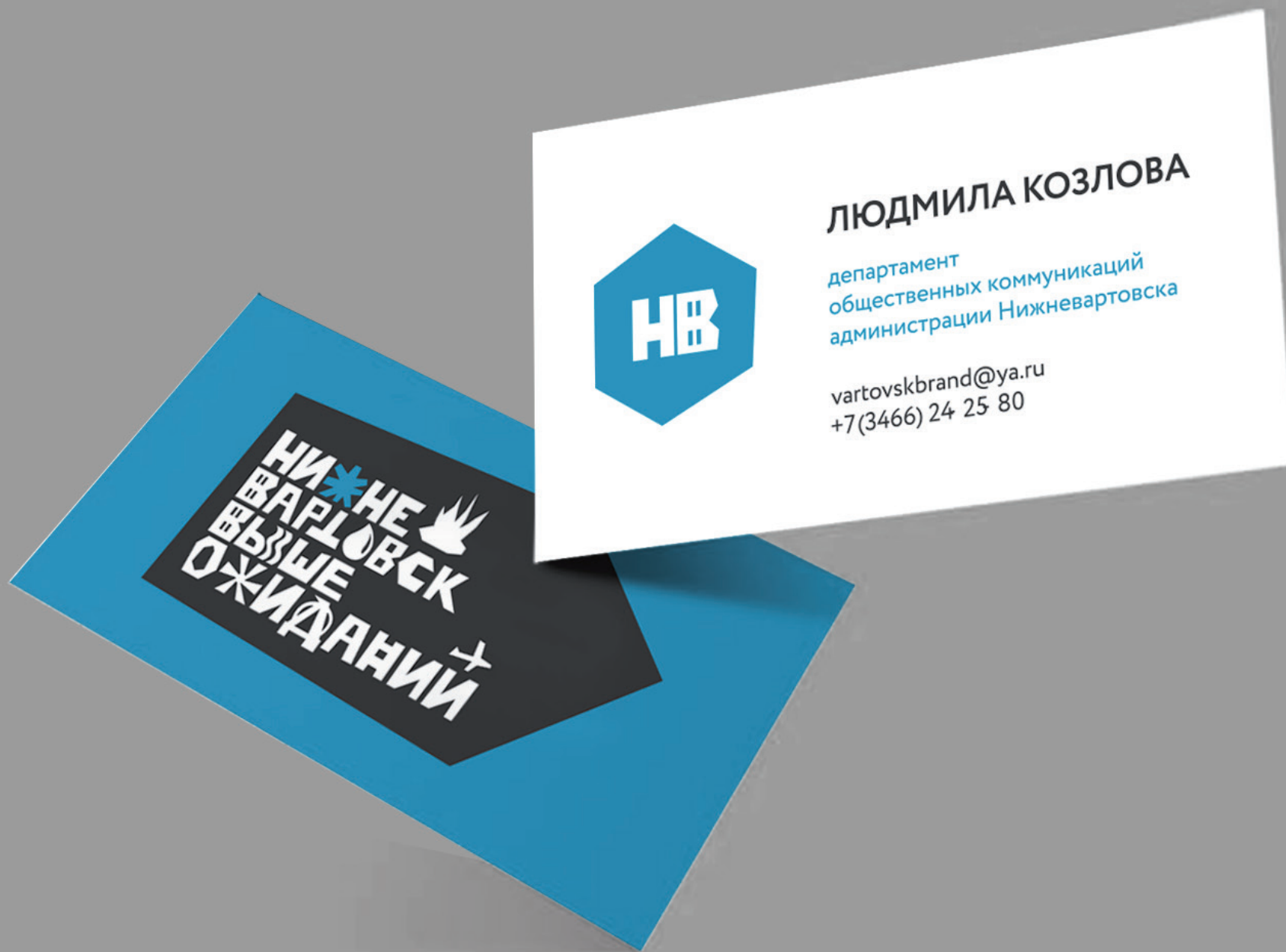
- 1 Фронтальная часть с обесцвеченным логотипом бренда города. Используются цвета только для деловой документации.
- 2 Обратная часть с контактами.



3. Консервативный логотип

3.5. Консервативные визитные карточки

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



3. Консервативный логотип

3.6. Использование на носителях

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

4.

ТИП  ГРАФИКА

4. Типографика

4.1. Буквы и цифры



NV_alphabet.eps

А Б В Г Д Е Ё Ж З И Й
К Л М Н О П Р С Т У Ф
Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Собственные буквы и цифры в проекте брендинга Нижневартовска играют важную роль. Это своеобразный конструктор, из которого можно составить любую контекстную фразу.

Со временем набор букв превратится в собственный шрифт, и у него появятся все необходимые знаки препинания, валютные и математические символы.





Грамотно использованные буквы сами по себе являются стилеобразующим элементом. В будущем каждая буква алфавита будет иметь альтернативное начертание, которое можно будет выбрать из кассы шрифта для создания по-настоящему уникальной надписи.

Пока что альтернативное начертание имеют только 8 букв. Такие начертания используются в базовом логотипе города.



4. Типографика

4.3. Дополнительный наборный шрифт

Circe

Circe Light

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$%^&*();:?

Circe Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$%^&*();:?

Circe Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$%^&*();:?

Корпоративный шрифт является одним из основных идентификаторов бренда. Поэтому его необходимо использовать во всех видах коммуникаций. Данная мера обеспечивает стилистическое единство логотипа и всех остальных текстовых элементов стиля.

Circe – дополнительный наборный шрифт бренда. Используется в документации (бланки, приказы, служебные записки, конверты, рабочая переписка сотрудников и т.п.), в рекламных и информационных сообщениях, а также как наборный шрифт в фирменных презентациях. В зависимости от конкретной ситуации могут использоваться его разные начертания.

Circe – платный лицензионный шрифт компании ParaType.



Trebuchet MS

Trebuchet MS
Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$^&*();:?

Trebuchet MS
Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#\$^&*();:?

Шрифт Trebuchet MS является предустановленным шрифтом для программной платформы Windows.

Его можно использовать для набора большого массива текста в документах, пересылаемых с возможностью редактирования. Например, в программе Word или PowerPoint.



4. Типографика

4.5. Рекомендованная верстка

1

ХОЧУ
НАПИСАТЬ
КЛАССНУЮ
ФРАЗУ

2

ХОЧУ
НАПИСАТЬ
КЛАССНУЮ
ФРАЗУ

3

ХОЧУ
НАПИСАТЬ
КЛАССНУЮ
ФРАЗУ

4

ХОЧУ
НАПИСАТЬ
КЛАССНУЮ
ФРАЗУ

Создавая длинную фразу из конструктора букв, важно соблюдать несколько простых правил.

- 1 Буквы в словах должны стоять на одной линии. Расстояние между строчками должно быть одинаковым. Высота букв тоже не должна отличаться (одно слово не может быть больше другого).
- 2 Все слова должны быть выровнены по левому краю.
- 3 Если в фразе есть буквы, имеющие альтернативные символы, их при желании можно заменить.
- 4 Выбрать цвет шрифта относительно фона.



4. Типографика

4.5. Рекомендованная верстка

1 СИНХРОФАЗОТРОН

Если заверстать требуется одно длинное слово и пространство позволяет, лучше писать его с переносом для удобства чтения.

2 СИНХРО
ФАЗОТРОН

1 Набор букв для слова из конструктора шрифта.

2 Выравнивание слов по левому краю.

3 Замена некоторых символов для индивидуализации надписи.

3 СИНХРО 
ФАЗ  ТРОН



4. Типографика

4.6. Использование на носителях

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



NV_souvenirs

НА МОРЕ
ХОРОШО,
А В 
НИ  НЕ 
ВАРЛОВСКЕ 
ВЫШЕ 



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета



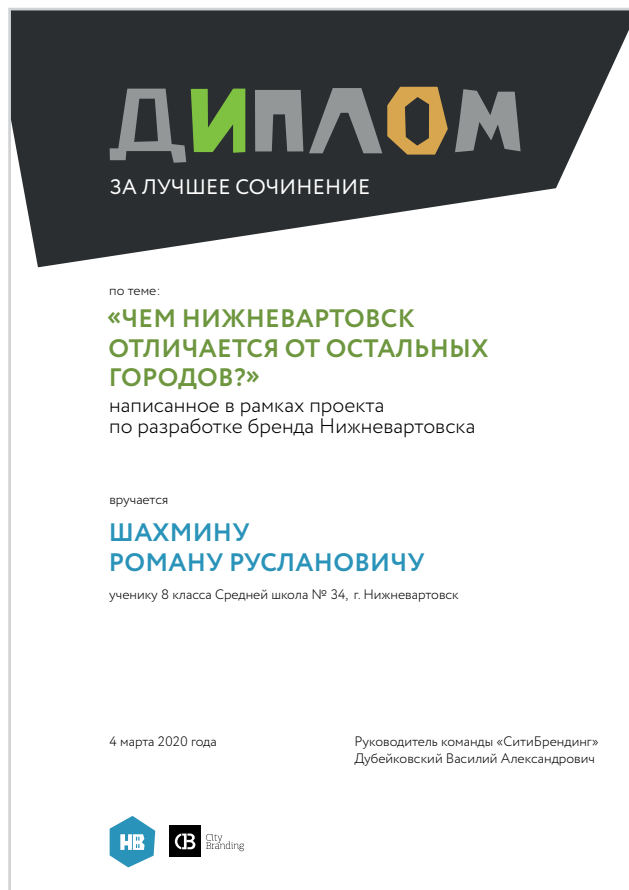


4. Типографика

4.7. Дипломы и сертификаты



NV_diplom



Для документации типа дипломов, сертификатов или подарочных карт используется сочетание шрифтового конструктора и дополнительного шрифта.

В верстке используется левая выключка текста.

В словах, набранных шрифтовым конструктором, допускается изменение цвета некоторых букв. Могут быть использованы только фирменные цвета.



5.

ФИРМЕННЫЕ ФРАЗЫ

5. Фирменные фразы

5.1. Варианты фраз



NV_phrases



В рамках работы над проектом брендинга Нижневартовска разработан набор фирменных фраз, составленных из собственного шрифта бренда (раздел 4, стр. 30), которые могут использоваться как стилеобразующие элементы.

Эти фразы могут использоваться на электронных и печатных носителях, а также на сувенирной продукции.



Я НА
ВЫСОТЕ

ПРИЯТНАЯ
НЕО*И 
ДАННОСТЬ

ВЫШЕ 
ВСЯКИХ
ПОХВАЛ

БУДЬ
ВЫШЕ

САМО 
ВАРЛОВСК

  ВЗЛЕТАЯ
ВЫШЕ
ЕЛИ


СТРИТ
АРЛОВСК

САМОТЛОП 

ИЗНЕ 
ВАРЛОВСК

ИНСТА 
ВАРЛОВСК

ДОБРО 
ВАРЛОВСК

ЯРЧЕ 
ГОРОД
2020

5. Фирменные фразы

5.2. Воспроизведение фраз на носителях

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ







ВЫШЕ
ВСЯКИХ
ПОХВАЛ



ИНСТА
ВАРЛОВСК



ИЗ НЕ
ВАРЛОВСК

6.

ФОТО 
ИЗ  БРА  ЕНИЯ

6. Фотоизображения

6.1. Обработка фото

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ

1



Фотографии, используемые в стиле города, должны быть характерными, узнаваемыми, кроме того, должна существовать возможность вырезать объекты с общего фона.

1 Исходная фотография.

2 Пример обработки в сочетании с одним из фирменных фонов.

2



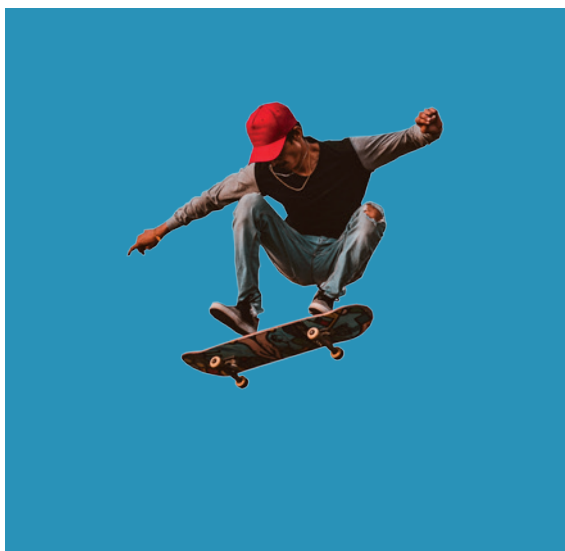
Автор фото Роман Гостев.
<https://vk.com/gostevr>



6. Фотоизображения

6.1. Обработка фото

1



«Обтравка» возможна для любого вида фотографий, а также картин (например для афиши выставки), коллажей и ретроснимков.

- 1 Пример обработки фотографии в движении.
- 2 Пример обработки классической картины.

Все вырезанные объёты должны размещаться на фирменных цветных фонах.

2

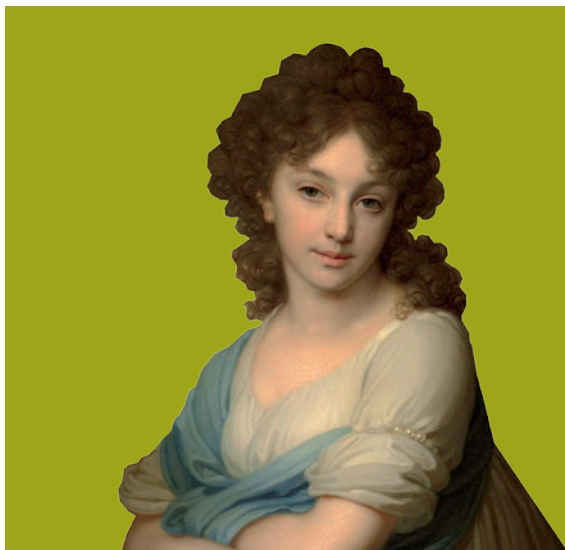


Фото с сайта бесплатных фотографий.
Картина Боровиковского
«Портрет Нарышкиной»



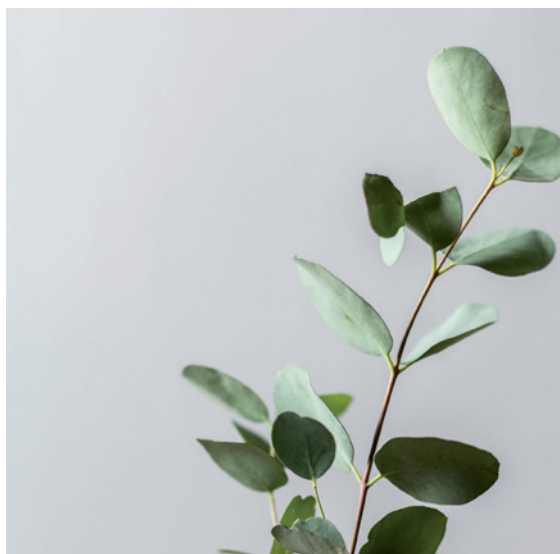
6. Фотоизображения

6.2. Подбор фото

1



2



3



4



Чтобы правильно подобрать фотографию к информационному носителю, стоит придерживаться нескольких простых правил:

- 1 Фото контекстно подходит под сообщение.
- 2 Ключевую фигуру из кадра легко «вырезать» в Фотошопе.
- 3 Сама фотография имеет художественную ценность, которая не пропадает после «вырезания», одним словом фотография красивая.
- 4 Общий тон фотоснимка выгодно смотрится на одном из фирменных фонов.

1. Автор фото Роман Гостев.
2, 3, 4. Фото с сайта бесплатных фотографий.



6. Фотоизображения

6.3. Использование на носителях

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



«Вырезанные» фотографии могут быть использованы на любом рекламном или информационном носителе. Важно, чтобы качество изображений соответствовало требованиям типографии к печати файлов и имело максимально возможное разрешение.

Фото с сайта бесплатных фотографий.



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

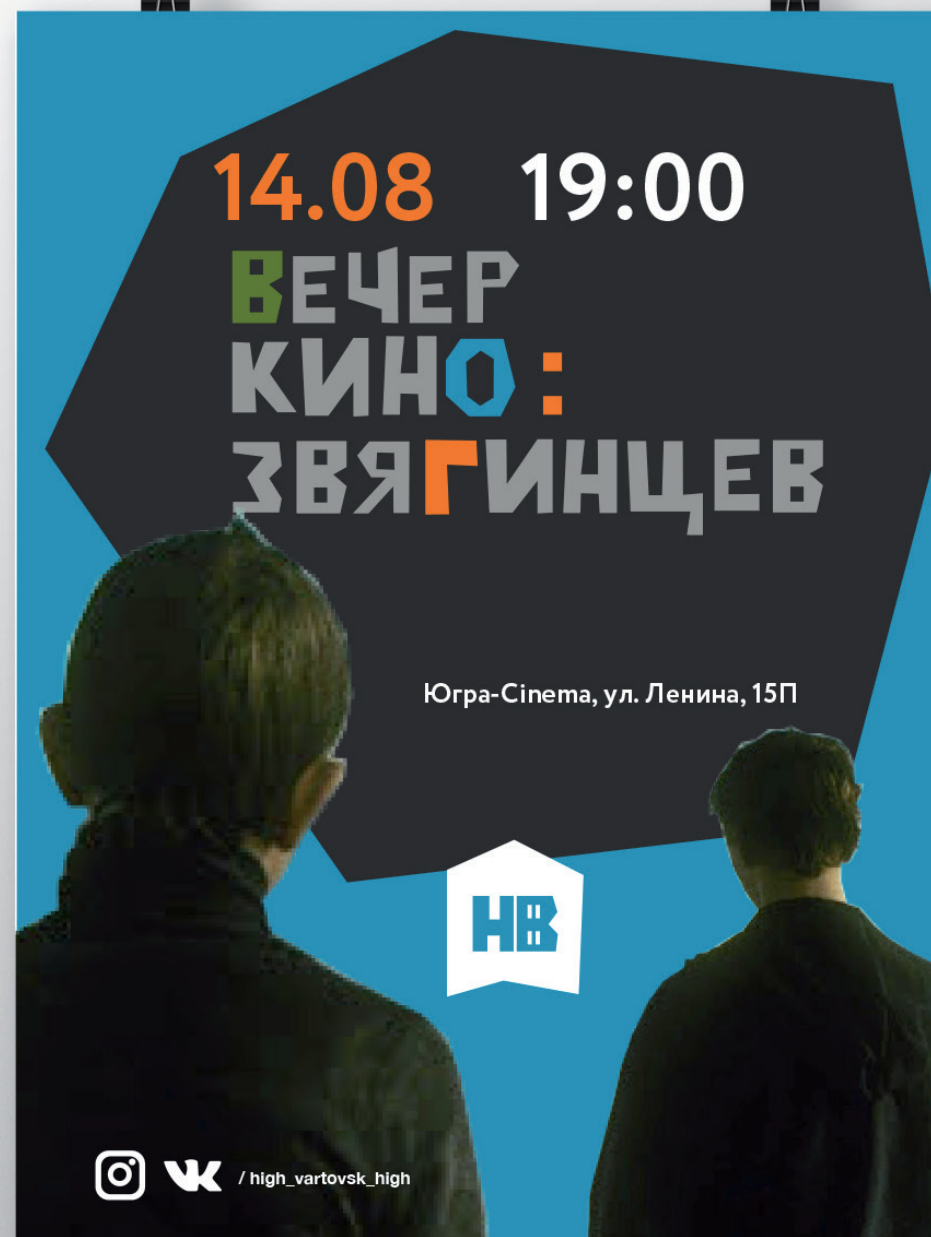
6. Фотоизображения

6.3. Использование на носителях




Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



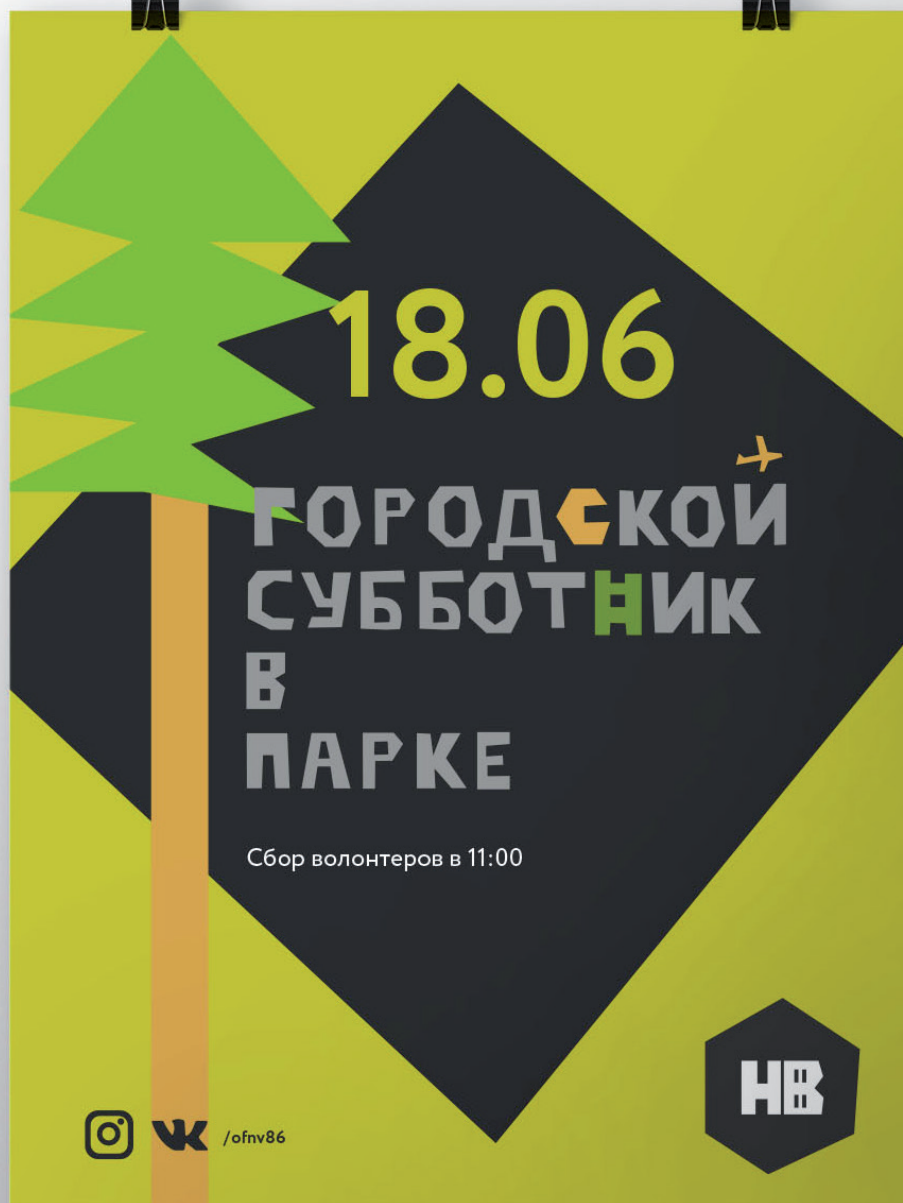
7.

КОНСТРУКТОР
К  НТЕКСТНОЙ
КОММУНИКАЦИИ

7. Конструктор контекстной коммуникации

7.1. Конструктор

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



Конструктор объединяет все предыдущие 6 разделов Руководства и отвечает на вопрос:

«Как быстро создать что-то в фирменном стиле?»

Составляющие стиля:

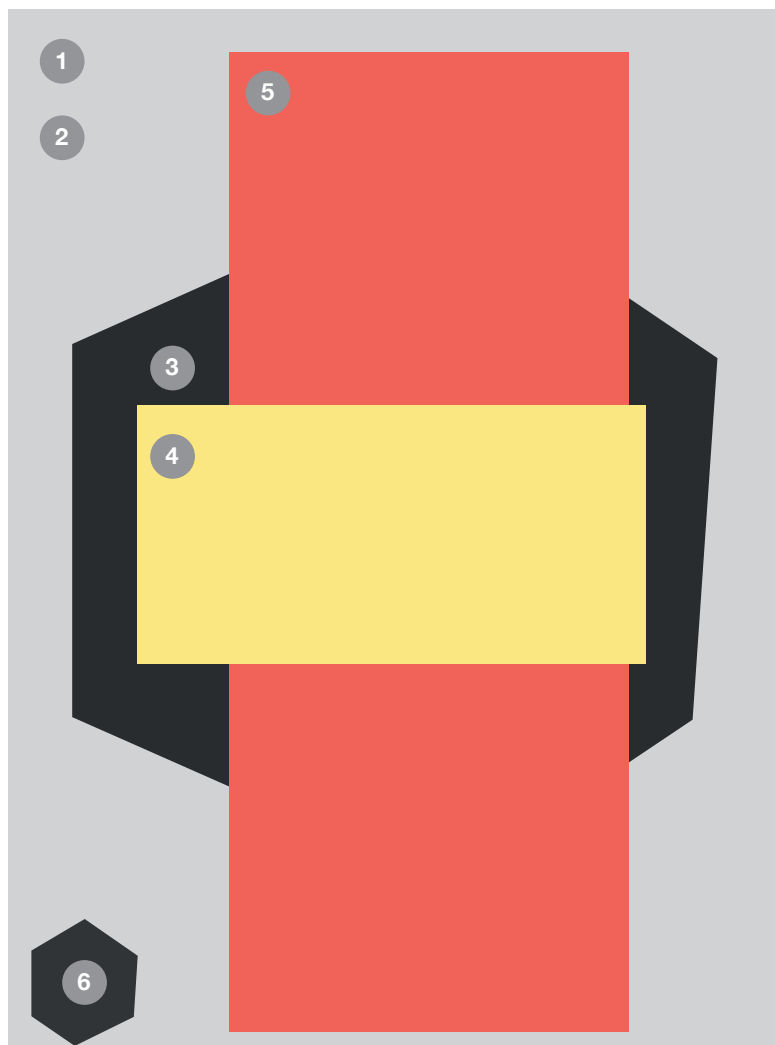
1. Фирменные цвета.
2. Базовый логотип.
3. Консервативный логотип.
4. Фирменные фразы.
5. Типографика.
6. Фотоизображения.

Используя эти элементы стиля, можно создать афишу, постер, билборд, обложку буклета и др.



7. Конструктор контекстной коммуникации

7.1. Конструктор

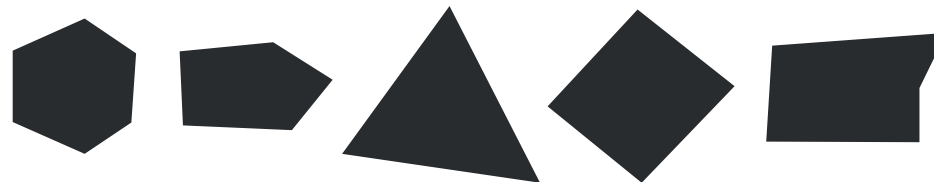


1 Формат постера (билборда или плаката).

2 Цвет фона (см. раздел 1).



3 Контекстная подложка (см. следующий подраздел).



4 Фраза-сообщение, набранная фирменным шрифтом (см. раздел 4).



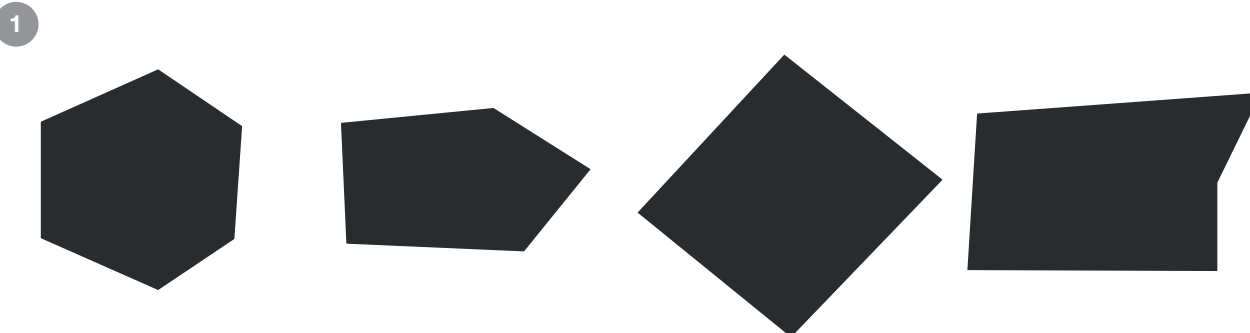
5 Дополнительное фотоизображение (см. раздел 6) или иллюстрация (см. стр. 59 этого раздела), если необходимо.

6 Логотип (см. раздел 3).
Если цель постера – реклама самого бренда, то в качестве основного сообщения может использоваться непосредственно базовый логотип.



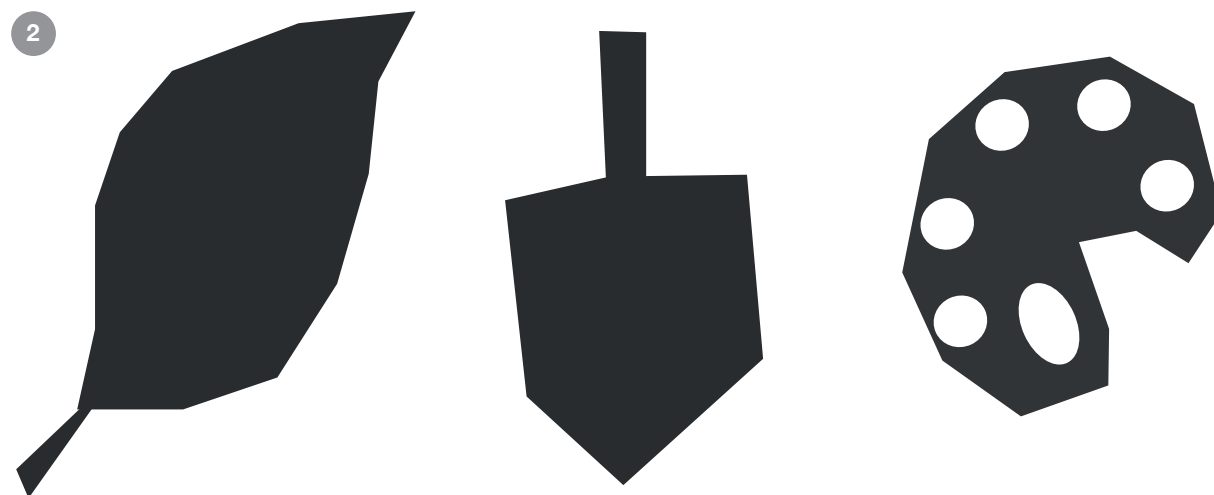
7. Конструктор контекстной коммуникации

7.2. Контекстные подложки



Подложки могут быть совершенно разной формы и должны подбираться или создаваться исключительно исходя из коммуникации носителя.

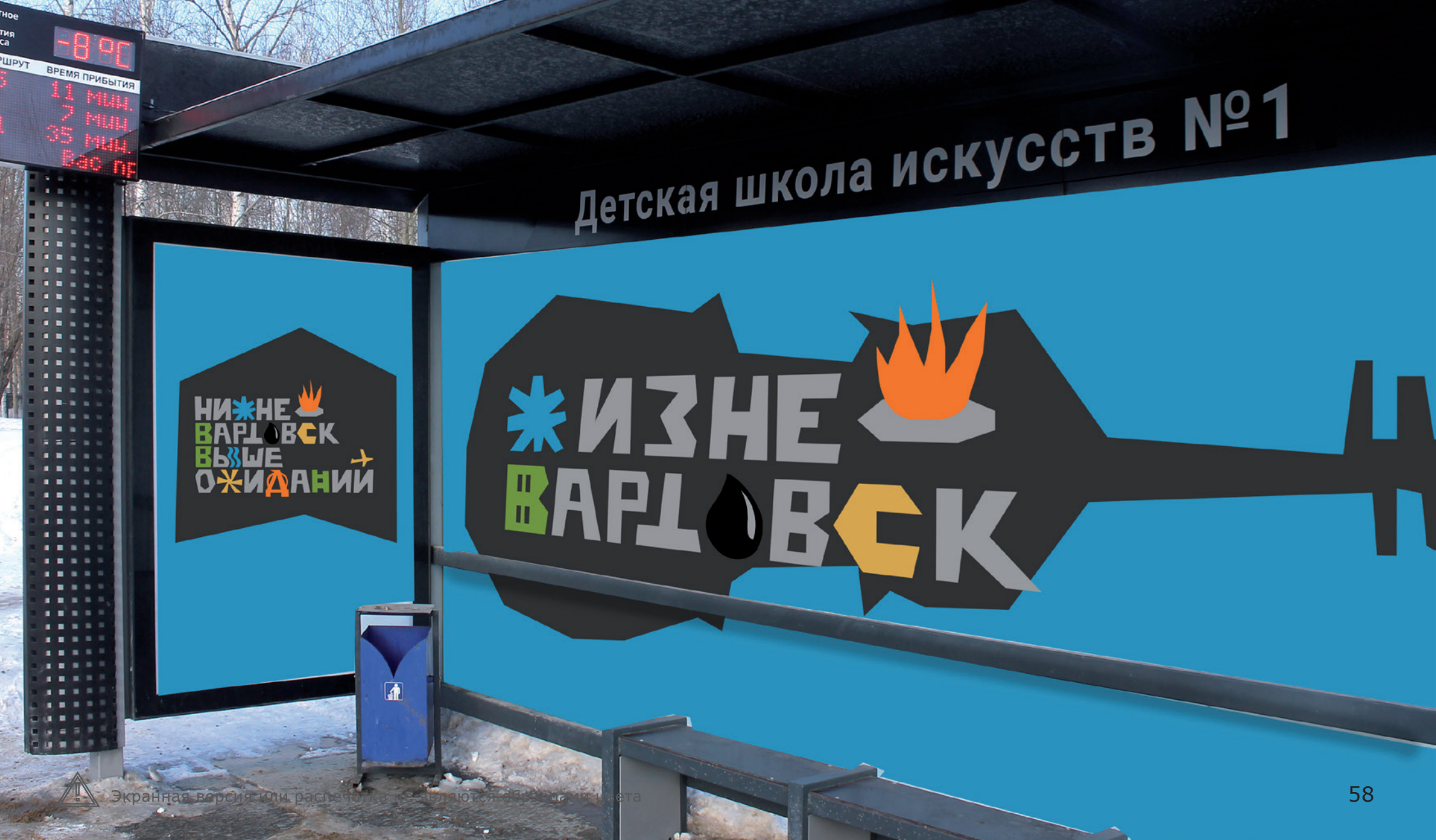
- 1 Варианты абстрактных геометрических подложек, сходных по форме с подложками базового логотипа (см. раздел 2).
- 2 Варианты иллюстрированных геометрических подложек, которые непосредственно связаны с текстом, под которым они находятся.



7. Конструктор контекстной коммуникации

7.2. Контекстные подложки

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



7. Конструктор контекстной коммуникации

7.3. Контекстные иллюстрации



Контекстные иллюстрации – набор векторных изображений, имеющих непосредственное отношение к Нижневартовску.

На данный момент набор представляет собой альтернативные начертания некоторых букв из базового логотипа, которые могут использоваться самостоятельно.

Набор может расширяться по мере увеличения общего количества макетов для бренда города.

При создании новых иллюстраций важно придерживаться общей стилистики бренда.



7. Конструктор контекстной коммуникации

7.3. Контекстные иллюстрации

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



7. Конструктор контекстной коммуникации

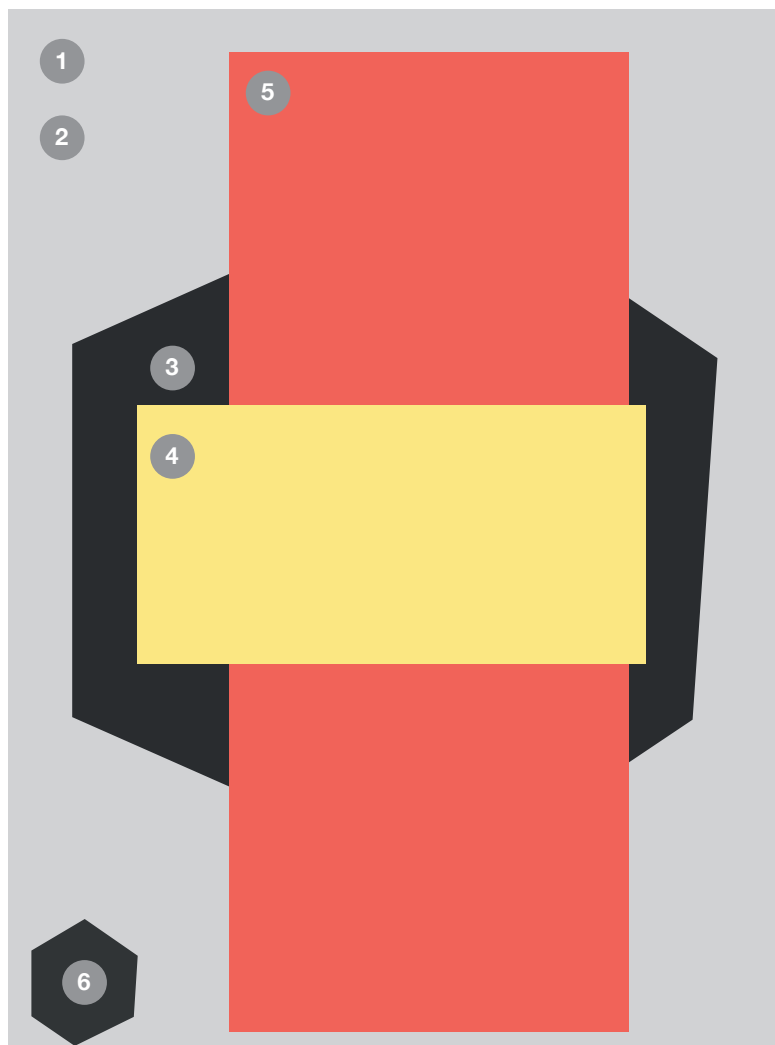
7.3. Контекстные иллюстрации

НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



7. Конструктор контекстной коммуникации

7.4. Пример создания носителя



Пример создания постера про городской субботник в парке с использованием Конструктора.

В зависимости от временных возможностей дизайнера, наличия фотоизображения или какой-то креативной контекстной идеи, можно создавать разные постеры на основе одного и того же Конструктора.

1 Формат А3-А4.

2 Цвет фона.



вар. 1



вар. 2



вар. 3

3 Контекстная подложка.



вар. 1



вар. 2



вар. 3

4 Фраза-сообщение, набранная фирменным шрифтом.

ГОРОДСКОЙ
СУББОТНИК
В ПАРКЕ

5 Дополнительное фотоизображение или иллюстрация.

6 Логотип.



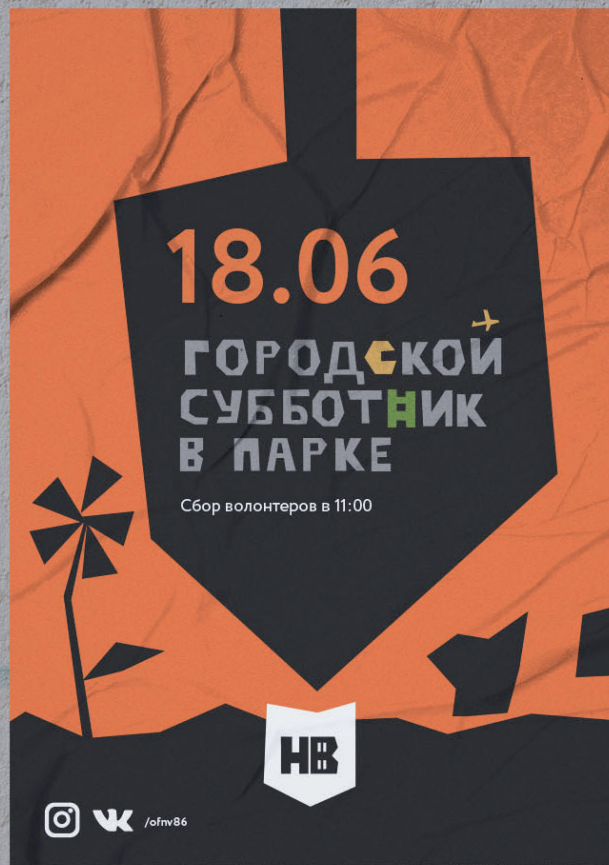
7. Конструктор контекстной коммуникации

7.4. Пример создания носителя

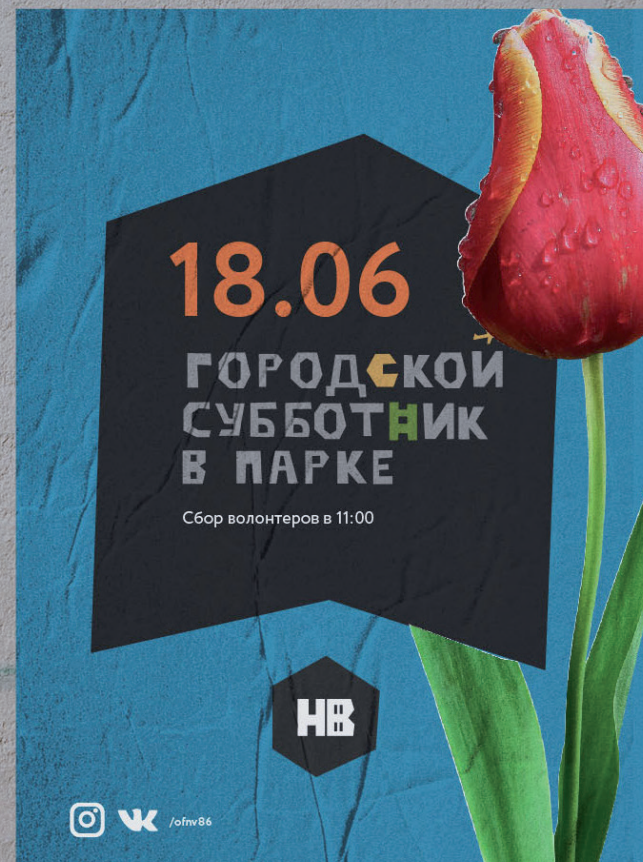
НИЖНЕВАРТОВСК. ВЫШЕ ОЖИДАНИЙ



вар. 1



вар. 2



вар. 3



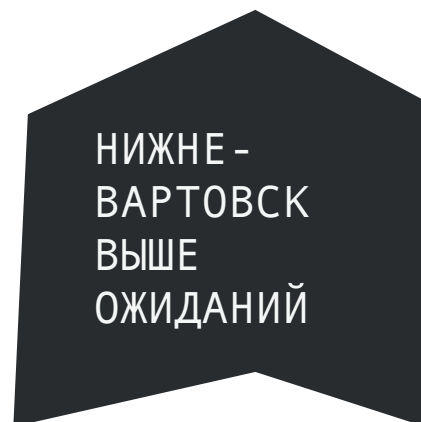
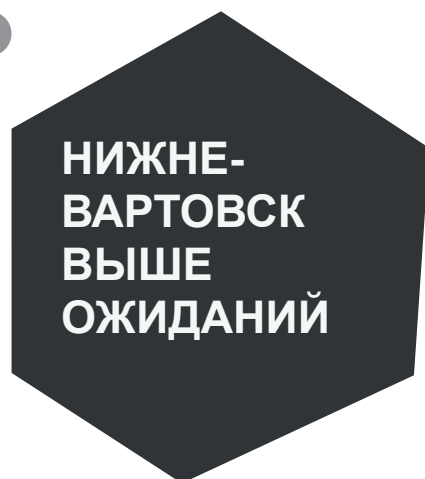
8.

НЕПРАВ**В**ИЛЬНОЕ
ИСП**⬮**ЛЬЗОВАНИЕ

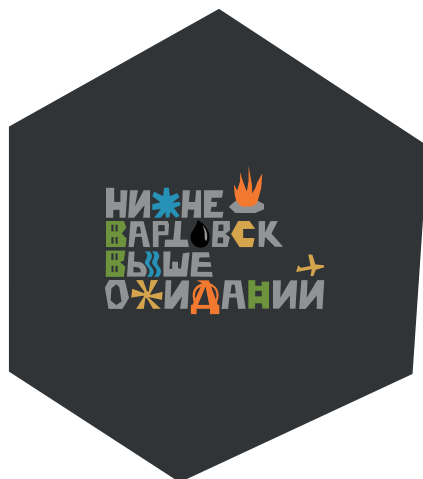
8. Неправильное использование

8.1. Издевательства над логотипом

1



2



Как указано в разделе 2 данного Руководства, логотип бренда представляет собой единое целое: соотношение его частей не может быть изменено. Однако своим видом он может вызывать необоснованные творческие порывы у людей, планирующих его использование. В этом разделе перечислены возможные варианты того, как делать НЕ НУЖНО.

- 1 Самостоятельное воспроизведение логотипа другим шрифтом.
- 2 Изменены пропорции логотипа.



8. Неправильное использование

8.1. Издевательства над логотипом

3



3 Поворот логотипа или его отдельных элементов.

4



4 Изменение цветов логотипа, даже если это фирменные цвета.

5



5 Смена формы подложки логотипа, не предусмотренная в этом Руководстве.

6



6 Сочетание нескольких «издевательства».



8. Неправильное использование

8.2. Некорректные фотоизображения

1



2



3



4




В разделе 6 этого Руководства (стр. 48) подробно описано, как лучше подбирать фотоизображения, чтобы они не противоречили стилистике бренда города.

Здесь представлены изображения, которые не соответствуют стилистике ни по каким параметрам.

- 1 Фото, не подходящее по цвету.
- 2 Фото, которое невозможно вырезать.
- 3 Фото, не имеющее художественной ценности.
- 4 Бесплатное стоковое фото, которое часто используется в массовой рекламе, или фото с участием знаменитости.



1
С И Н Х Р О
Ф А З О Т Р О Н

2
С И Н
Х Р О
Ф А З 
Т Р О Н

3
СИНХРО-
ФАЗТОРОН
ИЛИ
КОЛЛАЙДЕР

Подробное описание использования шрифтового конструктора и дополнительных шрифтов представлено в разделе 4 этого Руководства.

- 1 Пока шрифтовой конструктор не стал наборным шрифтом, важно помнить про межбуквенные и межстрочные интервалы, которые настраиваются вручную.
- 2 Все слова, составляемые при помощи шрифтового конструктора, должны быть одного размера. Исключения составляют цифры, например дата проведения мероприятия (см. стр. 44).
- 3 Набор центральных заголовков дополнительным шрифтом недопустим.



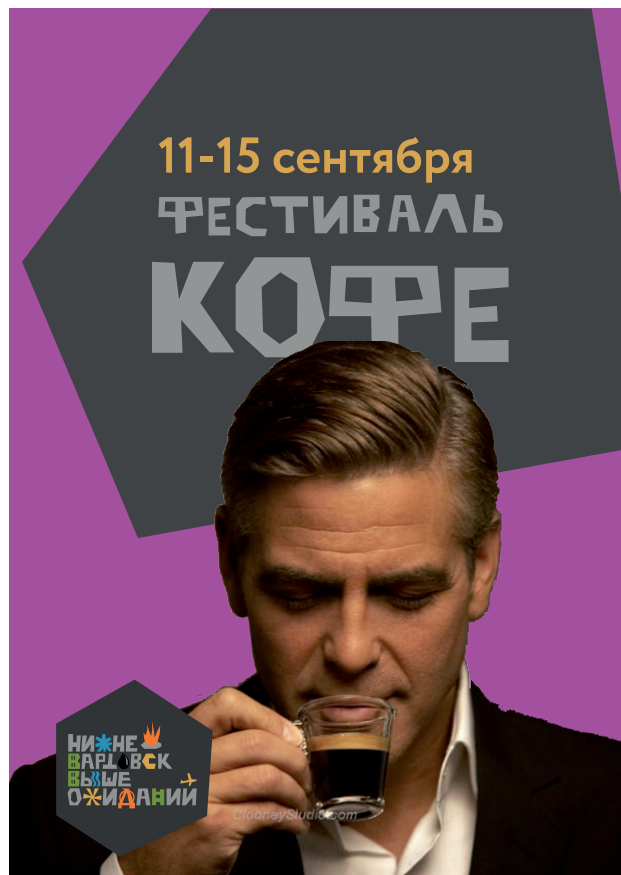
8. Неправильное использование

8.4. Трепанация Конструктора

1



2



Подробное использование Конструктора контекстной коммуникации описано в разделе 7 этого Руководства.

Если логотип, фотоизображения, текст или цвета использованы некорректно, то изображение перестает восприниматься как фирменное, имеющее отношение к бренду.

- 1 Некорректное использование фото как фона, контекстной подложки и шрифта.
- 2 Не подходящее по параметрам фото, нефирменный цвет, базовый логотип, перегружающий макет, некорректное использование шрифта.



ПУСТЬ
ВАШИ
МАКЕТЫ
БУДУТ
ВЫШЕ
ОЖИДАНИЙ

НВ