

БРЕНДБУК МУЗЕЯ АНТРОПОЛОГИИ И ЭТНОГРАФИИ
ИМ. ПЕТРА ВЕЛИКОГО (КУНСТКАМЕРА) РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК



Кунст
камера

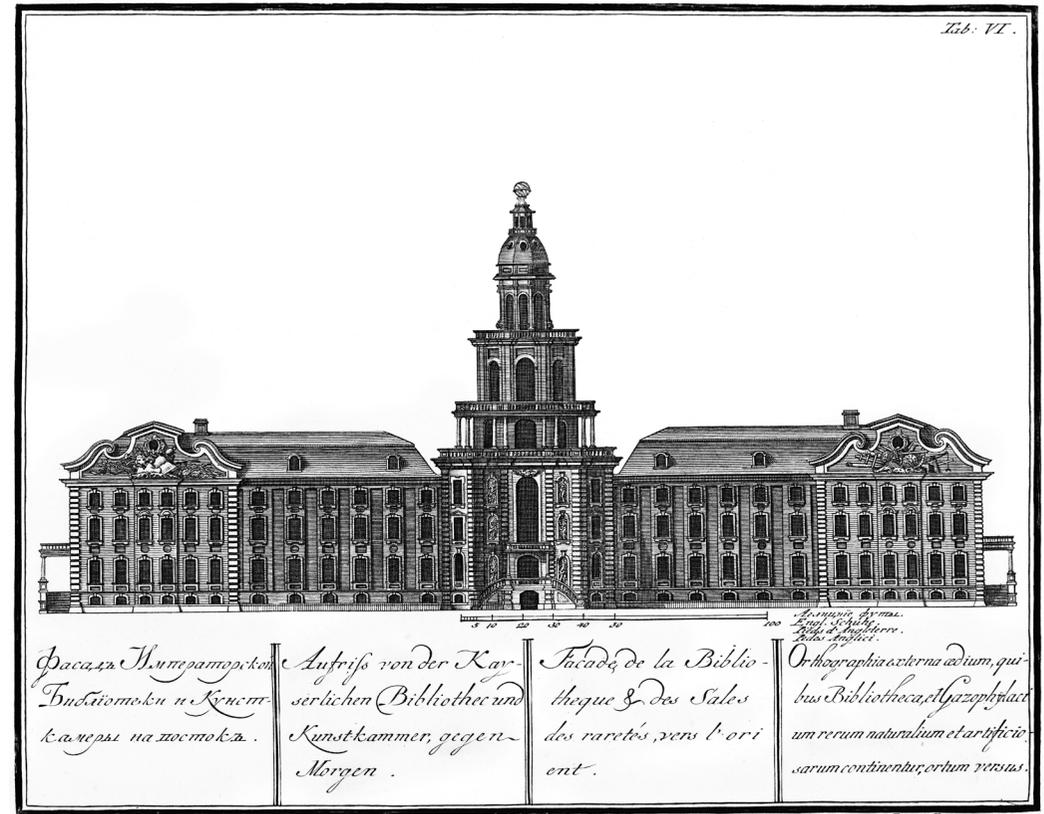
Kunst
kamera

О МУЗЕЕ

Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) Российской Академии наук (далее — МАЭ РАН) — один из ведущих исследовательских центров России. Указами Президента РФ музей отнесен к особо ценным объектам культурного наследия народов РФ, включен в Государственный свод особо ценных объектов культурного наследия народов РФ. МАЭ РАН является одновременно музеем и научно-исследовательским учреждением.

Кунсткамера создавалась Петром I: он был ее основателем и собирателем коллекций. Создание Кунсткамеры связывают с тем опытом и впечатлениями, которые получил русский царь во время своих зарубежных путешествий (первое пребывание за границей в 1697—1698 годах, второе — в 1717—1718 годах). Но сами путешествия, как известно, были вызваны политическими и военными интересами России.

Одной из важнейших политических задач нового музея было создание образа меняющейся России. На решение этой задачи были направлены усилия российских дипломатов, комиссионеров, издателей, газетчиков. Статьи о новой России появлялись на страницах европейских журналов. Уже в 1706 году Journal de Trevoux писал, что музеи и науки продвигаются к северу, «где царь Петр Алексеевич, правящий ныне, утвердился в намерении просветить свое государство».



ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК МУЗЕЯ

Цели и задачи обновления бренда Кунсткамеры диктуют разработку нового активного визуального языка, который будет позиционировать музей как современное учреждение науки и образования, имеющее богатую историю и насыщенное уникальными собраниями и информацией. Также новый визуальный язык Музея призван обеспечить создание привлекательного образа для новых целевых аудиторий.

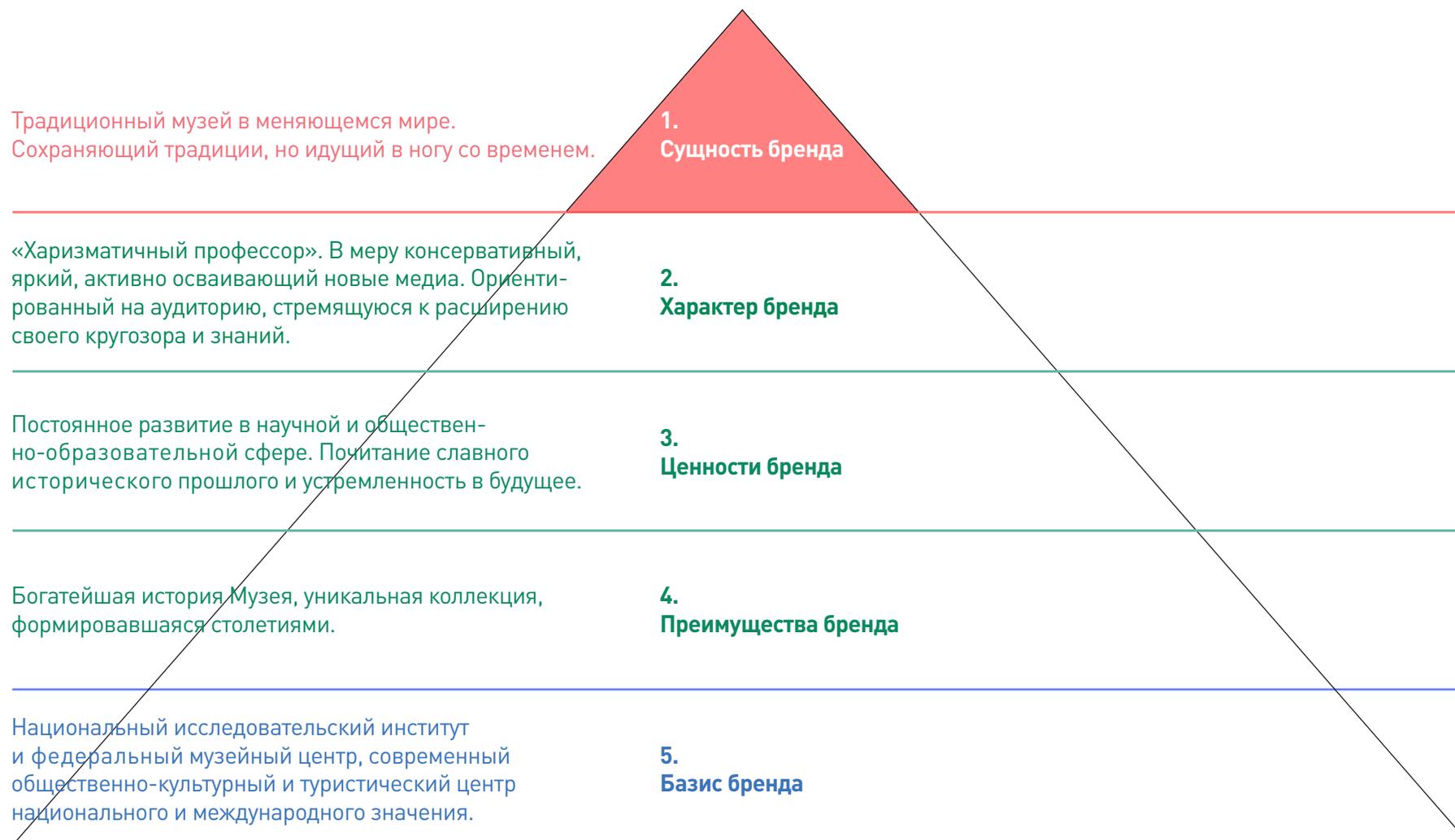
В существовавшей ранее версии логотипа Кунсткамеры использовалось стилизованное изображение главного фасада здания Музея, обращенного к набережной Невы. Силуэт здания Кунсткамеры обладает несомненной узнаваемостью и принадлежит к числу наиболее известных архитектурных образов Санкт-Петербурга. Поэтому целесообразно сохранить в новом логотипе изображение силуэта здания Музея, но коренным образом переработать его стилистику и смысловое содержание.

Новый образ Кунсткамеры формируется использованием ярких открытых цветов в рекламно-информационных носителях и современных решений в шрифтовой акциденции. Основным смысловым и визуальным приемом в решении рекламно-информационных носителей является заложенный в графические решения принцип прозрачности. Формообразующим элементом в логотипе и логотипе является цветная плашка, обрамляющая силуэт здания музея и двуязычный логотип. При создании макетов рекламно-информационной и полиграфической продукции силуэт музея и шрифтовая часть остаются прозрачными, показывая следующий за ними более глубокий слой изображения. Этот прием не только визуально привлекателен, но и транслирует смыслы музейной деятельности: при неизменности логотипа на каждом из носителей внутреннее содержание будет варьироваться.

Таким образом мы транслируем ценности:

- а) богатой истории Музея;
- б) многогранной современной деятельности Музея.

ПИРАМИДА БРЕНДА



ШРИФТЫ ДЛЯ ЛОГОТИПА

**Кунст
камера**

**Kunst
kamera**

Minion pro condensed

Для начертания названия в логотипе выбран шрифт Minion pro condensed, обладающий узнаваемым характером, безупречной читабельностью и одинаково эффективно работающий в кириллице и латинице.

Шрифт разработан дизайнером Робертом Стимбахом в 1990 году. В основе рисунка шрифта лежат формы ренессансных антиквенных шрифтов.

АКЦИДЕНТНЫЕ ШРИФТЫ

а б в г д е ё ж з

и к л м н о п р

с т у ф х ц ч ш

щ ь ы ь э ю я

a b c d e f g h i

j k l m n o p q r

s t u v w x y z

Kis regular
(строчные буквы)

Акцидентные шрифты — семейство Kis, разработанное в 2001 году Владимиром Ефимовым на основе рисунков голландских пуансонистов конца XVII — начала XVIII веков. Именно голландские шрифты стали образцом для реформы гражданского шрифта Петра I.

АКЦИДЕНТНЫЕ ШРИФТЫ

Kis regular
(прописные буквы)

А Б В Г Д Е Ё Ж З
И К Л М Н О П Р
С Т У Ф Х Ц Ч Ш
Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

АКЦИДЕНТНЫЕ ШРИФТЫ

Kis regular italic
(строчные буквы)

*а б в г д е ё ж з
и к л м н о п р
с т у ф х ц ч ш
щ ь ы ь э ю я
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z*

АКЦИДЕНТНЫЕ ШРИФТЫ

Kis regular italic
(прописные буквы)

А Б В Г Д Е Ё Ж З

И К Л М Н О П Р

С Т У Ф Х Ц Ч Ш

Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я

A B C D E F G H I

J K L M N O P Q R

S T U V W X Y Z

АКЦИДЕНТНЫЕ ШРИФТЫ: РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

The Tribes

Размер литер в данном
примере: 109 pt.

of

Комбинация regular
и italic начертаний
в одном заголовке

Трекинг — 75
Кернинг — ручной / optical

Northern

Leading — 128 pt.
(размер букв = 109 pt.)
Межстрочное расстояние
не должно быть меньше
размера букв в заголовке

America

ШРИФТЫ ДЛЯ ТЕКСТОВОГО НАБОРА

Frutiger Book

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

Frutiger Book Italic

*АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890*

Frutiger Bold

**АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890**

Frutiger Bold Italic

***АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890***

Для массивов текста в полиграфических и информационных носителях используется семейство шрифтов Frutiger. Шрифт был разработан в 1968 году дизайнером Адрианом Фрутигером для системы навигации в парижском аэропорту Шарль-де-Голль. В 1976 году шрифт был расширен новыми начертаниями.

Шрифт обладает узнаваемым характером, легко читается в текстовом наборе, сохраняет четкость и легкость восприятия в различных кеглях от крупного до малого, позволяет эффектно решать задачи по представлению больших массивов текстовой информации.

ШРИФТЫ ДЛЯ ТЕКСТОВОГО НАБОРА

Frutiger book 9pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger italic 9pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger book 12pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger italic 12pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger book 14pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger italic 14pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

ШРИФТЫ ДЛЯ ТЕКСТОВОГО НАБОРА

Frutiger bold 9pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger bold italic 9pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger bold 12pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger bold italic 12pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger bold 14pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

Frutiger bold italic 14pt.

The future of graphic design, as we know it, is bleak. It's normal for things to evolve, develop, and change as the world that uses them alters, so now it is the time for the change of graphic design.

ЛОГОТИП



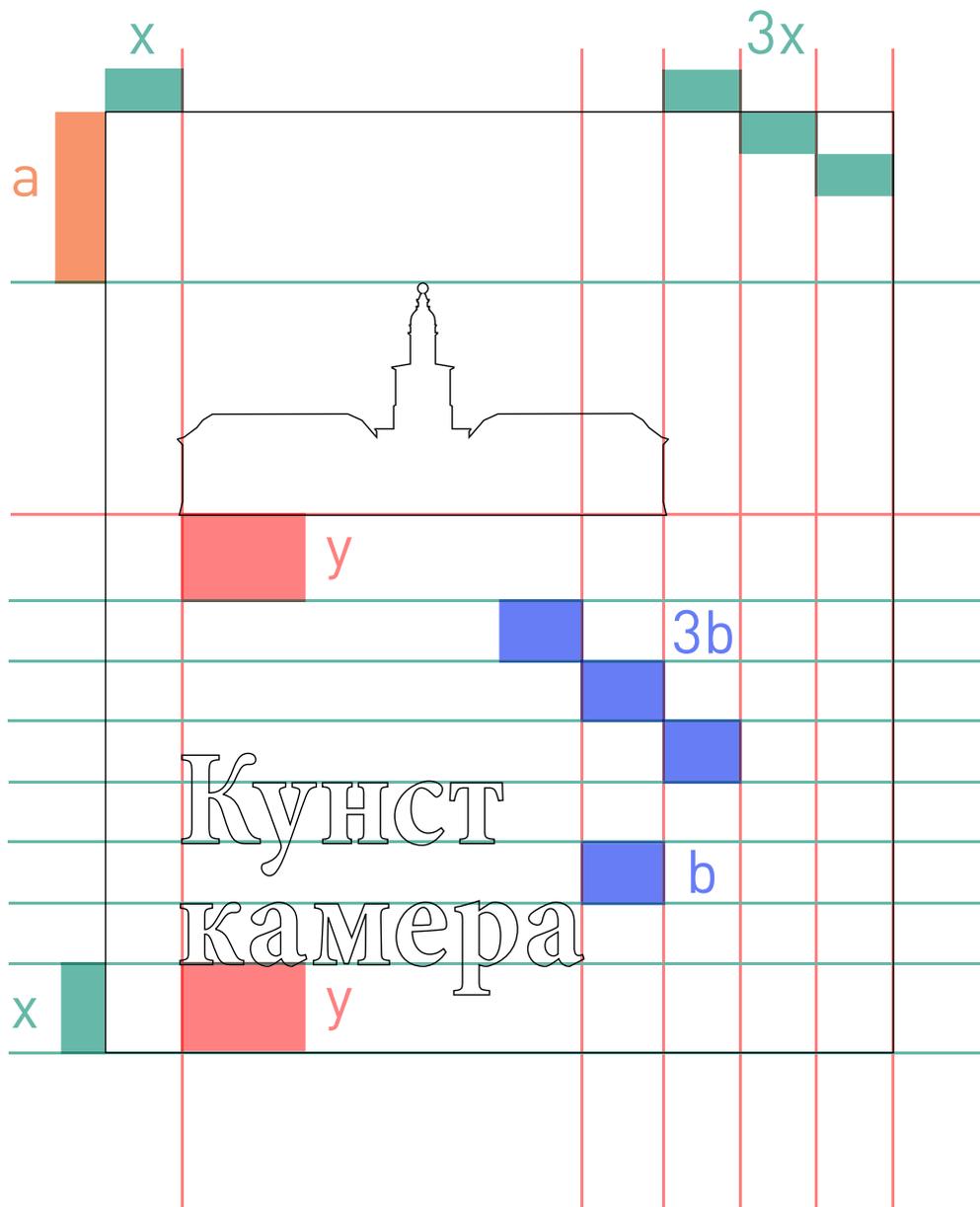
Вертикальный логотип
и его версии



Горизонтальный логотип
и его версии

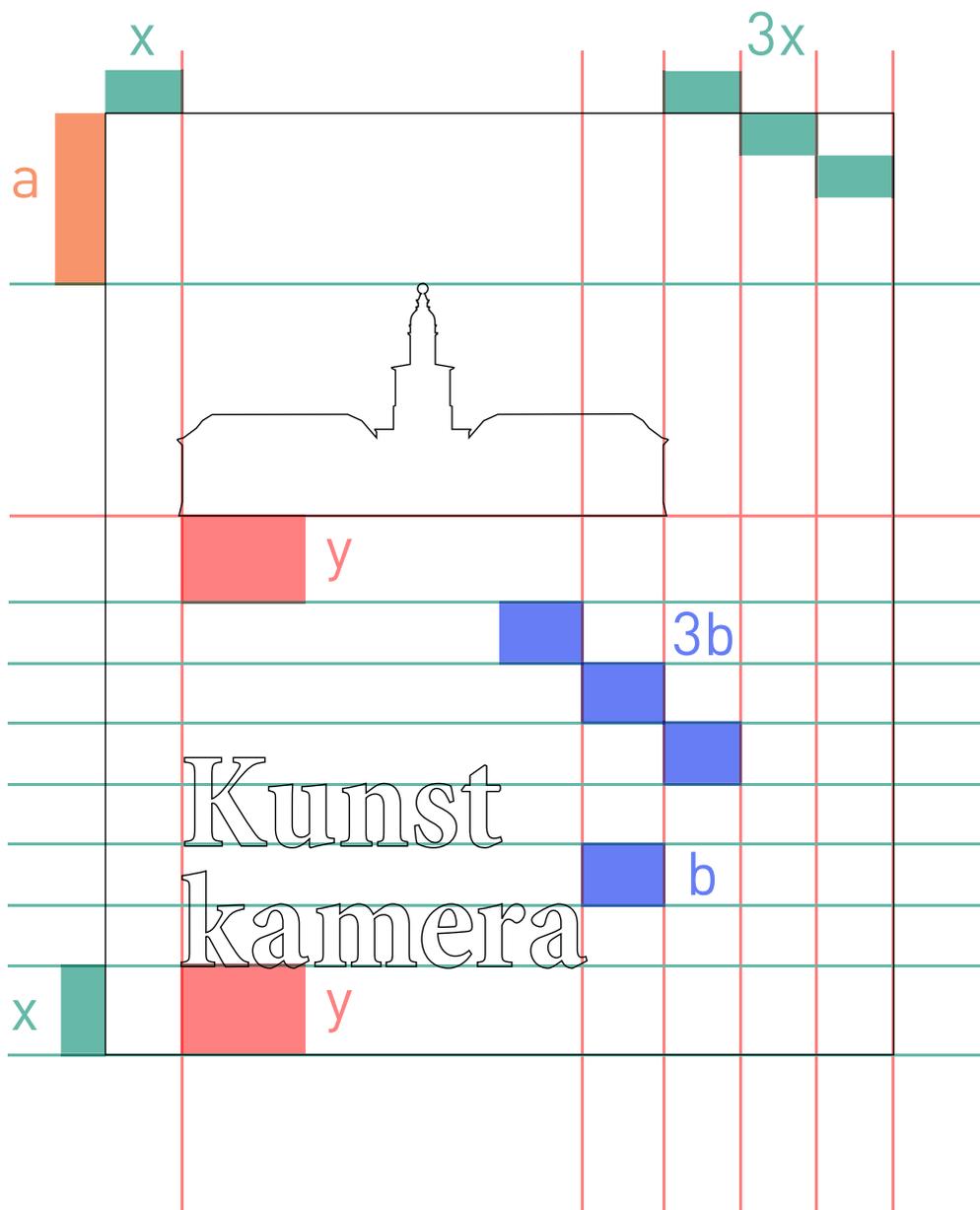
Логотип представляет собой совокупность силуэта здания Кунсткамеры и названия музея. Он имеет два вида: вертикальный и горизонтальный для использования в различных форматах носителей; а также три версии: кириллическую, латинскую и двуязычную.

ЛОГОТИП. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ. ПОСТРОЕНИЕ



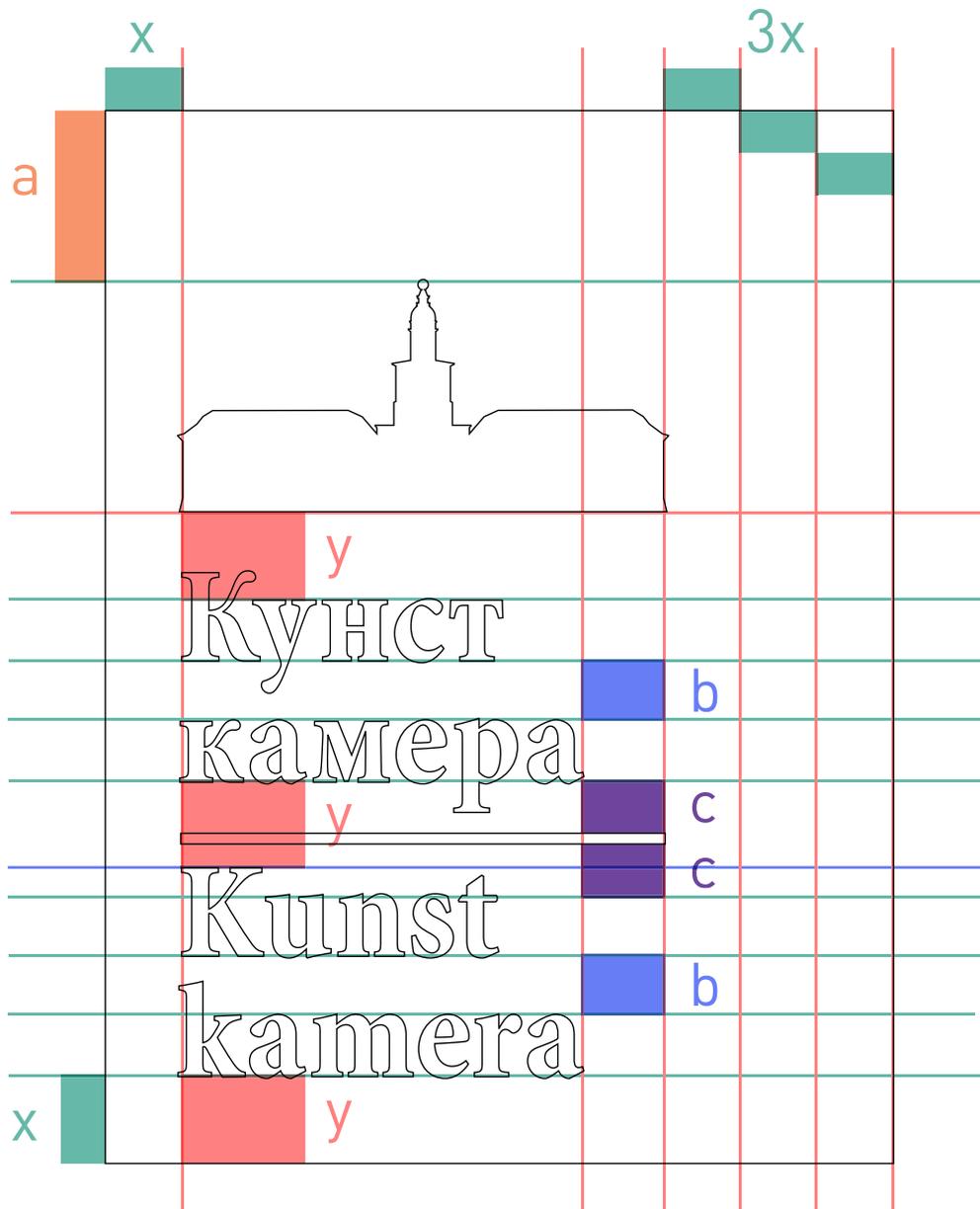
Кириллическая версия логотипа

ЛОГОТИП. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ. ПОСТРОЕНИЕ



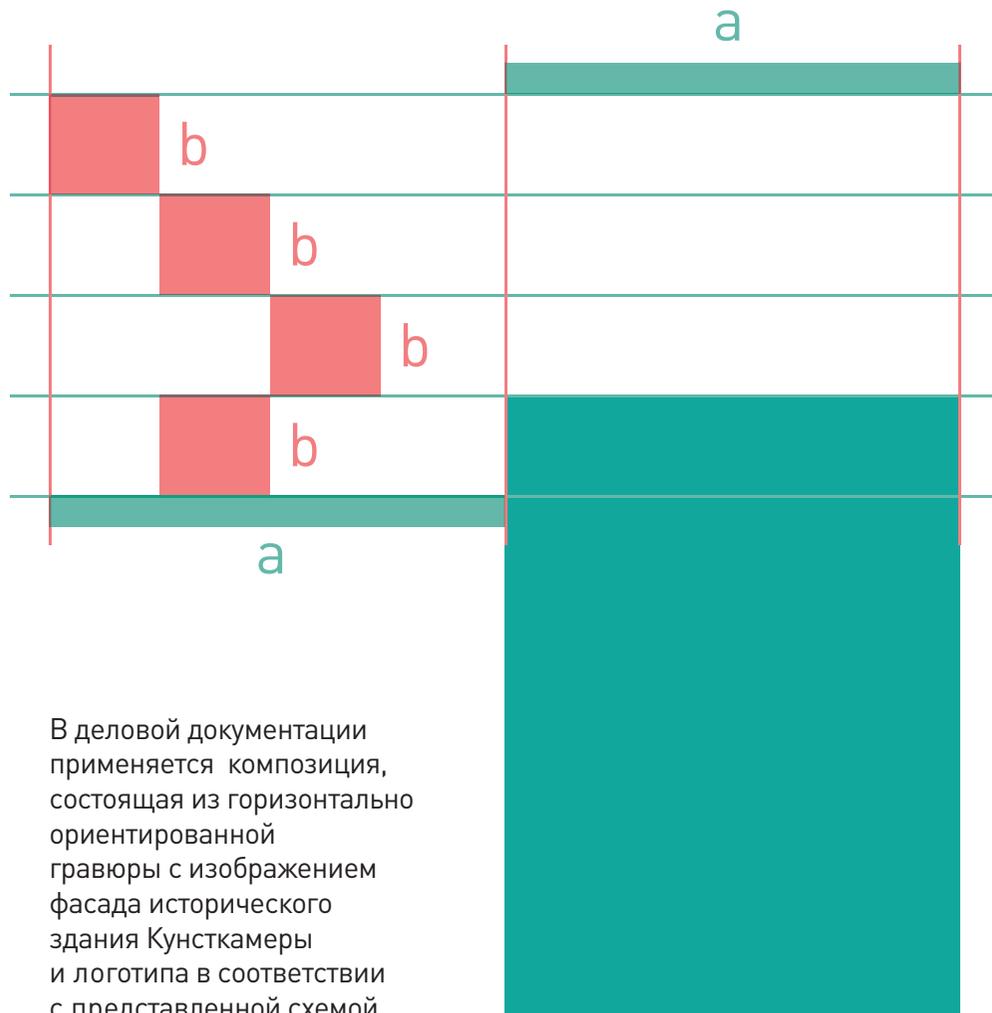
Латинская версия логотипа

ЛОГОТИП. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ. ПОСТРОЕНИЕ

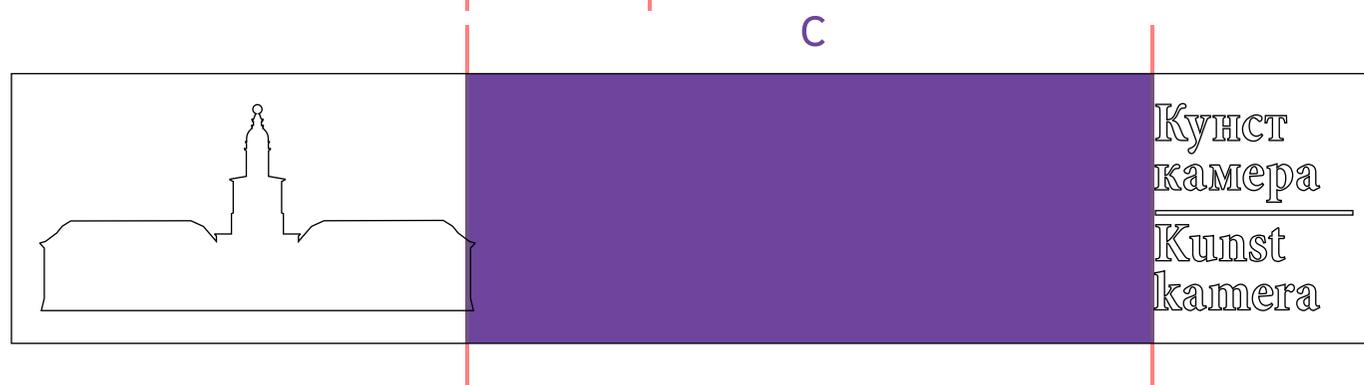
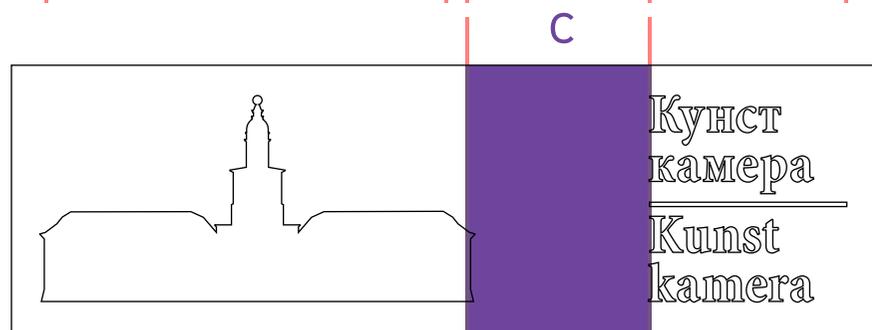
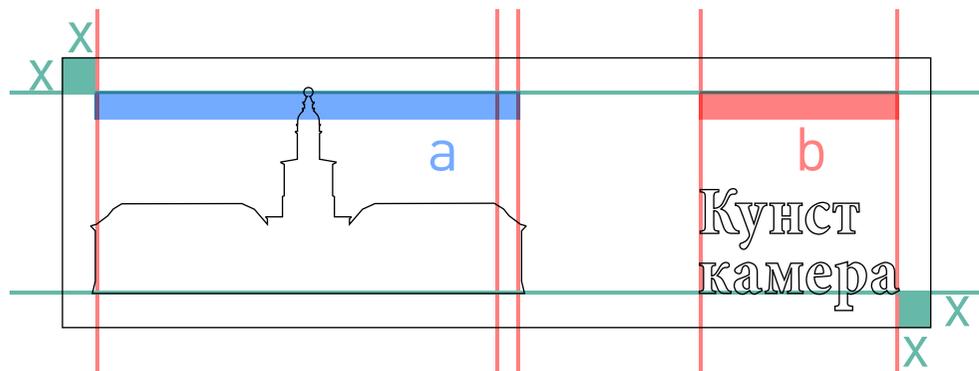


Двуязычная версия логотипа

ЛОГОТИП. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ. ПОСТРОЕНИЕ



ЛОГОТИП. ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ФОРМАТ. ПОСТРОЕНИЕ



Для нестандартных горизонтальных форматов применяется горизонтальная версия логотипа, позволяющая адаптировать нанесение к формату за счет переменной ширины промежуточной зоны (с) между силуэтом здания и написанием названия.

ЛОГОТИП. ЧЕРНО-БЕЛАЯ ВЕРСИЯ



Логотип на светлом фоне



Логотип на тёмном фоне

ЛОГОТИП. ОСНОВНОЙ КОРПОРАТИВНЫЙ ЦВЕТ



■ C — 80%
M — 10%
Y — 45%
K — 0%

■ Pantone 3272C



■ слой 1
layer effect: multiply
opacity: 100%

■ слой 2
layer effect: normal
opacity: 80%

Основной цвет логотипа продиктован узнаваемым цветом фасада исторического здания Кунсткамеры. В различных версиях применения логотипа на носителях логотип остается неизменным, но возможно широкое применение различных гравиро-

ванных исторических изображений. Изображение либо полностью попадает на зону силуэта здания в логотипе, либо не попадает на него вообще. Силуэт здания в логотипе прозрачен. Шрифтовое написание названия — не прозрачно.

ЛОГОТИП. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА. 1



 C — 0%
M — 80%
Y — 100%
K — 25%

 C — 80%
M — 70%
Y — 0%
K — 20%

 C — 80%
M — 25%
Y — 25%
K — 0%

 C — 35%
M — 30%
Y — 90%
K — 15%

 C — 25%
M — 75%
Y — 75%
K — 35%

Для полиграфических и рекламно-информационных носителей предусматриваются различные варианты цветового решения логотипа. Это дает возможность варьировать носители визуальной идентификации без размытия узнаваемости бренда.

ЛОГОТИП. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ЦВЕТА. 2



 C — 0%
M — 50%
Y — 65%
K — 15%

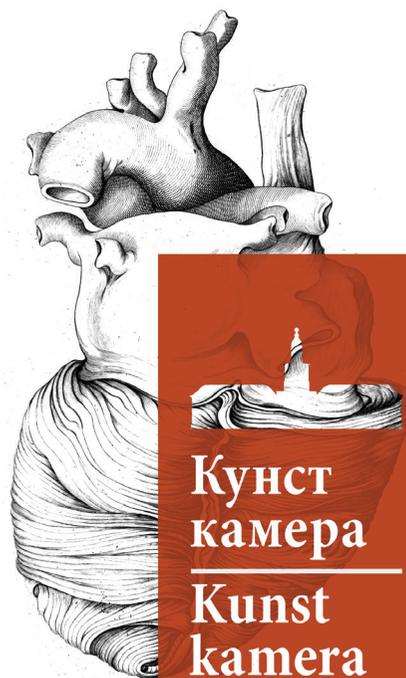
 C — 80%
M — 70%
Y — 0%
K — 20%

 C — 50%
M — 15%
Y — 15%
K — 0%

 C — 25%
M — 20%
Y — 60%
K — 10%

 C — 15%
M — 50%
Y — 50%
K — 25%

ЛОГОТИП. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ. ПРИМЕНЕНИЕ



Кунст
камера

Kunst
kamera



Кунст
камера

Kunst
kamera



Кунст
камера

Kunst
kamera

*Коллекция
Фредерика
Рюйша*

*Frederik
Ruysch
Collection*

ЛОГОТИП. ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

НЕ ДОПУСКАЕТСЯ



Изменение пропорций логотипа.



Использование цветов, не входящих в цветовую палитру бренда.



Расположение логотипа по центру или с большими отступами от краев носителя.



Использование логотипа во весь формат носителя.

ДОПУСКАЕТСЯ

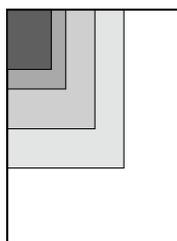


Использование только цветов из палитры бренда, как в сочетании так и по отдельности.



Логотип всегда расположен в углу носителя без отступов.

В случае если это не возможно, допускается пропорциональный отступ от угла, но не более 3 см.



Правильные размеры логотипа: от 1:8 до 2:3 от размера носителя.

ЛОГОТИП. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ НА НОСИТЕЛЯХ



Изображение либо полностью попадает на зону силуэта здания в логотипе, либо не попадает на него вообще. Силуэт здания в логотипе прозрачен. Шрифтовое написание названия — не прозрачно.

ЛОГОТИП. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ НА НОСИТЕЛЯХ. ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФОРМАТ

2:3



1:3

1:4



1:2

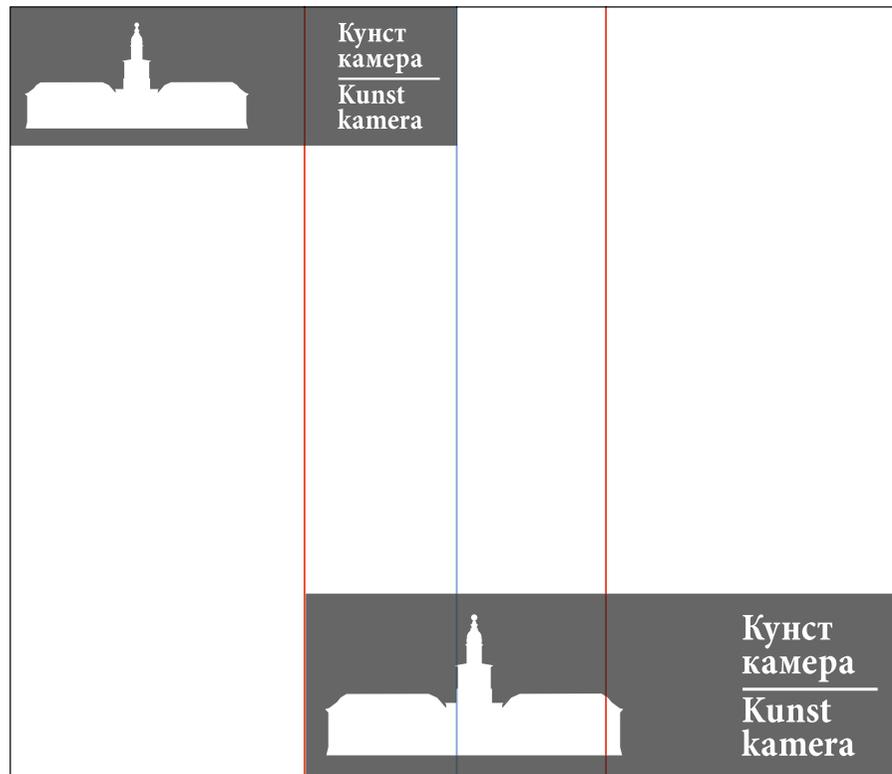
В зависимости от размера и соотношения длины сторон носителя возможно различное пропорциональное расположение вертикального варианта логотипа.

1:1

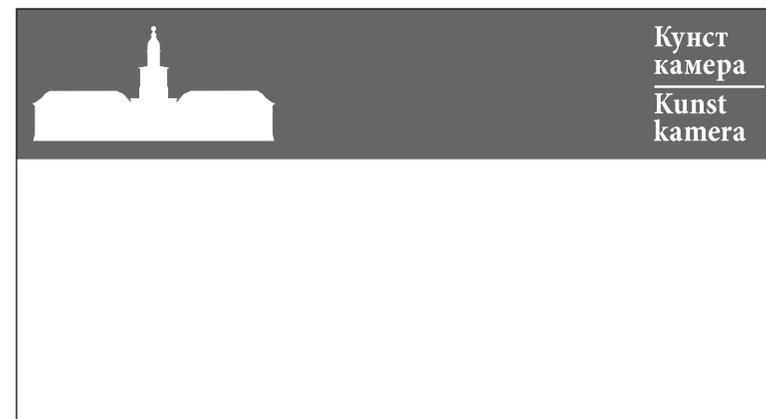


ЛОГОТИП. ПРАВИЛА РАСПОЛОЖЕНИЯ НА НОСИТЕЛЯХ. ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ФОРМАТ

1:2



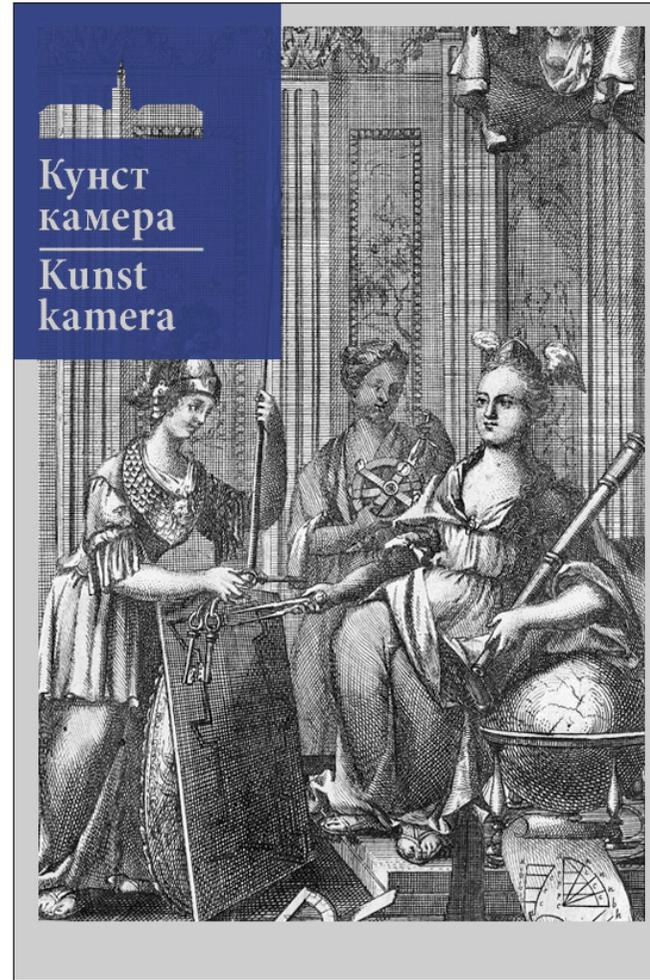
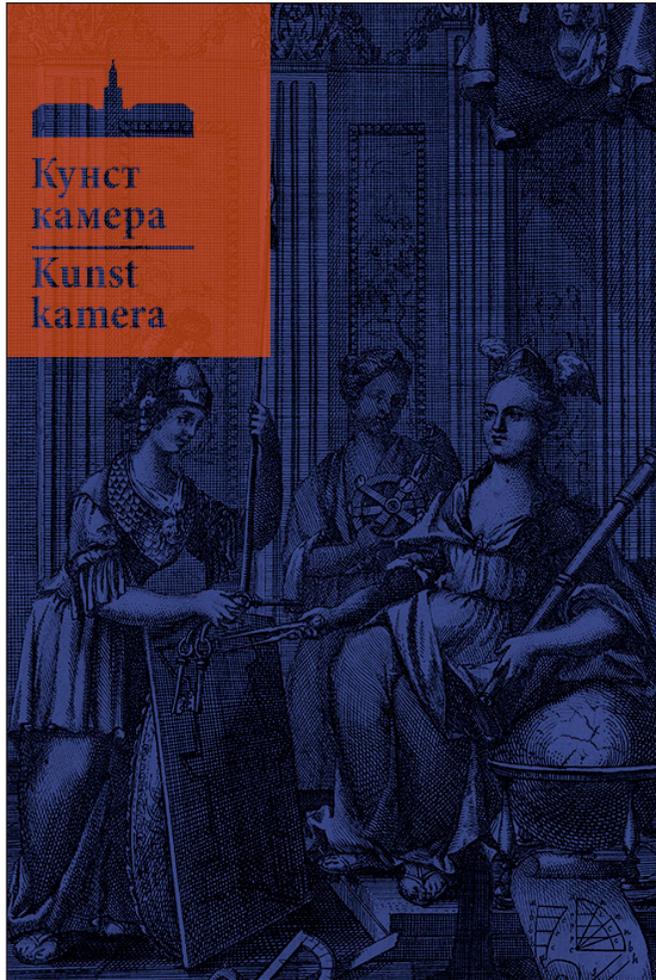
2:3



1:1

В зависимости от размера и соотношения длины сторон носителя возможно различное пропорциональное расположение горизонтального варианта логотипа.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА НА ТЁМНОМ И ДРОБНОМ ФОНЕ

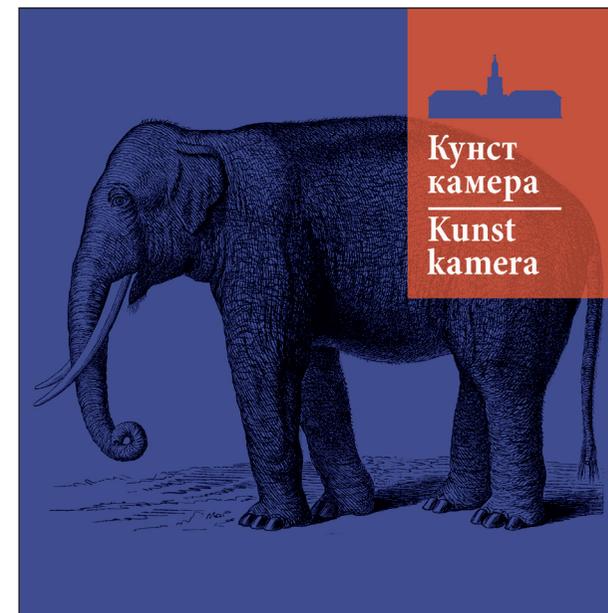
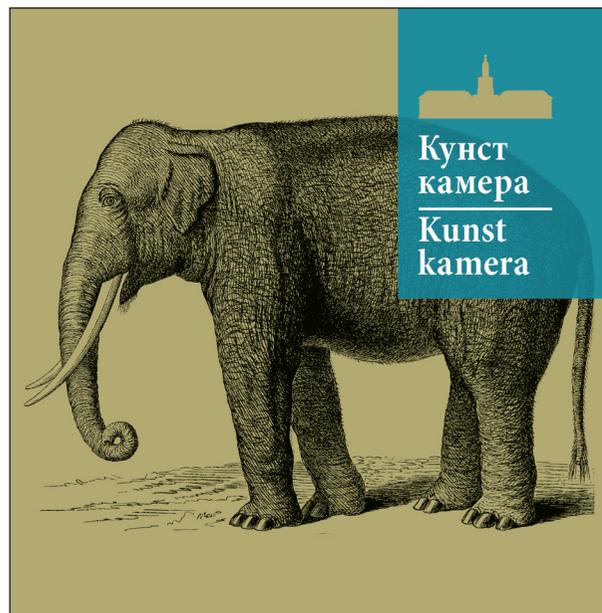
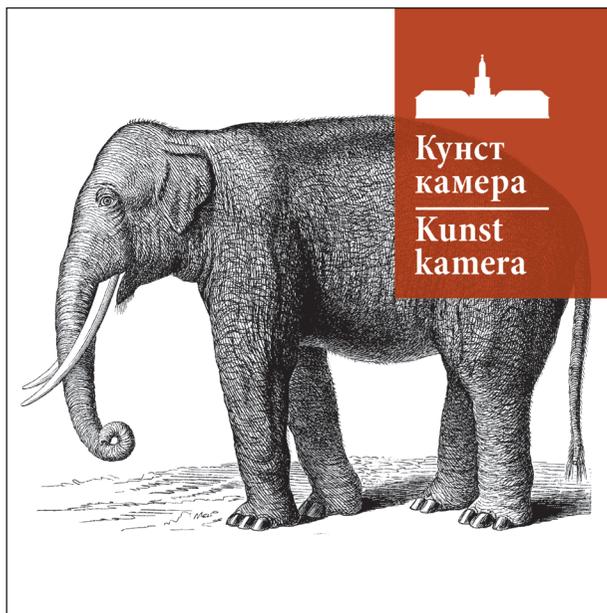


При нанесении логотипа на изображение или любой сплошной фон недопустимо использование варианта логотипа для деловой документации!

При использовании логотипа на темном фоне подойдёт любой цвет из дополнительных корпоративных цветов. Предпочтение отдаётся наиболее контрастному / светлому варианту логотипа. **Внимание: При наложении на тёмный фон эффект выкраски логотипа меняется с multiply на color dodge!**

При использования логотипа на дробном фоне подойдёт любой цвет из дополнительных корпоративных цветов. Логотип должен быть полностью перекрыт фоном. Поскольку шрифт в логотипе не пропускает сквозь себя изображение, композицию стоит поддержать незапечатанными полями.

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИЛЛЮСТРАЦИЙ: ГРАВЮРА / РИСУНОК



В качестве иллюстраций возможно использование черно-белых или матированных цветом гравюр или рисунков как отдельно, так и в сочетании с цветным логотипом.

ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИЛЛЮСТРАЦИЙ: ФОТОГРАФИЯ



Возможно использование черно-белых или окрашенных в основные или дополнительные корпоративные цвета (duotone) фотографий, а также полноцветных изображений. Фон для фотографий может быть белым, светло-серым или черным. Также возможно использование полноцветных фотографий.



ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ. БЛАНК ПИСЬМА



Для деловой документации предусмотрено лаконичное черно-белое решение логотипа.

ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. БЕЙДЖИ СОТРУДНИКОВ



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



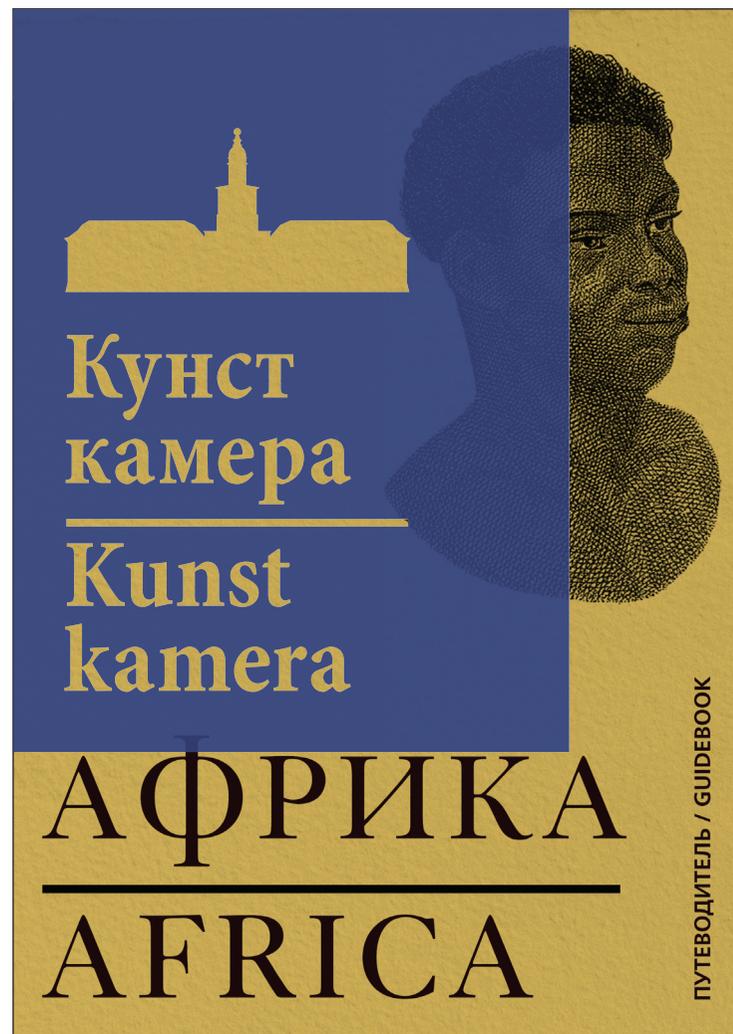
ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ОБЛОЖКА ПУТЕВОДИТЕЛЯ



3:4



Для обложек многостраничных изданий вертикального формата целесообразно использование вертикального варианта логотипа, занимающего три четверти формата по горизонтали.

ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ОБЛОЖКА ГОДОВОГО ОТЧЁТА



1:2

Для обложек многостраничных изданий квадратного формата целесообразно использование вертикального варианта логотипа, занимающего одну вторую формата по горизонтали.

ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ПЛАКАТ 1:2

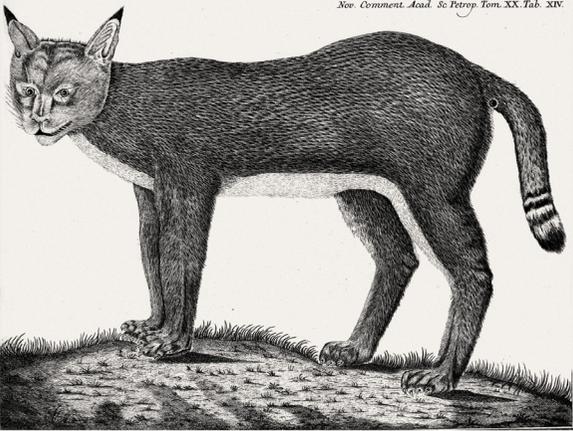
Музей антропологии
и этнографии
имени Петра Великого
(Кунсткамера) РАН



*Коллекция
Фредерика
Рюйша*

*Frederik
Ruysch
Collection*

Nov. Comment. Acad. Sc. Petrop. Tom. XX. Tab. XIV.

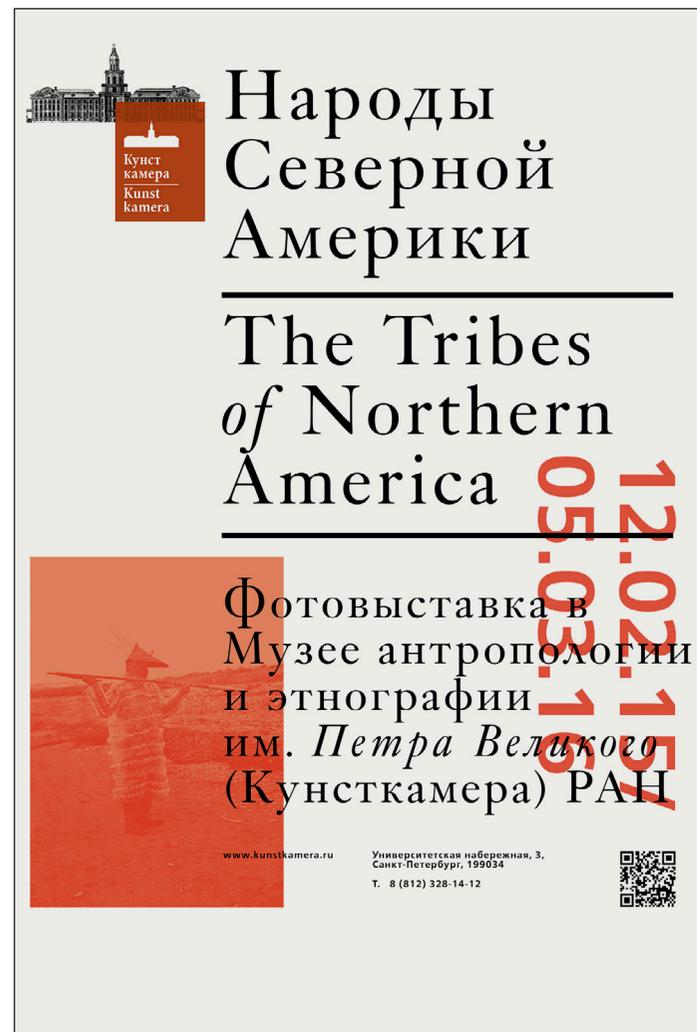


20/08/15 —
13/10/16

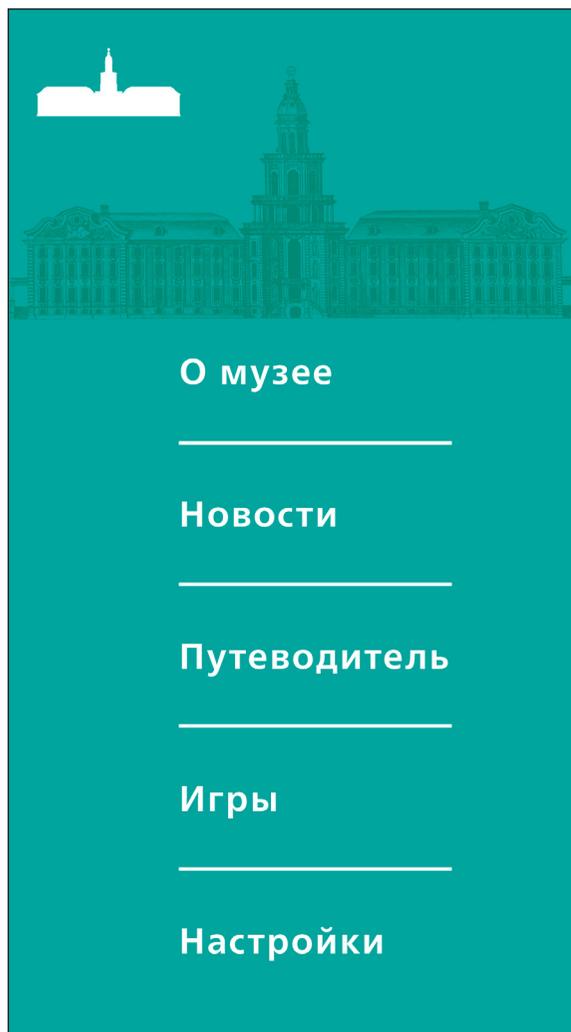
Университетская набережная, 3,
Санкт-Петербург, 199034
Т. 8 (812) 328-14-12
www.kunstkamera.ru



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ПЛАКАТ А2, А1, А0



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. ЭКРАНЫ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



Футболки



Кружка



PROJECTOR MEDIA

Студия Проектор по заказу **МАЭ РАН**

При поддержке **Благотворительного фонда Владимира Потанина**

Арт-директор: **Митя Харшак**
Дизайнеры: **Артём Рулёв, Ярослав Иванов**

Санкт-Петербург 2015