



**ИГИИПМНС  
СО РАН**

**РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

## Содержание

Логотип. Охранное поле.....	2
Логотип. Допустимые варианты использования .....	3
Фирменные цвета.....	6
Типографика. Фирменные шрифты .....	7
Стилеобразующие элементы.....	8
Фирменный фон .....	9
Выставочная продукция. Роллап .....	10
Выставочная продукция. Пресс-волл.....	11
Выставочная продукция. Бейдж .....	12
Выставочная продукция. Пакет бумажный .....	13
Выставочная продукция. Шоппер .....	14
Выставочная продукция. Таблички .....	15
Выставочная продукция. Блокнот А5 .....	16
Выставочная продукция. Ручка .....	17
Выставочная продукция. Кружки .....	18
Выставочная продукция. Флешка .....	19
Выставочная продукция. Книги и журналы .....	21
Выставочная продукция. Визитка .....	22
Выставочная продукция. Диплом .....	23
Выставочная продукция. Календарь квартальный .....	24
Оформление. Титульный лист презентации.....	25
Оформление. Страница официального сайта.....	26
Оформление. Флаги.....	27
Оформление. Настольные флаги .....	28
Оформление. Идеи брендинга стен .....	29
Одежда. Свитшот .....	30
Одежда. Поло .....	31
Одежда. Футболка.....	32

## ЛОГОТИП

### ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Логотип состоит из текстового блока и фирменного знака, который представляет собой Древо знаний.

В основном фирменный знак используется вместе с текстовым блоком, но в некоторых случаях допускается использование знака без текстового блока, как самостоятельный элемент фирменного стиля.

Чтобы логотип хорошо читался, вокруг него всегда должно оставаться свободное пространство — охранное поле знака.

При размещении логотипа на неравномерный фон, следует использовать подложку белого либо фирменного цвета.

Не допускается:

- изменение пропорций;
- наклоны и повороты;
- использование контуров;
- использовать нефирменные цвета

ВЕРТИКАЛЬНЫЙ



ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ



**ЛОГОТИП**

ДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

**МАЛЫЕ НОСИТЕЛИ**



**ИГИиПМНС  
СО РАН**



**ИГИиПМНС  
СО РАН**



**ИГИиПМНС  
СО РАН**



**ИГИиПМНС  
СО РАН**

# ЛОГОТИП

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

## КРУПНЫЕ НОСИТЕЛИ



# ЛОГОТИП

ДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

МАЛЫЕ НОСИТЕЛИ. СОКРАЩЕННАЯ ВЕРСИЯ



КРУПНЫЕ НОСИТЕЛИ



## Основные цвета



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 5



C: 45  
M: 25  
Y: 5  
K: 0



C: 95  
M: 85  
Y: 10  
K: 30

## Дополнительные цвета



C: 0  
M: 90  
Y: 100  
K: 45



C: 20  
M: 0  
Y: 5  
K: 0



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 10



C: 55  
M: 4  
Y: 51  
K: 0



C: 40  
M: 0  
Y: 0  
K: 0



C: 75  
M: 15  
Y: 25  
K: 25



## ТИПОГРАФИКА. ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Для шрифтовой части логотипа используется гарнитура Akrobat в начертании ExtraBold.

Для массива текста (а также в подстрочнике) используется гарнитура Montserrat в начертании Regular

Обе гарнитуры распространяются на условиях открытой пользовательской лицензии

# Akrobat

# Montserrat

**Akrobat Black**

**Akrobat ExtraBold**

Akrobat SemiBold

Akrobat Regular

Akrobat Light

**Montserrat Bold**

Montserrat SemiBold

Montserrat Medium

Montserrat Regular

Montserrat Light





## СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

В основе фирменного стиля лежат формы якутских орнаментов. Используются как целые элементы, так и их отдельные части.



ФИРМЕННЫЙ ФОН



**ИГиПМНС  
СО РАН**

# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Роллап



# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Пресс-волл



# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Бейдж



## ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Пакет бумажный





# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

## ТАБЛИЧКИ



**201**

Научно-  
организационный  
отдел

**Б**

**101**

Библиотека



**102**

Отдел  
фольклора и  
литературы



**103**

Отдел  
якутского языка



**104**

Лаборатория  
«Человек в Арктике»



**105**

Центр  
этносоциологических  
исследований



**106**

Отдел  
археологии  
и этнографии



**107**

Отдел  
северной филологии



**108**

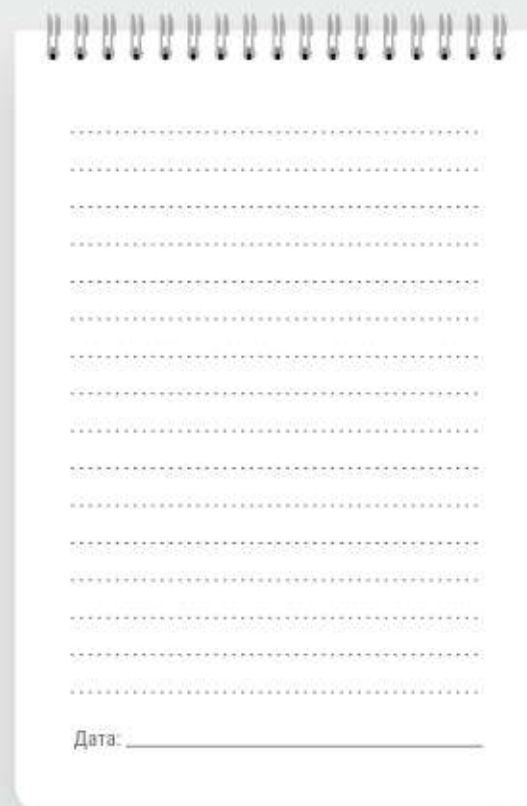
Отдел  
истории и арктических  
исследований





# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

БЛОКНОТ А5



## ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

РУЧКА



# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

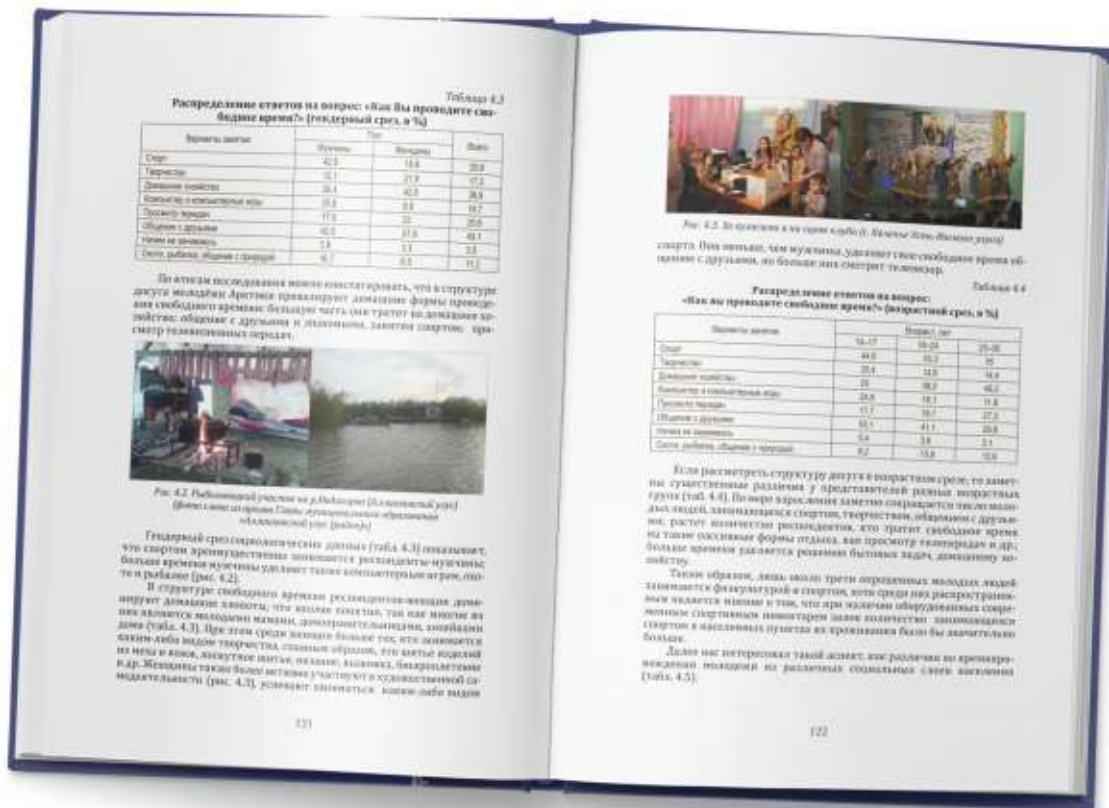
## КРУЖКИ





# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

## КНИГИ, ЖУРНАЛЫ



**Таблица 4.3**  
Распределение ответов на вопрос: «Как Вы проводите свободное время?» (гендерный стр., в %)

Время суток	Пол		
	Женщины	Мужчины	Всего
Сред.	42,3	18,8	29,9
Утреннее	36,1	27,9	31,7
Дневное	39,4	42,5	39,9
Послеполуденное	39,8	3,8	19,7
Обеденное	17,8	2,5	9,6
Вечернее	42,8	17,9	48,1
Своб. время	3,9	1,1	2,5
Своб. время	4,7	8,5	11,1

Во время исследования можно констатировать, что в структуре досуга молодежи Арктики преобладают домашние формы проведения свободного времени: больше всего они тратят на домашнее хозяйство: общение с друзьями и родственниками, занятия спортом, просмотр телевизионных передач.



Рис. 4.2. Рыболовный улов на р. Дудинка (Арктический стр.)  
(Время свободного времени: общение с родственниками (Арктический стр.)  
«Алданский стр.» (Арктический стр.))

Гендерный социальноэкономический дивизион (Табл. 4.3) показывает, что спорт и досуги преимущественно занимают выходные и праздничные дни и выходные (рис. 4.2).

В структуре свободного времени представители молодежи демонстрируют динамику занятости, что можно увидеть, так как и мужчины и женщины (Табл. 4.3). При этом среди женщин больше рас, что объясняется тем, что женщины чаще всего работают в сфере услуг, а мужчины чаще всего в промышленности и др. Женщины также более активно участвуют в художественной деятельности (рис. 4.3), поэтому занимаются: танцами, музыкой и др.



Рис. 4.3. Запрос на участие в клубе (Арктический стр.)  
Спорт. При этом, чем мужчины, уделяют свободное время общению с друзьями, но больше они смотрят телевизор.

**Таблица 4.4**  
Распределение ответов на вопрос: «Как вы проводите свободное время?» (возрастной стр., в %)

Время суток	Возраст, лет		
	18-27	28-39	40-50
Сред.	44,8	35,7	34,9
Утреннее	35,4	11,9	14,9
Дневное	39	38,2	42,7
Послеполуденное	38,8	18,1	19,8
Обеденное	17,7	16,7	27,8
Вечернее	41,1	41,1	28,8
Своб. время	4,4	3,8	3,1
Своб. время	8,2	15,8	19,8

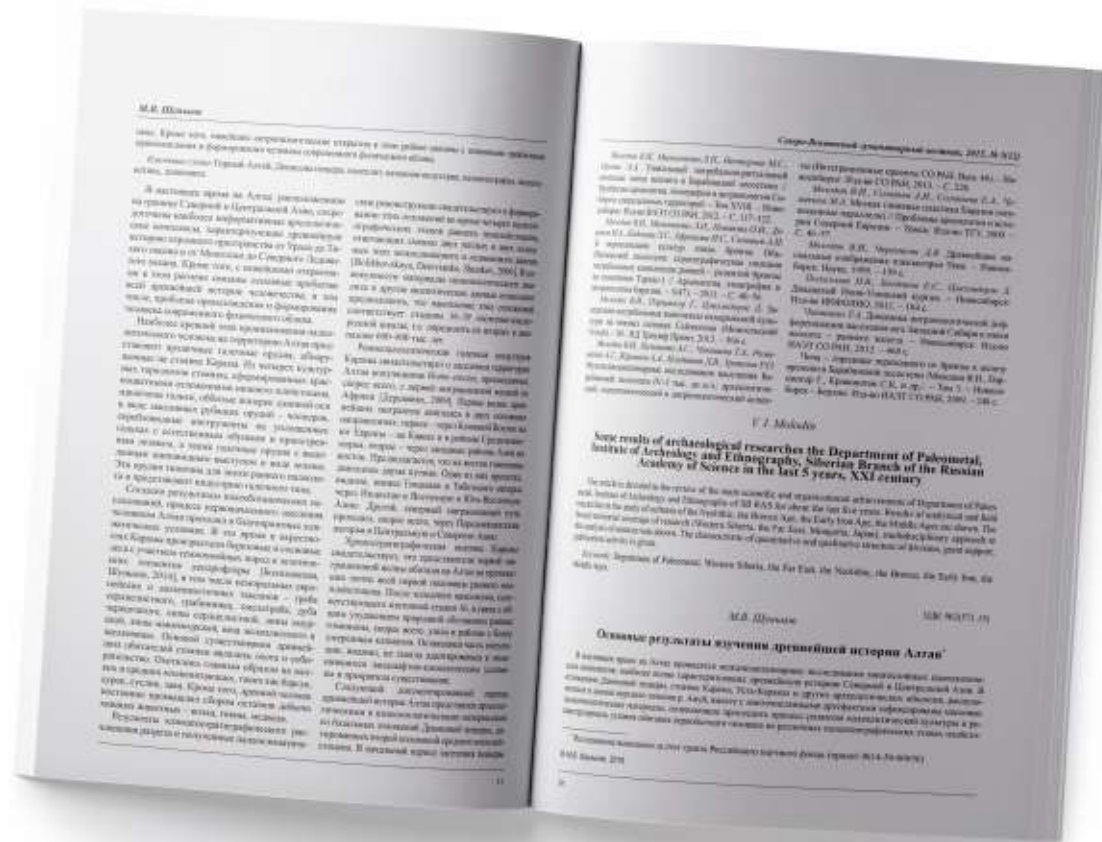
Если рассмотреть структуру досуга в возрастной структуре, то заметны существенные различия у представителей разных возрастных групп (Таб. 4.4). По мере взросления заметно снижается количество людей, занимающихся спортом, творчеством, общением с друзьями, растет количество родственников, что тратит свободное время на такие основные формы отдыха, как просмотр телевизора и др. Больше времени уделяется решению бытовых задач, домашнему хозяйству.

Таким образом, если среди трех возрастных молодежь занимает физкультурой и спортом, то среди них распространены и является наиболее и это, что при этом и в образовательных сферах и в профессиональной сфере жизни молодежи.

Далее нас интересует такой аспект, как различия во времени, проведенном молодежью на различных социальных слоях населения (Табл. 4.5).

# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

## КНИГИ, ЖУРНАЛЫ



## ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

### ВИЗИТКА



ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
И ПРОБЛЕМ МАЛОЧИСЛЕННЫХ НАРОДОВ СЕВЕРА  
СИБИРСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК

# БОЯКОВА САРДАНА ИЛЬНИЧНА

доктор исторических наук, директор

✉ 677027, г. Якутск, ул. Петровского 1  
📍 secretar@igi.ysn.ru  
🌐 www.igi.ysn.ru

☎ 8(412) 35-49-67  
📠 8(412) 35-49-96

## ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

### ДИПЛОМ





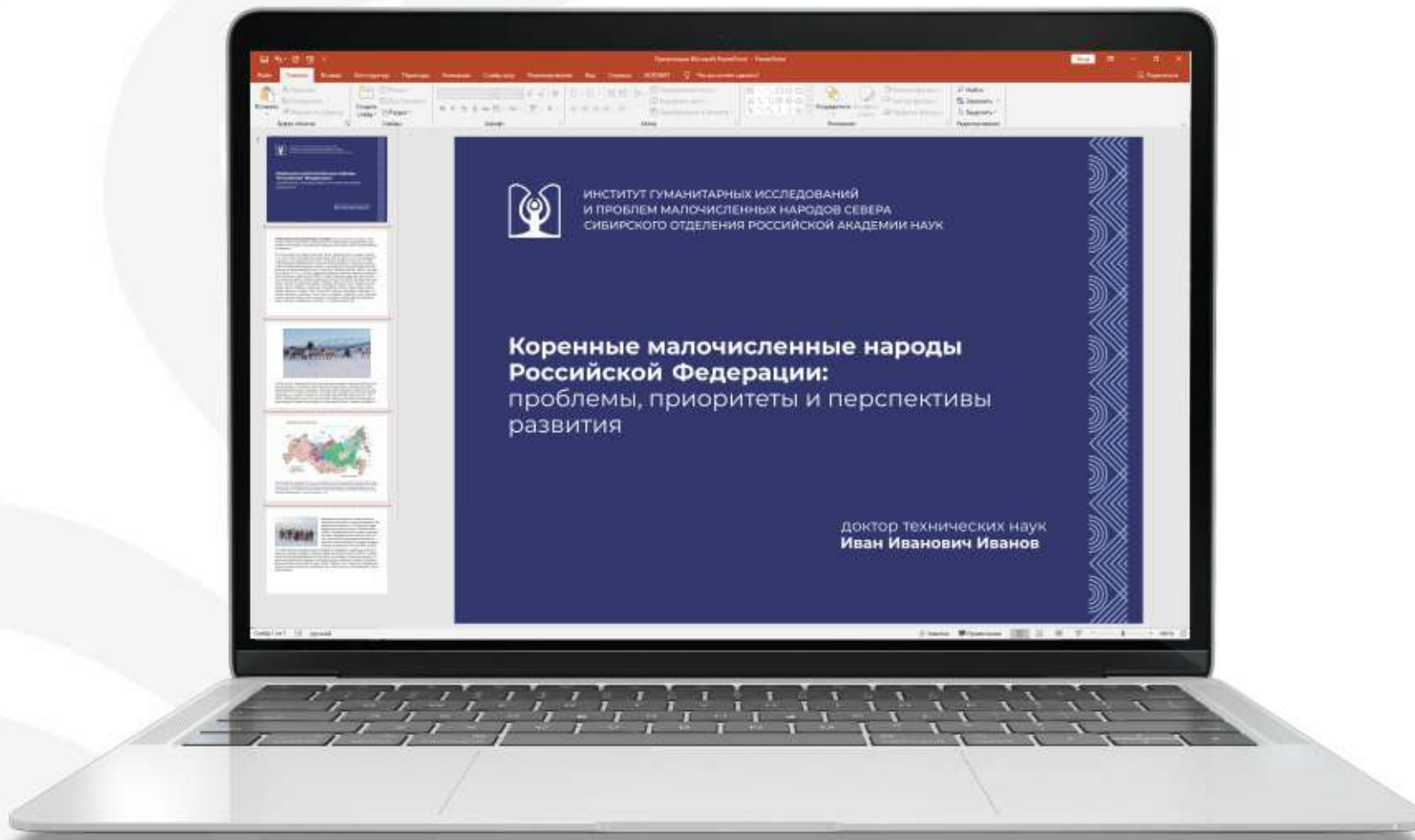
# ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

## КАЛЕНДАРЬ КВАРТАЛЬНЫЙ



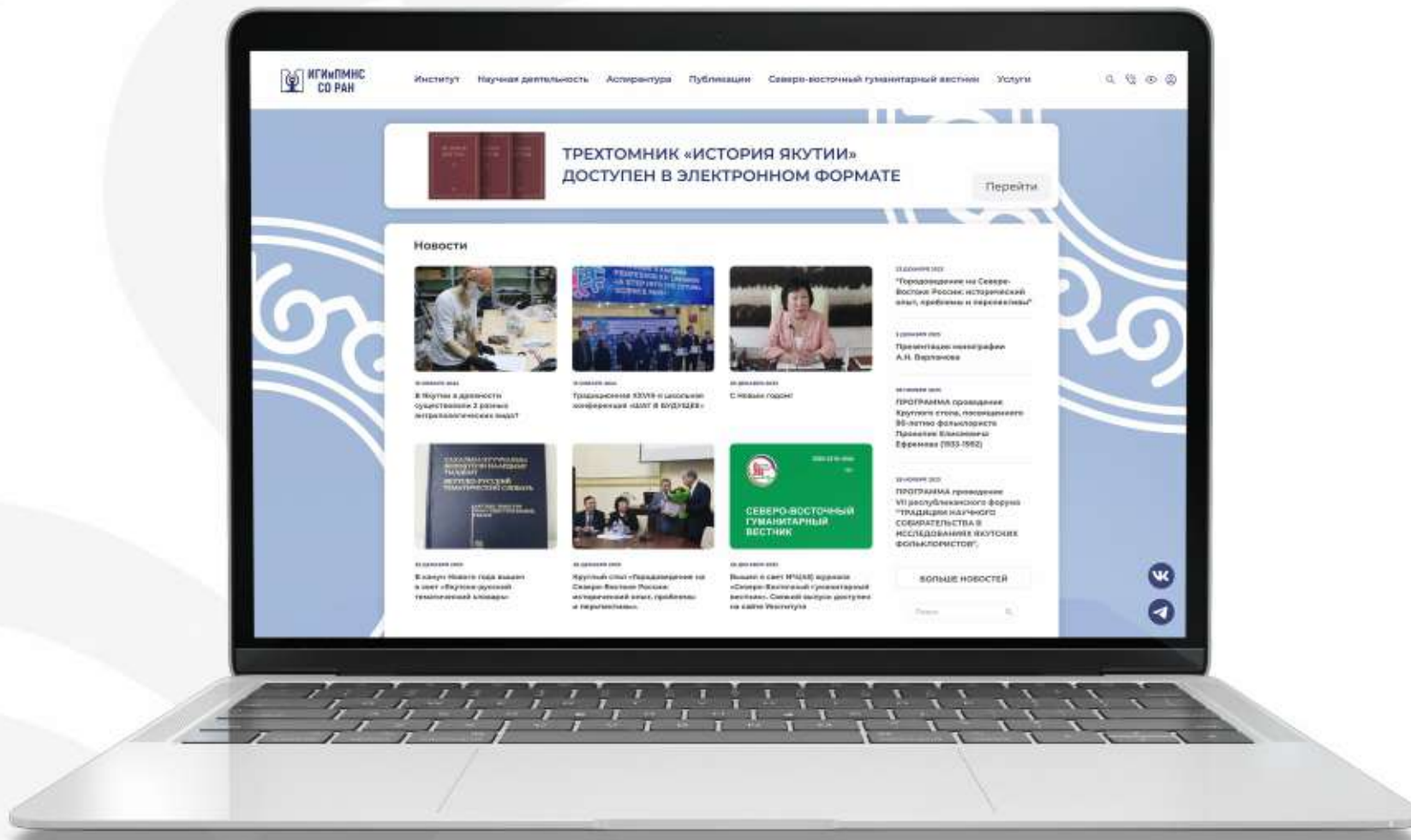
# ОФОРМЛЕНИЕ

## ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ ПРЕЗЕНТАЦИИ



# ОФОРМЛЕНИЕ

## СТРАНИЦА ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА





## ОФОРМЛЕНИЕ

### НАСТОЛЬНЫЕ ФЛАГИ



## ОФОРМЛЕНИЕ

Идеи брендирования стен. Примеры использования

Дополнительно стены могут брендироваться стилиобразующим элементом ИГиПМНС СО РАН в виде графики. Графика может размещаться на любой свободной стене. Рисунок наносится с помощью настенной наклейки или выкраски по трафарету в один цвет.



Для белых или очень светлых стен. Символ ИГИ в светлом сером цвете или на тон темнее подложки



Символ ИГИ может быть окрашено в любой цвет, присутствующий в интерьере или гармоничный ему

ОДЕЖДА

СВИТШОТ



ОДЕЖДА

ПОЛО





ОДЕЖДА

ФУТБОЛКА

