



**Сегодня я  
– библиотекарь**

**Всероссийская  
профориентационная акция  
«Единый день читательского  
и студенческого самоуправления»**

**Сегодня я  
– библиотекарь**

---

# содержание

---

брендбук/гайдлайн

---

<b>ЛОГОТИП</b>	3
1.1 логотип	4
1.2 вариации по цвету	5
1.3 допустимые вариации использования	6
1.4 недопустимые вариации использования	8

---

<b>ТИПОГРАФИКА</b>	10
2.1 основной шрифт	11
2.2 наборный шрифт	12
2.3 отступы и расстояния	13

---

<b>ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА</b>	14
3.1 цветовая палитра	15
3.2 главные цвета	16
3.3 дополнительные цвета	17
3.4 поддерживающие цвета	18

---

<b>СТИЛИСТИКА</b>	19
4.1 общая стилистика	20
4.2 фотографии	21
4.3 нежелательные фотографии	22
4.4 маска	23

---

<b>ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ ПРЁМОВ</b>	24
5.1 банеры	34
5.2 социальные сети	36
5.3 презентация	36

---



**ЛОГОТИП**

**1**

## ЛОГОТИП

Логотип представляет собой графическую композицию, в основе которой лежит **буква «Я» + вертикально расположенные книги**. Книги выстроены как на библиотечной полке, создавая узнаваемый силуэт буквы и одновременно отсылая к основной теме проекта — миру книг и библиотек.

Элементы логотипа расположены с точно выверенными интервалами и строгой геометрией, что подчеркивает системность, порядок и структуру, характерные для библиотечной среды.

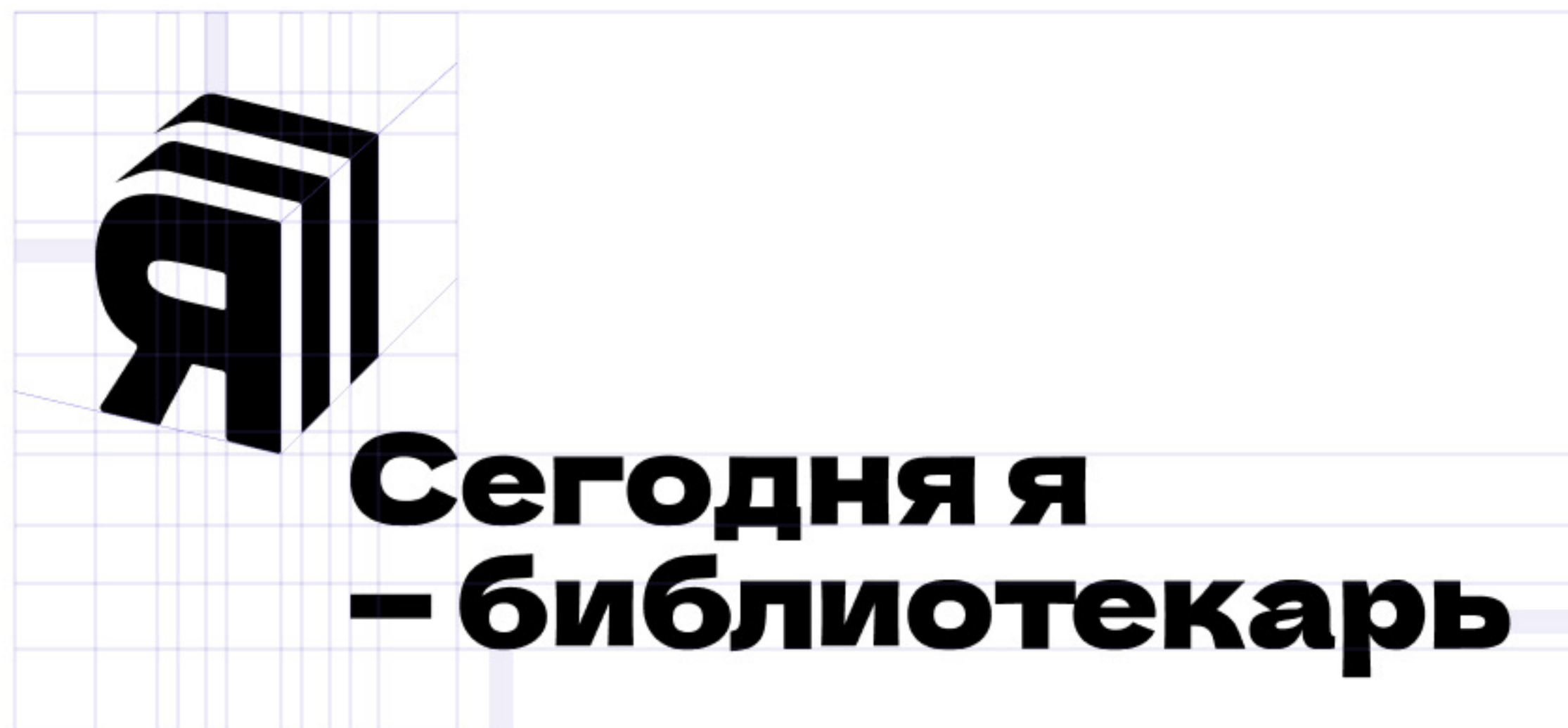
Такое решение объединяет **личный акцент буквы «Я»**, отражающий идею участия каждого человека в акции, и визуальный образ книг, символизирующий знания, культуру и библиотечное сообщество.

■ — Охранное поле

[Скачать лого](#)

### 1.1

#### ЛОГОТИП



## ЛОГОТИП

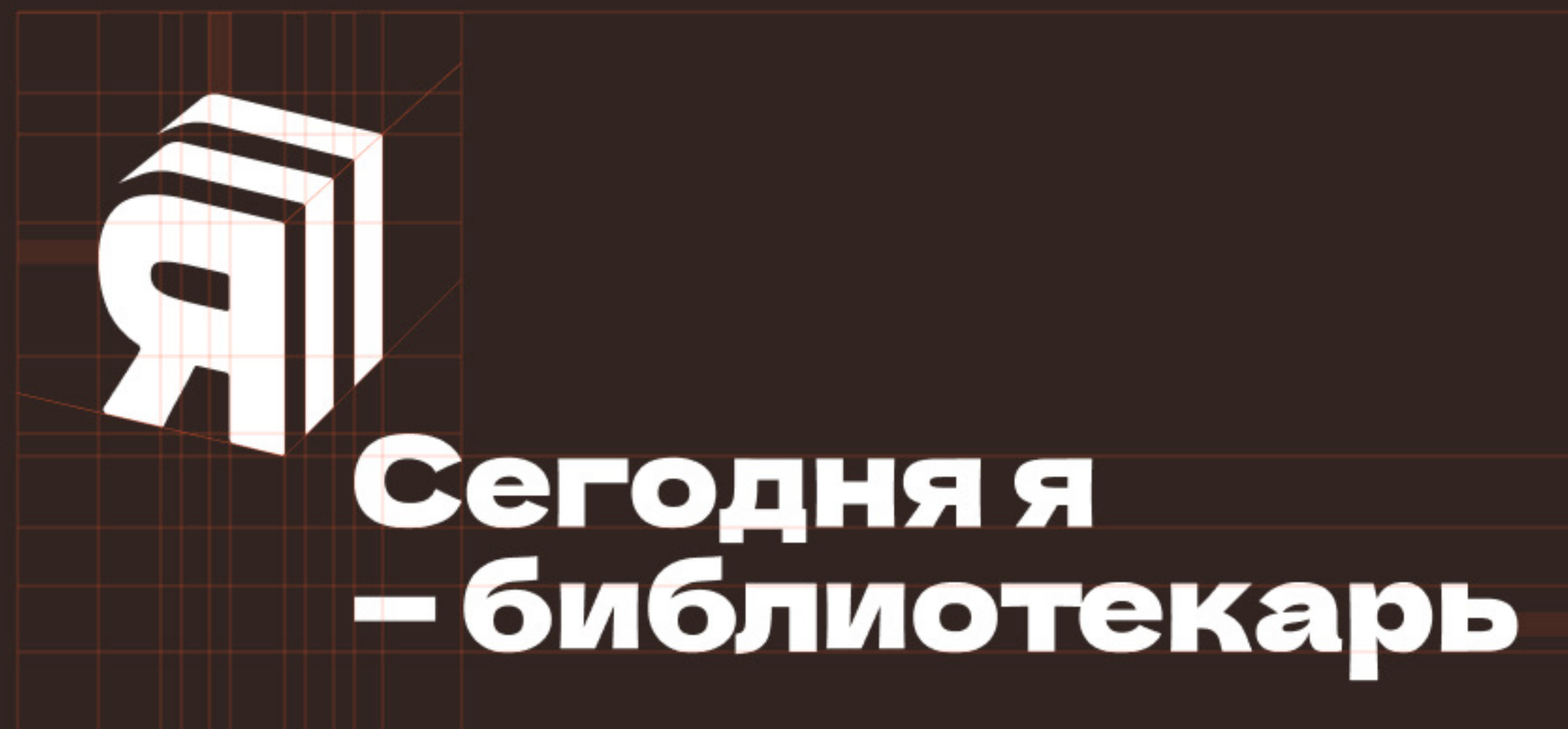
Логотип может использоваться как в основной цветовой версии, выполненной в фирменной палитре бренда, так и в светлых фирменных оттенках, предусмотренных системой айдентики.

При размещении на сторонних ресурсах или в условиях ограничений по цвету, допускается использование монохромных версий логотипа – в чёрном или белом цвете.

Использование таких вариантов обеспечивает сохранение читаемости и узнаваемости логотипа в различных средах и форматах размещения.

1.2

ЛОГОТИП



## ЛОГОТИП

### Основная версия

Основной вариант логотипа предполагает горизонтальную композицию, где знак и текст расположены по диагональной оси относительно друг друга. Эта версия используется в большинстве коммуникационных материалов и считается приоритетной. Она занимает меньше пространства, чем другие версии.

### Центрированная версия

В данной версии знак и текст располагаются по центру композиции, формируя компактный и симметричный логотип. Этот вариант подходит для постеров, обложек, цифровых материалов и других носителей, где требуется более уравновешенное размещение.

### Вертикальная версия

В вертикальной версии текстовая часть располагается слева от знака, образуя вытянутую вертикальную композицию. Такой вариант рекомендуется использовать в узких форматах, а также в случаях, когда пространство макета ограничено по ширине.

### 1.3

допустимые вариации использования



## ЛОГОТИП

При размещении на **цветных фонах** логотип должен сохранять достаточный контраст и читаемость. Для этого используются различные цветовые версии логотипа.

На **светлых фонах** рекомендуется использовать логотип в тёмной фирменной версии. Такой вариант обеспечивает четкость формы и хорошую читаемость всех элементов знака.

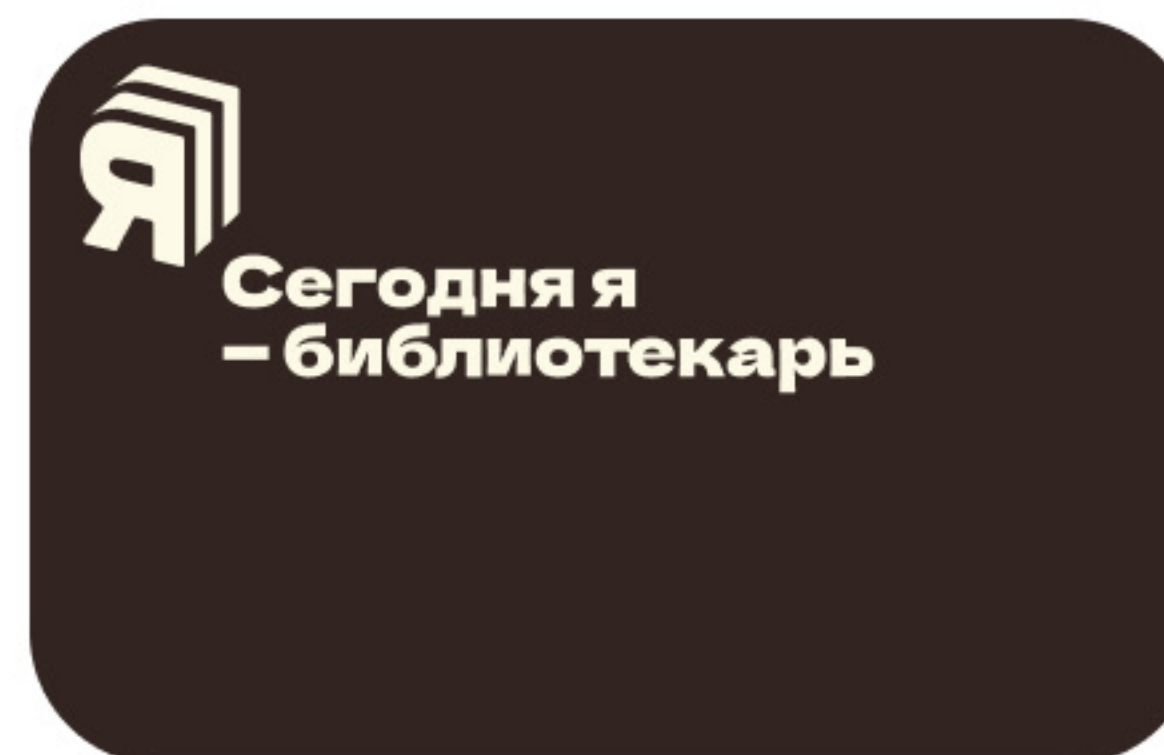
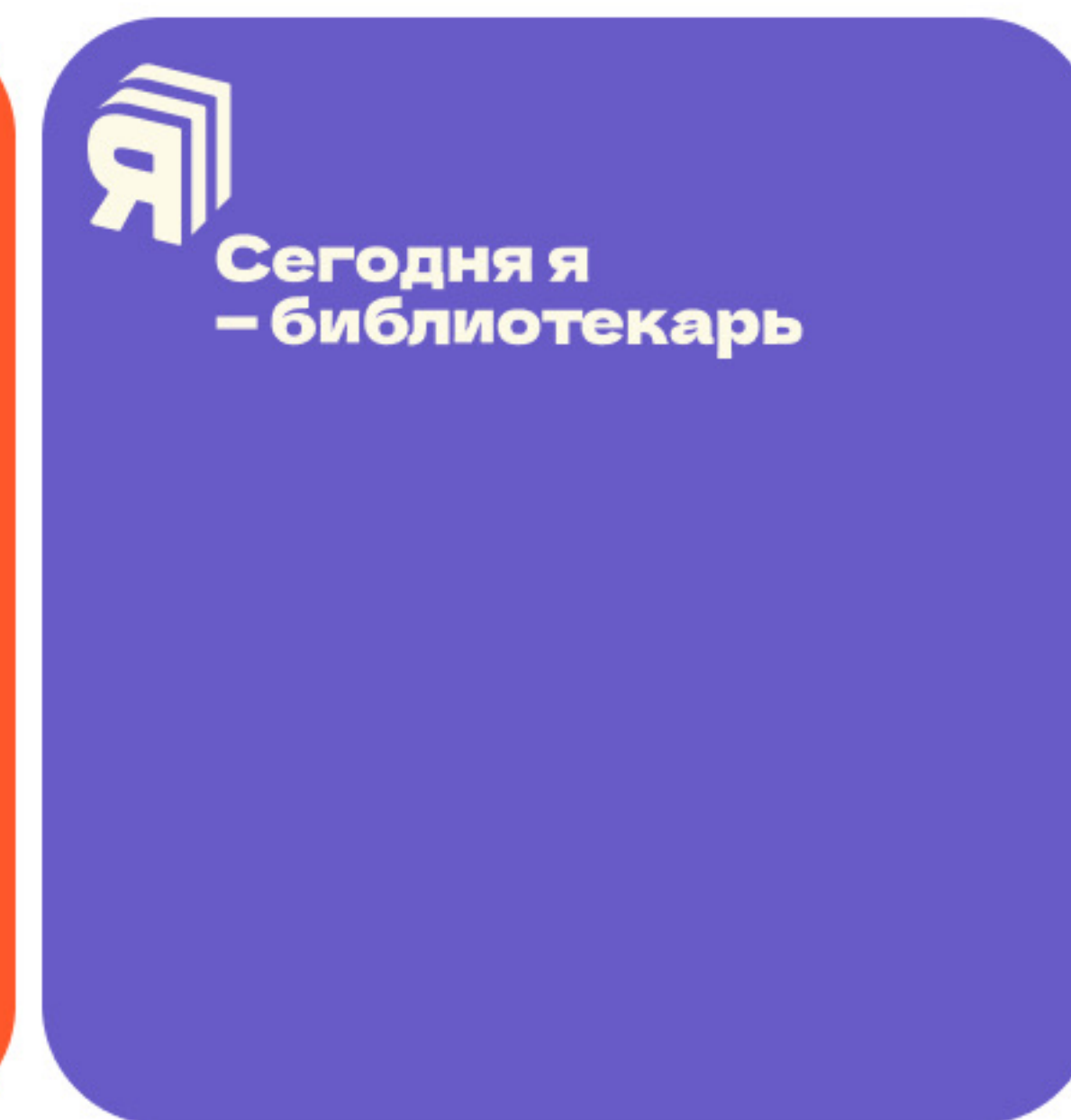
На **тёмных или насыщенных фонах** используется светлая версия логотипа. Она позволяет сохранить визуальный баланс и делает знак хорошо заметным на фоне.

При использовании на ярких фирменных цветах допускается применение как тёмной, так и светлой версии логотипа в зависимости от контраста фона.

Во всех случаях важно сохранять чистоту фона вокруг логотипа и избегать размещения на сложных, пестрых или низкоконтрастных поверхностях, которые могут ухудшить его восприятие.

### 1.4

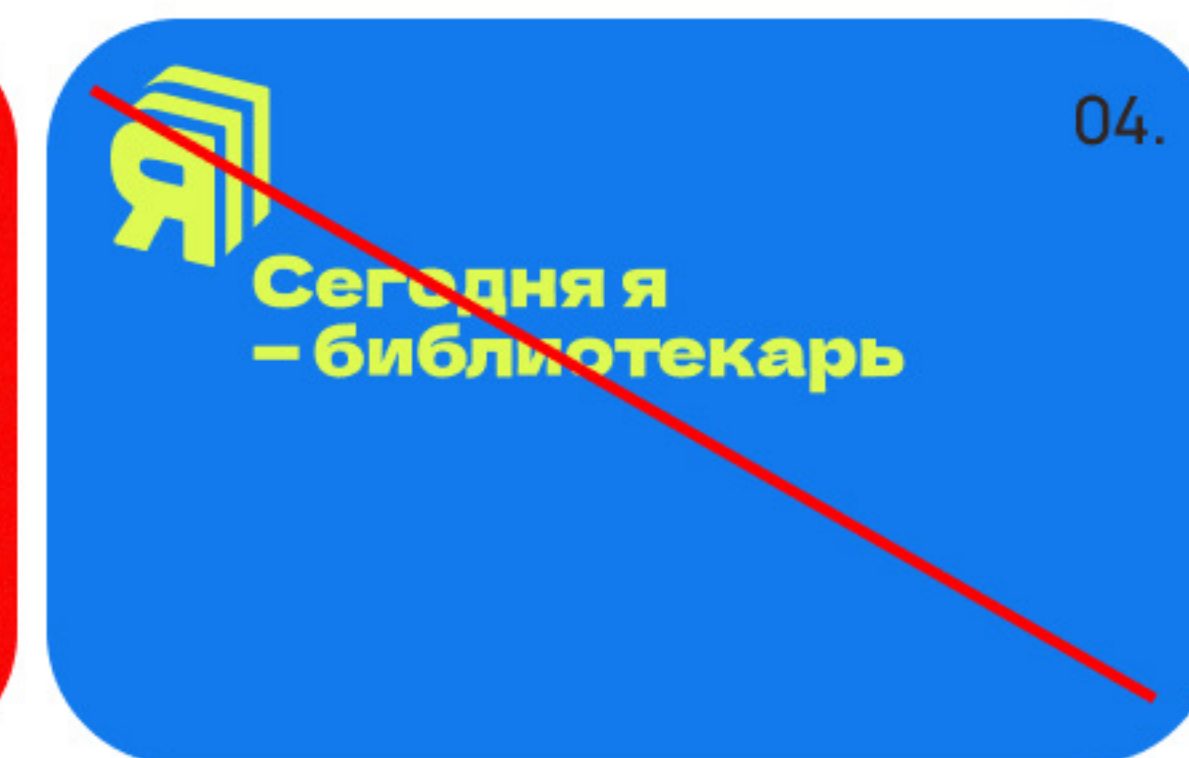
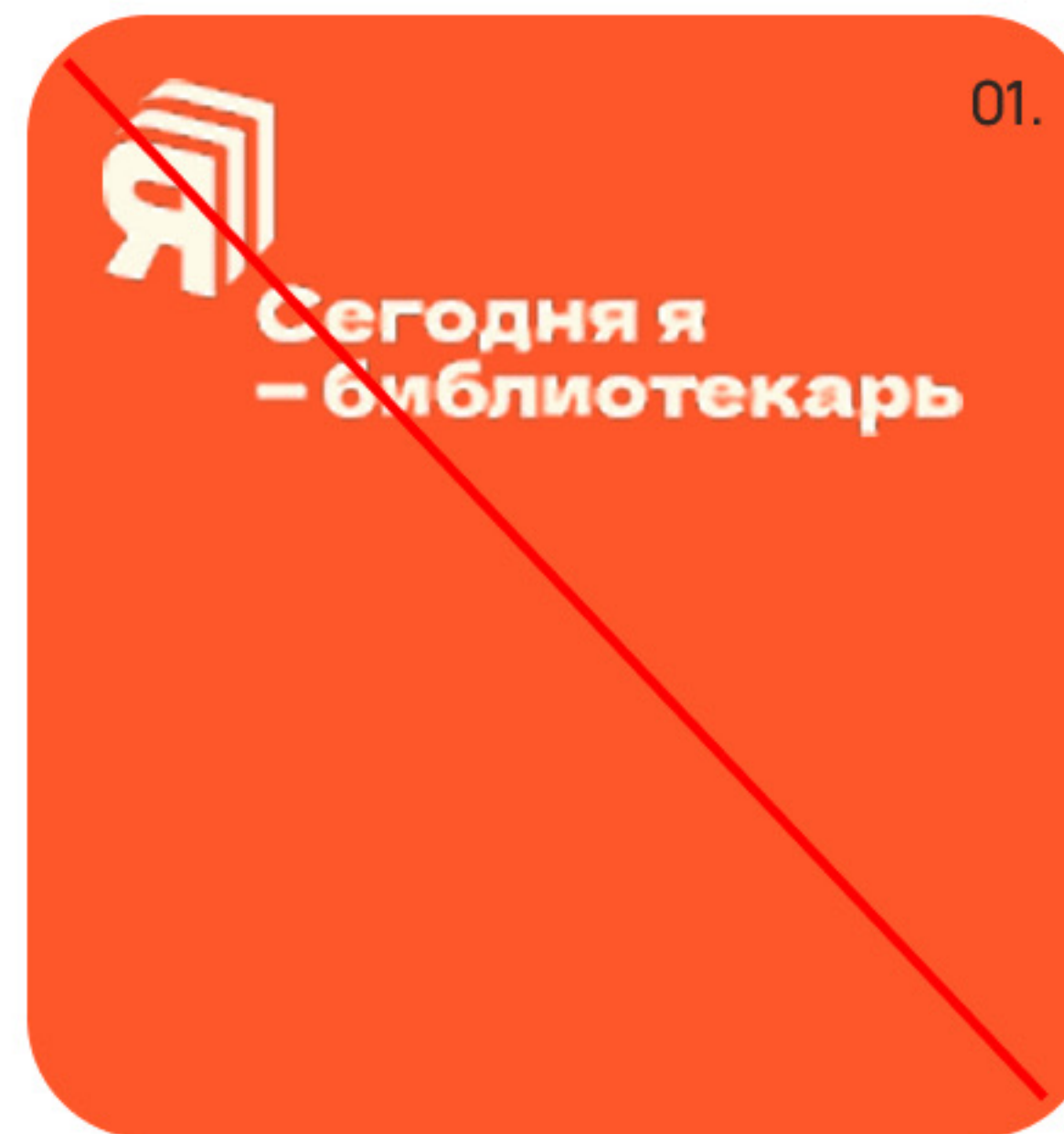
допустимые вариации использования



## ЛОГОТИП

01.  
**Низкое качество**  
Запрещено использование логотипа с низким разрешением, приводящее к потере четкости, Логотип должен всегда отображаться в исходном качестве на изображениях хорошего качества.
02.  
**Недостаточная контрастность**  
Логотип должен быть четко различим на фоне размещения. Недопустимо его использование в условиях плохой контрастности.
03.  
**Несоответствие контексту бренда**  
Запрещено наложение логотипа на изображения, фотографии или графику, которые не соответствуют ценностям и характеру бренда (например, провокационные, некачественные или не относящиеся к тематике контент).
04.  
**Несанкционированное цветовое искажение**  
Строго запрещается произвольно изменять цвета логотипа и фоновых цветов. Исключение может быть сделано только для гармоничного интегрального размещения в цвет самой фотографии.

### 1.5 недопустимые вариации использования



## ЛОГОТИП

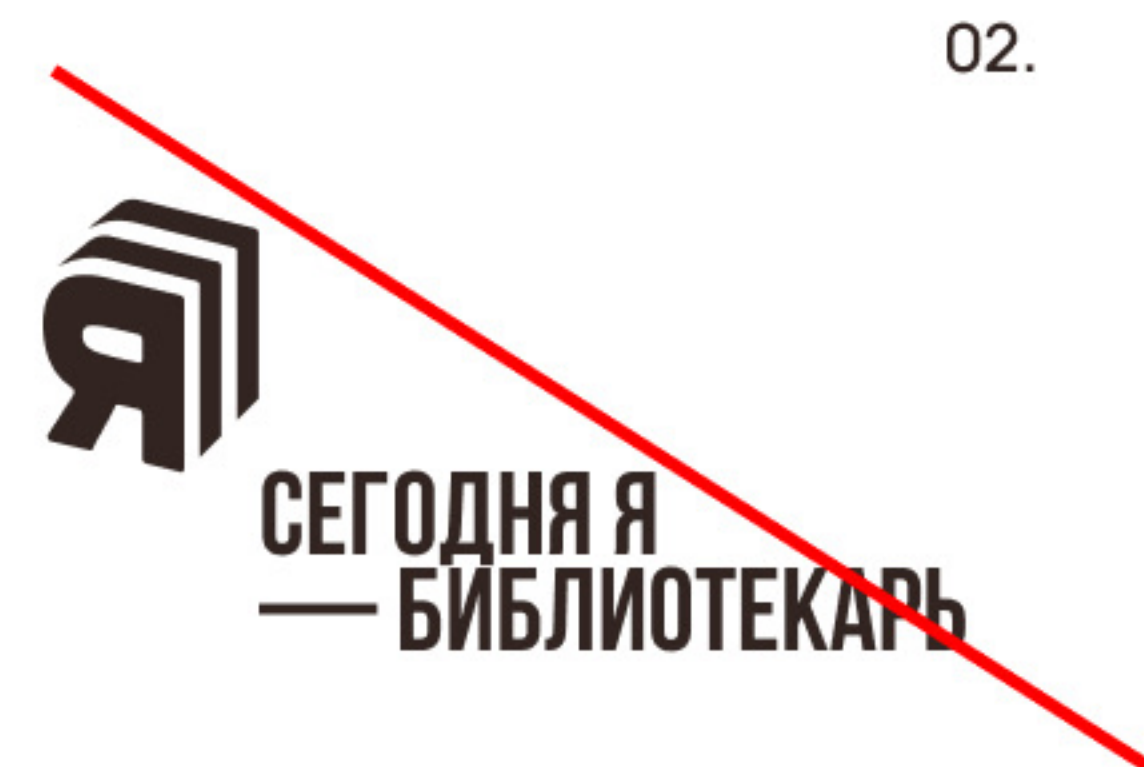
01. Строго запрещается любая геометрическая **трансформация логотипа**, включая растяжение, сжатие, скос, наклон или вращение. Логотип должен воспроизводиться только в своем оригинальном пропорциональном соотношении.

02. Не допускается замена, **модификация или редактирование шрифтов**, входящих в состав логотипа. Использование утвержденных шрифтовых решений является обязательным для сохранения уникальности и узнаваемости бренда.

03. Запрещается самовольное **изменение расстояний между элементами** логотипа, включая межбуквенные (кернинг) и межстрочные интервалы.

04. Не допускается **разъединение элементов логотипа**, их перестановка или создание новых, не утвержденных композиционных решений. Логотип должен использоваться исключительно как целостный и утвержденный графический объект.

### 1.6 недопустимые вариации использования



---

**Аа**

**типографика**

**2**

# типографика

2.1

основной шрифт

## Dela gothic one

Начертание: regular

### Назначение

Основной шрифт для всех заголовков. Буквы имеют широкую форму и большие внутренние пространства, текст хорошо читается издалека и на маленьких превью

### Характеристики

Мощный геометрический гротеск.

### Применение

Используется в комбинации строчных и прописных букв для создания динамичной и актуальной типографики.

### Лицензия

SIL Open Font License 1.1 – свободная и открытая лицензия, разработанная SIL International.

The image shows two large, bold characters from the Dela gothic one font. On the left is a capital letter 'A', which is wide and geometric with a triangular cutout in the center. On the right is a lowercase letter 'a', which is also wide and geometric, featuring a thick, rounded bowl and a distinct, slightly curved tail.

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл  
Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш  
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя**

**0123456789**

[Скачать шрифт](#)

# типографика

2.2

наборный шрифт

## Manrope

Начертание: medium

### Назначение

Основной шрифт для набора текста. Формирует сбалансированную и динамичную пару с акцентным шрифтом.

### Характеристики

Это современный гротеск с нейтральным характером и высокой читаемостью, который хорошо подходит для информационных текстов.

### Применение

Используется для описаний и информационных блоков, подзаголовков, подписей и служебной информации.

Начертание: bold

### Назначение

Используется для выделения важной информации внутри текстовых блоков и создания типографической иерархии.

### Применение

Позволяет акцентировать ключевые слова, подчеркивать смысловые элементы и усиливать структуру текста.



Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн  
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъь Ыы  
Ьь Ээ Юю Яя

0123456789

[Скачать шрифт](#)

---

## типографика

---

Самые частые размеры текста указаны в примере справа.

Интерлиньяж должен масштабироваться пропорционально размеру кегля.

Визуальное восприятие текстового блока должно соответствовать образцу (примеру справа).

При увеличении или уменьшении размера шрифта межстрочное расстояние должно быть скорректировано для сохранения сбалансированной, воздушной плотности текста.

### 2.3

отступы и расстояния

Расстояние между строчками заголовков при кегле 28-64 от 100%

#### **Пример использования**

Расстояние между строчками наборного текста при кегле 14-24 от 110%

подзаголовок, пример использования  
наборного текста

**цветовая палитра**

**3**

## цветовая палитра

3.1

цветовая палитра

Акцентный оранжевый

HEX  
CMYK  
RGB

#FE572A  
254 / 87 / 42  
0 / 66 / 83 / 0

Интеллектуальный фиолетовый

HEX  
CMYK  
RGB

#685BC7  
104 / 91 / 199  
48 / 54 / 0 / 22

Светлый серый

HEX  
CMYK  
RGB

#D6D5D0  
214 / 213 / 208  
0 / 0 / 3 / 16

Темный серый

HEX  
CMYK  
RGB

#969691  
150 / 150 / 145  
0 / 0 / 3 / 41

Цвет книжной страницы

HEX  
CMYK  
RGB

#FDFAE7  
253 / 250 / 231  
0 / 1 / 9 / 1

Мягкий жёлтый

HEX  
CMYK  
RGB

#FFEA81  
255 / 234 / 129  
0 / 8 / 49 / 0

Графитовый коричневый

HEX  
CMYK  
RGB

#322521  
50 / 37 / 33  
0 / 26 / 34 / 80

## цветовая палитра

### 3.2

#### главные цвета

#### Акцентный оранжевый (FE572A)

Акцентный оранжевый используется как ключевой выразительный элемент визуальной коммуникации. Цвет привлекает внимание, формирует динамику в композиции и помогает выделять основные сообщения акции.

Оранжевый цвет в айдентике символизирует:

- энергию и активность
- вовлеченность и участие
- открытость профессии для нового поколения

#### Интеллектуальный фиолетовый (685BC7)

Фиолетовый используется как дополнительный акцентный цвет, который поддерживает визуальную систему и помогает создавать контраст с основным оранжевым.

Фиолетовый цвет в айдентике символизирует:

- знание и интеллектуальность
- культурное наследие
- глубину и осмысленность

#### Графитовый коричневый (322521)

Тёмный графитовый используется как базовый контрастный цвет визуальной системы. Он формирует основу для типографики и ключевых графических элементов, обеспечивая хорошую читаемость и визуальную устойчивость макетов.

Акцентный  
оранжевый

HEX #FE572A  
CMYK 254 / 87 / 42  
RGB 0 / 66 / 83 / 0

Интеллектуальный  
фиолетовый

HEX #685BC7  
CMYK 104 / 91 / 199  
RGB 48 / 54 / 0 / 22

Графитовый коричневый

HEX #322521  
CMYK 50 / 37 / 33  
RGB 0 / 26 / 34 / 80

## цветовая палитра

### 3.3

#### дополнительные цвета

#### Мягкий жёлтый (FFEA81)

Мягкий жёлтый используется как поддерживающий цвет, который добавляет визуальной лёгкости и помогает создавать светлые акцентные зоны в композиции.

Жёлтый цвет в айдентике символизирует:

- знание и просвещение
- любознательность и интерес к чтению
- открытость новым идеям

#### Цвет книжной страницы (FDFAE7)

Кремовый оттенок отсылает к цвету бумажной страницы и книжных листов, создавая прямую ассоциацию с миром книг и библиотек.

Используется как основной фоновый цвет визуальной системы. Он создаёт нейтральную и комфортную основу для размещения типографики, графики и фотографий.

#### Мягкий жёлтый

HEX  
CMYK  
RGB

#FFEA81  
255 / 234 / 129  
0 / 8 / 49 / 0

#### Цвет книжной страницы

HEX  
CMYK  
RGB

#FDFAE7  
253 / 250 / 231  
0 / 1 / 9 / 1

## цветовая палитра

### Светлый серый (D6D5D0)

Тёплый серый используется как нейтральный поддерживающий цвет, который помогает выстраивать спокойную визуальную основу и балансировать более яркие акцентные оттенки.

Чаще используется для интерфейсных элементов.

### Темный серый (969691)

Нейтральный серый используется как служебный и поддерживающий цвет в визуальной системе. Он помогает выстраивать типографическую иерархию и отделять второстепенную информацию от основных акцентов.

Использование этого оттенка позволяет сохранять визуальный баланс и не перегружать макеты контрастом.

## 3.4

### поддерживающие цвета

#### Светлый серый

HEX

#D6D5D0

CMYK

214 / 213 / 208

RGB

0 / 0 / 3 / 16

#### Темный серый

HEX

#969691

CMYK

150 / 150 / 145

RGB

0 / 0 / 3 / 41

**СТИЛИСТИКА**

**4**

## СТИЛИСТИКА

Визуальная коммуникация акции строится на принципах открытости, вовлеченности и современного взгляда на библиотечную профессию. Айдентика подчеркивает, что библиотека – это пространство людей, знаний и сообщества, где каждый может примерить на себя новую роль.

Ключевыми элементами стиля являются:

### Типографический акцент

Ключевым визуальным элементом становится фраза «Сегодня я – библиотекарь», набранная крупной выразительной типографикой. Текст выступает главным графическим акцентом и символизирует личное участие человека в акции.

### Образы людей

В айдентике используются портреты разных людей. Такой визуальный прием создает универсальный образ участника и позволяет зрителю мысленно поставить себя на его место.

### Современная графика

В графике используется приём имитации книжной страницы, который применяется на постерах и других носителях. Такой визуальный элемент отсылает к миру книг и библиотек и помогает считывать тематику проекта даже на расстоянии.

[Скачать афишу](#)

## 4.1

общая стилистика



## СТИЛИСТИКА

### Фотография

Фотостиль строится на изображениях людей разных возрастов и профессий. Портреты передают ощущение участия и живого сообщества, подчеркивая идею, что библиотекарем на один день может стать любой.

Фотографии в айдентике акции отражают идею открытости и участия.

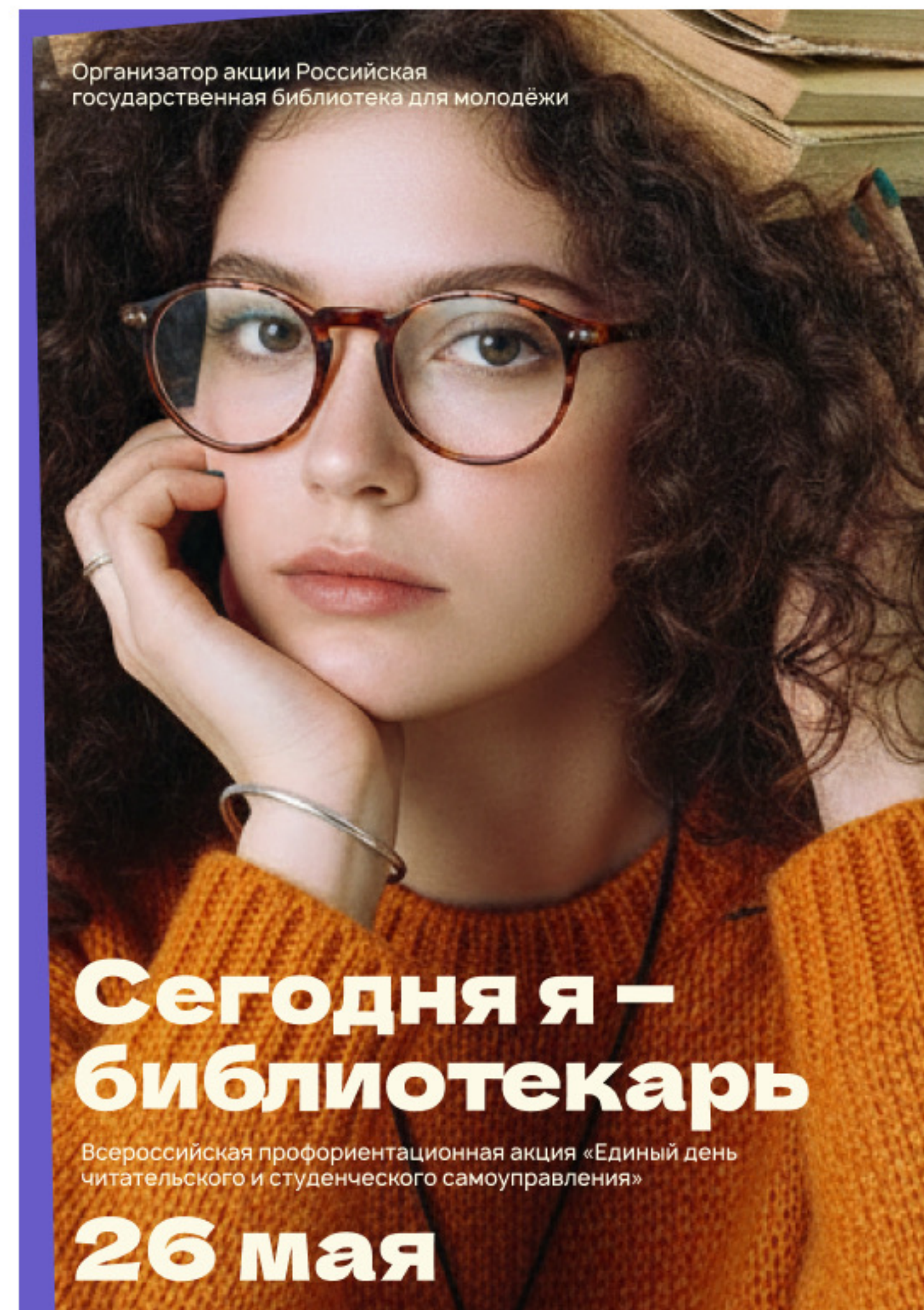
Образы должны передавать ощущение живого сообщества и показывать, что библиотекарем на один день может стать каждый.

В визуальной системе могут использоваться крупные портреты людей, а также кадры с фигурами в движении — идущими, стоящими или взаимодействующими с пространством. Люди могут быть разного возраста, внешности и стиля, что подчеркивает универсальность акции и ее доступность для широкой аудитории.

[Скачать афишу](#)

### 4.2

#### фотографии



## СТИЛИСТИКА

### 4.3

#### нежелательные фотографии

#### 01. Неестественные сгенерированные изображения людей

Следует избегать использования изображений с неестественной генерацией людей (в том числе нейросетевых), где искажаются пропорции, пластика лица или жесты. Такие изображения снижают доверие к визуальной коммуникации и противоречат идее живого человеческого сообщества.

#### 02. Избыточные фотоэффекты и агрессивная обработка

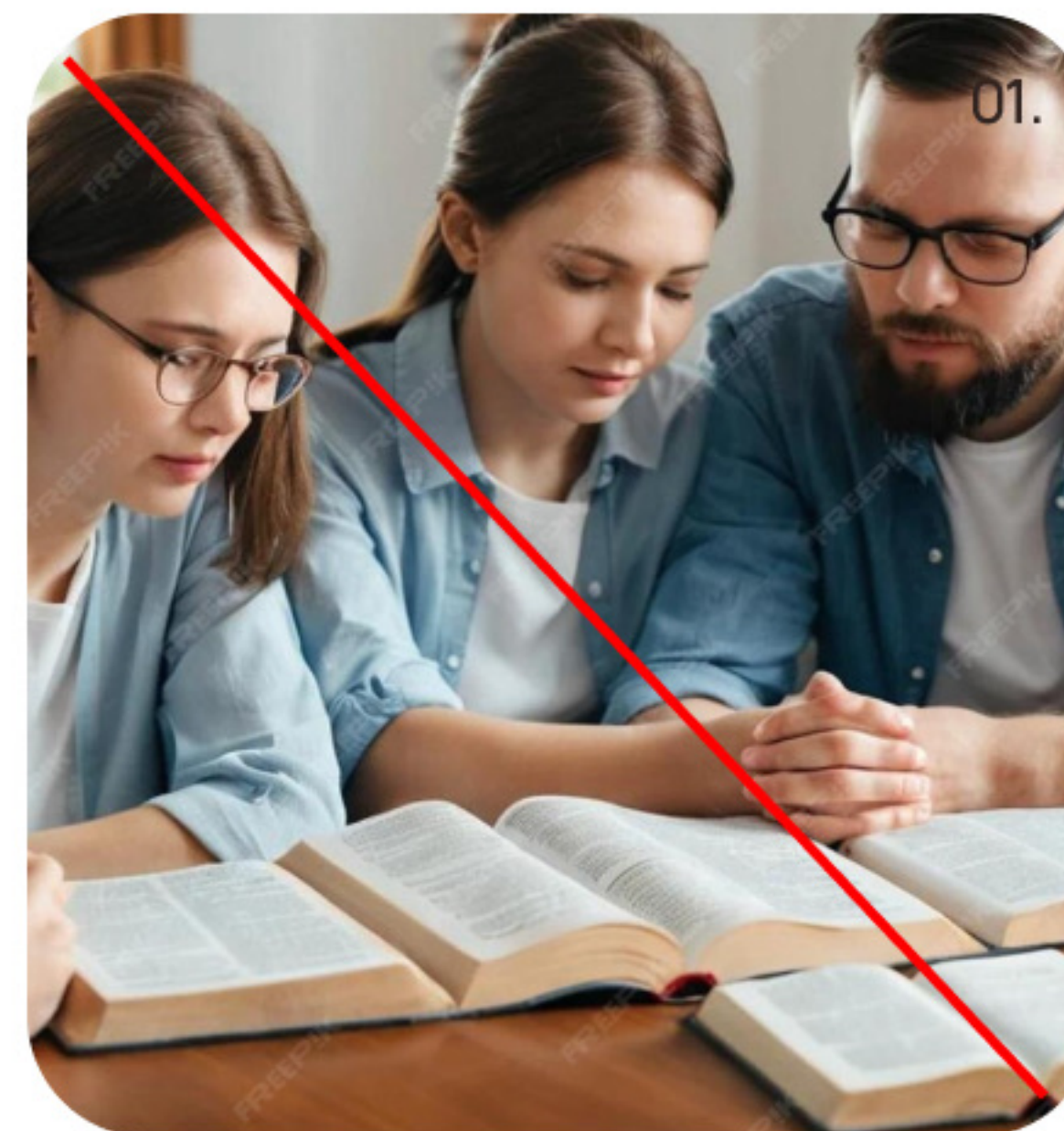
Не допускается использование чрезмерных фотоэффектов, сильных фильтров, искусственных цветовых искажений и декоративной обработки. Фотография должна сохранять естественность и поддерживать лаконичный характер айдентики.

#### 03. Шаблонные стоковые фотографии

Следует избегать типовых стоковых изображений с постановочными сюжетами и неестественными эмоциями. Визуальный стиль бренда предполагает более живые и аутентичные образы людей.

#### 04. Перегруженный или шумный фон

Не рекомендуется использовать фотографии с визуально перегруженным фоном. При необходимости предпочтительно изолировать человека или упростить фон, чтобы сохранить чистоту композиции и усилить акцент на образе участника акции.



## СТИЛИСТИКА

### Маска на основе логотипа

Графический знак логотипа может использоваться как маска для фотографий. В этом случае форма знака становится рамкой, внутри которой размещается фотографическое изображение.

Внутренняя часть буквы «Я» вырезается – фотография заполняет форму полностью, сохраняя целостность знака. Такой прием позволяет интегрировать фотографии людей в графическую систему бренда и усиливает связь между символом акции и ее участниками.



+

[Скачать афишу](#)

4.4

маска



---

**примеры  
использования  
визуальных приёмов**

**5**

## примеры использования

В баннерах используется тот же визуальный принцип, который лежит в основе всей айдентики. Композиция строится на сочетании имитации книжной страницы, крупной типографики и фотографических элементов, интегрированных в графическую систему бренда.

Ключевым элементом становится **крупный текст**, который формирует главный акцент композиции и помогает быстро считывать основное сообщение акции.

**Фотографии могут размещаться внутри масок**, созданных на основе формы логотипа, что позволяет интегрировать изображения людей в визуальный язык бренда и усиливает связь с идеей личного участия в акции.

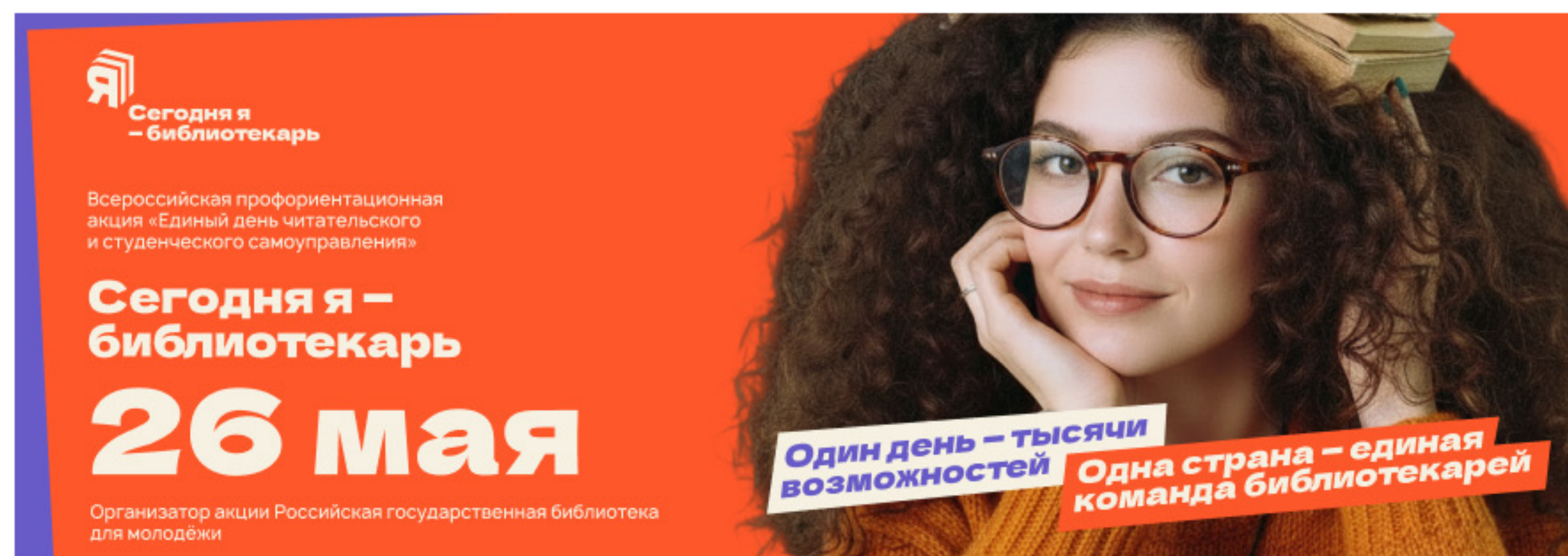
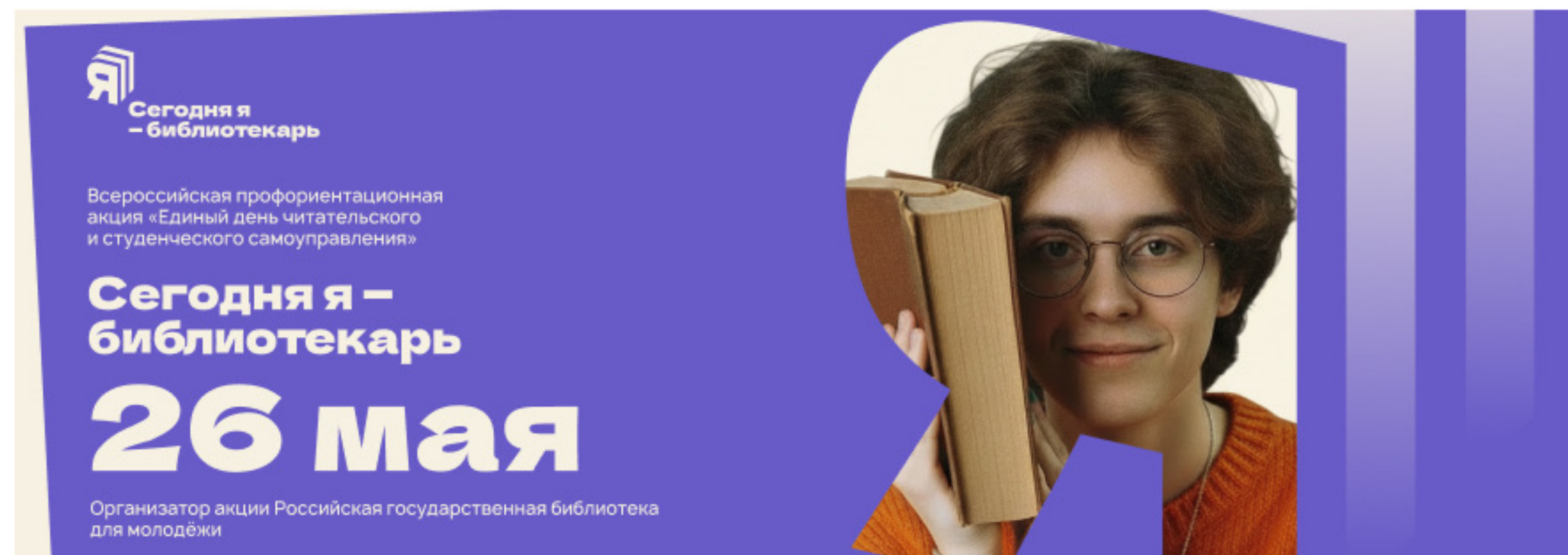
В баннерах допускается использование **тегов (плашек)** для выделения информации. В отличие от привычных закруглённых форм, в айдентике применяются острые геометрические формы, вдохновлённые образом книжной страницы.

Форма **тегов** повторяет визуальный принцип логотипа: элементы выглядят как страницы книги, показанные в лёгкой перспективе. Это создаёт ощущение раскрытого блока страниц и усиливает ассоциацию с библиотечной темой.

[Скачать баннеры](#)

### 5.1

#### баннеры



## примеры использования

### Принцип ритма и разнообразия

Запрещается использование подряд двух и более постов с идентичным визуальным оформлением. Это правило предотвращает слияние постов в единое пятно, обеспечивая визуальный ритм.

### Композиционное разнообразие

Для поддержания динамики и глубины визуального ряда необходимо чередовать планы съемки. При частом использовании общих (дальних) планов обязательно добавление средних и близких (крупных) планов.

### Цветовая палитра

Допустимо использование только утвержденных цветов из бренд-палитры. Введение новых оттенков запрещено.

### Типографика

Иерархия: Допустимы только два размера заголовков – Н1 и Н2. Введение дополнительных размеров запрещено.

Наборный текст: Используется шрифт одного, утвержденного размера и насыщенности.

### Начертание

Заголовки набираются строчными буквами, за исключением случаев написания аббревиатур.

Наборный текст набирается также строчными буквами.

[Скачать посты](#)

## 5.2

### социальные сети



## примеры использования

Дизайн презентационных слайдов строится на тех же принципах, что и другие носители айдентики. В основе композиции лежит **имитация книжной страницы**, **крупная типографика** и **лаконичные графические элементы**.

Слайды должны быть **визуально чистыми и легко читаемыми**: основной акцент делается на крупных заголовках и коротких текстовых блоках. Дополнительные элементы – плашки-теги, маски и графические формы – помогают структурировать информацию и выделять ключевые сообщения.

Фотографии могут использоваться как самостоятельные визуальные акценты или размещаться внутри масок, построенных на основе фирменной графики.

В угол слайда можно добавлять номер страницы.

Скачать слайды

5.3

презентация

