

# ПУШКИН СКАЯ КАРТА

Краткое руководство  
по использованию  
визуального стиля 2022

ИЗУЧАЙ,  
ИСПОЛЬЗУЙ,  
ВЕДИ СЕБЯ  
КУЛЬТУРНО





## Программа «Пушкинская карта»

С 01.09.2021 г. молодые люди 14–22 лет смогут получить банковскую карту, на которую государством будут начислены деньги для покупки билетов в организации культуры: музеи, театры, филармонии и др.

Карта может быть выпущена как в виртуальном формате, так и в виде пластиковой карты. Эмитентом является Почта Банк.

В дальнейшем внешний вид карты может быть различным, в том числе индивидуальным.

Для всех коммуникационных материалов представленный дизайн является базовым, стилеобразующим.

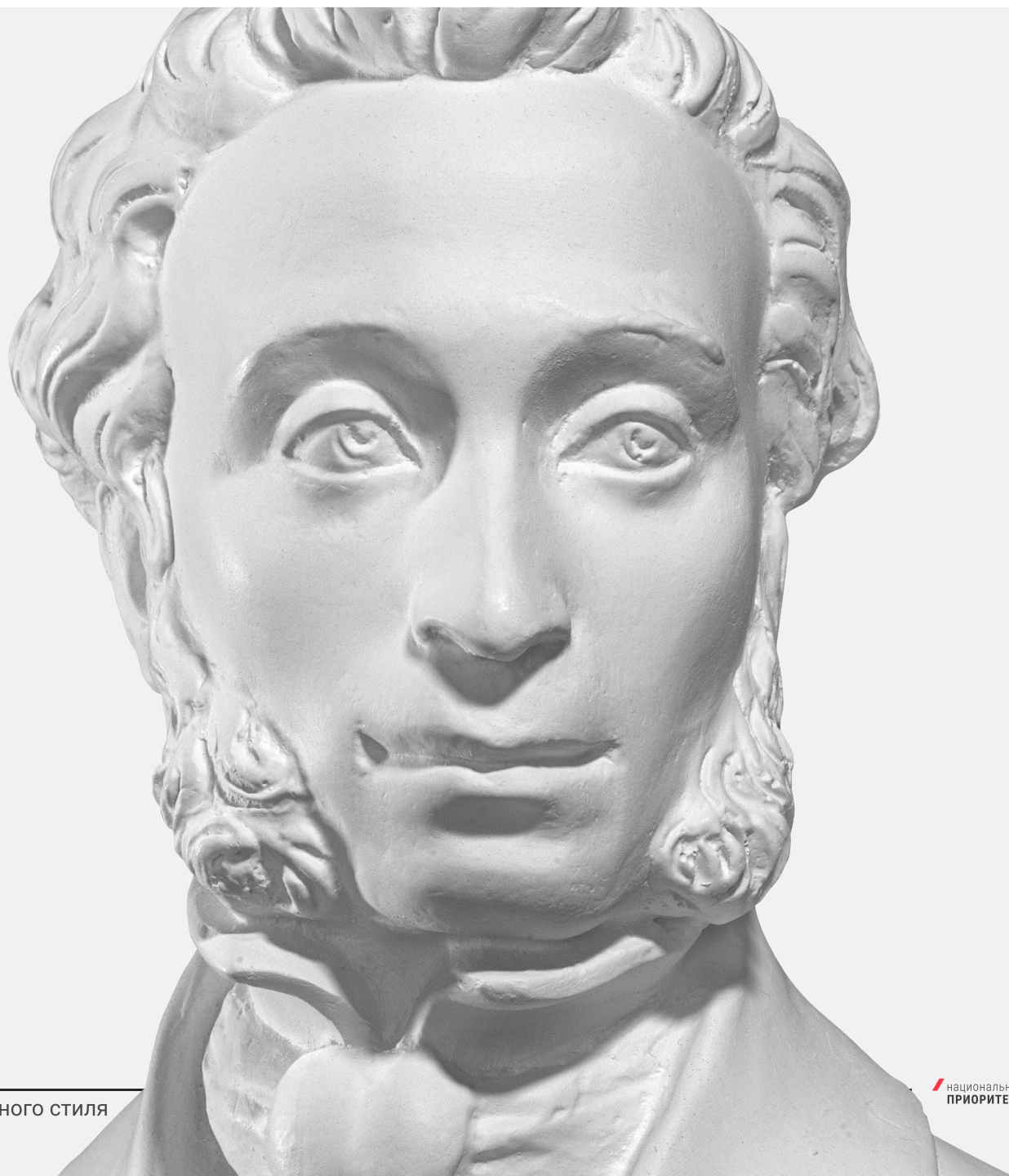


## Тональность

Коммуникация карты – это внятный, спокойный, дружелюбный язык, понятный и близкий целевой аудитории, способный заинтересовать.

Без формализма, канцелярита, без излишнего фокуса на возрасте аудитории (не говорим как с детьми).

В разумных пределах приветствуется юмор.



## Базовые константы.



Сквозной “амбассадор” продукта – Пушкин.

Эту роль выполняет гипсовый бюст в различных ракурсах и цветовых сочетаниях.

Желательно использовать этот элемент во всех материалах, как статичных, так и динамичных.

В редких случаях возможно не использовать этот образ, тогда должно присутствовать изображение карты и/или логотип карты.

Шрифты.

**Гарнитура Dela Gothic One Regular используется для основных сообщений.**

Гарнитура Roboto используется для дополнительного текста.

Слоган карты.  
Должен присутствовать во всех материалах.

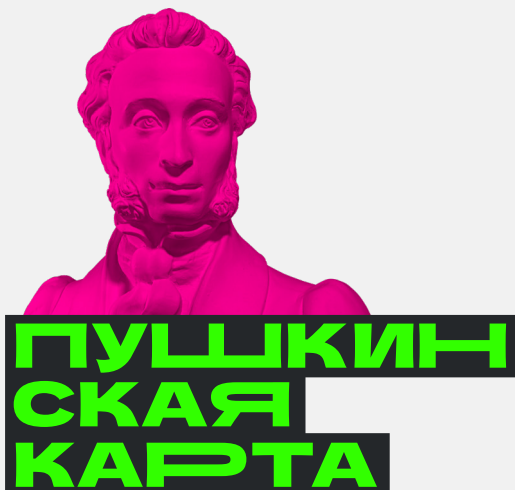
Исключение: использование только логотипа карты (например наклейка, маркер на видеоматериале)

**ВЕДИ СЕБЯ  
КУЛЬТУРНО**

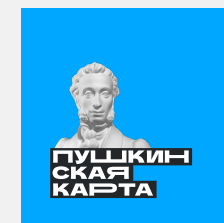




## Базовые константы/логотип



Логотип карты.  
Основная версия.



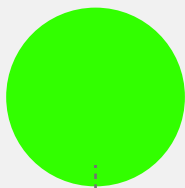
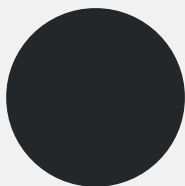
Монохромная версия  
может использоваться  
с насыщенными цветными  
фонами

Версия для горизонтального  
использования



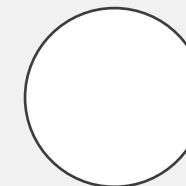
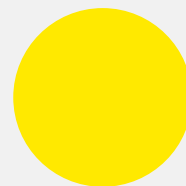
## Базовые константы/цвета

Основные цвета карты:  
тёмно-серый,  
ярко-малиновый,  
неоновый зеленый.

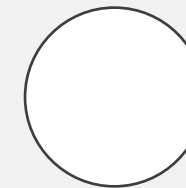
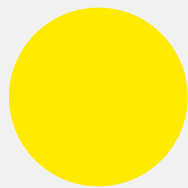


рекомендуем  
для печати использовать  
PANTONE 802 NEONS

Для фонов и цвета бюста свободно можно пользоваться дополнительными цветами.



**ВАЖНО!** Если речь идет о физических носителях и стандартной печати без использования пантонов, то рекомендуем использовать чистые тона – Cyan/Magenta/Yellow + наиболее яркие составные оттенки. Например оранжевый C0/M60/Y100/K0 или красный C0/M100/Y100/K0



пример

## Базовый макет /вертикаль

На примере плаката

В базовой верстке  
единственный элемент, который  
может быть “навылет” – это бюст.

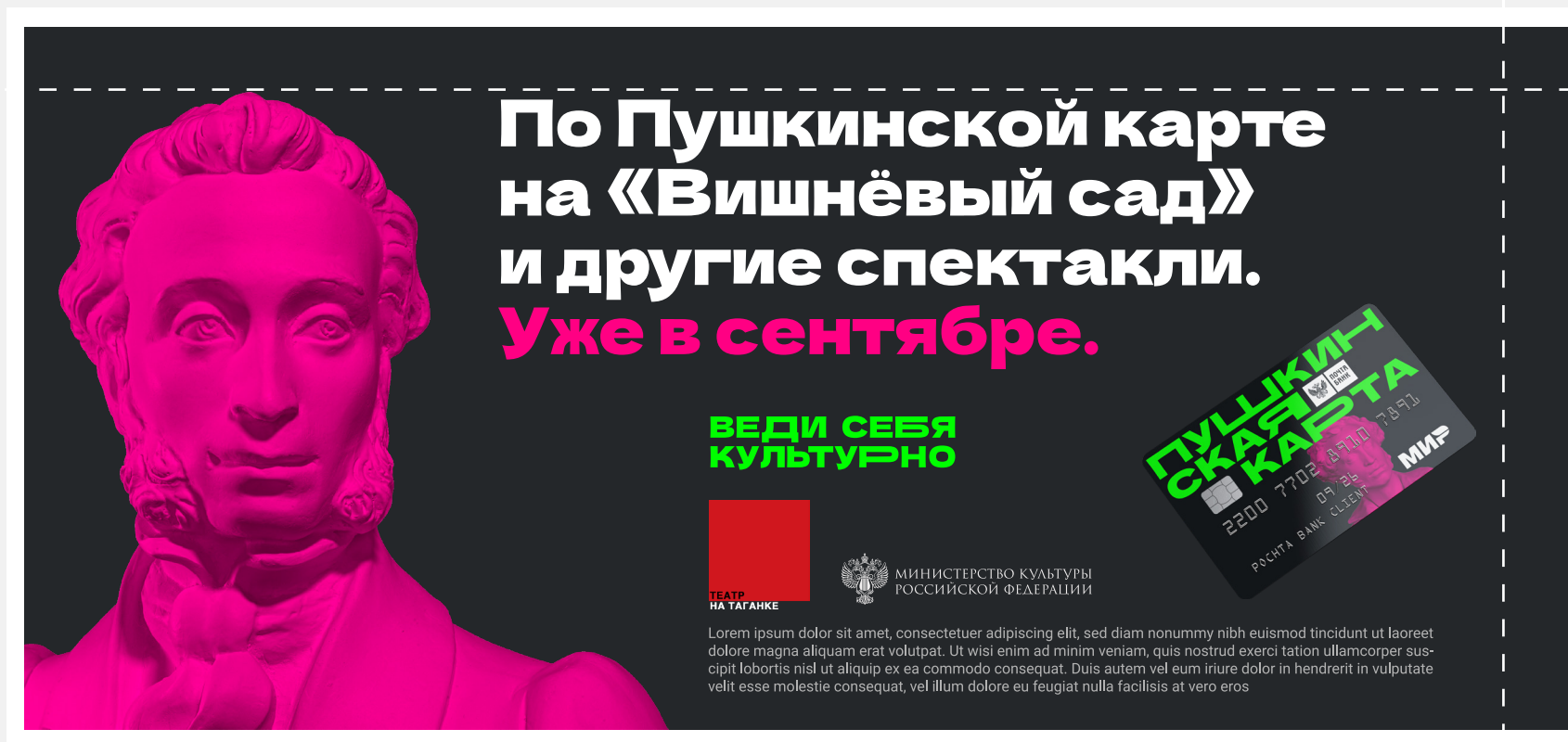
Для остального содержания  
нужно предусмотреть поля.



пространство  
для логотипов

пространство  
для дисклеймера

## Базовый макет /горизонталь



пример



## Это отлично работает в других цветовых сочетаниях, оставаясь в рамках одной кампании.

Вполне допустимо рядом разместить сразу несколько одинаковых или очень похожих макетов, но в разных цветовых сочетаниях.

**По Пушкинской карте на «Вишнёвый сад» и другие спектакли. Уже в сентябре.**



**ВЕДИ СЕБЯ КУЛЬТУРНО**

Министерство культуры Российской Федерации

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECUTUR ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LOREET DDORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT. UT WISI ENIM AD MINIM VERAER, QUAE NOSTRUD EXERCIT TATION, ULLENORPER SUSCIPIT LABORIS NEQ, UT ALIQUIE SE EA COMMODI CONSEQUAT. DUIS AUTEM VED EUM INIUA DOLOR IN HENDENT IN VULNERATE VELLE ESSE MODERIE CONSEQUAT, VED ILLUM DOLOR SU FUGIAT NULLA TOLLIS AT VERO ERAS.

**По Пушкинской карте на «Вишнёвый сад» и другие спектакли. Уже в сентябре.**



**ВЕДИ СЕБЯ КУЛЬТУРНО**

Министерство культуры Российской Федерации

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECUTUR ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LOREET DDORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT. UT WISI ENIM AD MINIM VERAER, QUAE NOSTRUD EXERCIT TATION, ULLENORPER SUSCIPIT LABORIS NEQ, UT ALIQUIE SE EA COMMODI CONSEQUAT. DUIS AUTEM VED EUM INIUA DOLOR IN HENDENT IN VULNERATE VELLE ESSE MODERIE CONSEQUAT, VED ILLUM DOLOR SU FUGIAT NULLA TOLLIS AT VERO ERAS.

**По Пушкинской карте на «Вишнёвый сад» и другие спектакли. Уже в сентябре.**



**ВЕДИ СЕБЯ КУЛЬТУРНО**

Министерство культуры Российской Федерации

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECUTUR ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LOREET DDORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT. UT WISI ENIM AD MINIM VERAER, QUAE NOSTRUD EXERCIT TATION, ULLENORPER SUSCIPIT LABORIS NEQ, UT ALIQUIE SE EA COMMODI CONSEQUAT. DUIS AUTEM VED EUM INIUA DOLOR IN HENDENT IN VULNERATE VELLE ESSE MODERIE CONSEQUAT, VED ILLUM DOLOR SU FUGIAT NULLA TOLLIS AT VERO ERAS.

примеры

## Пример буклета

Как можно оформить  
разъясняющую  
информацию в рамках  
стиля.





## Для кого создан проект «Пушкинская карта»?

«Пушкинская карта» – это инициированный президентом России проект Министерства культуры РФ для всех граждан от 14 до 22 лет.

С 1 сентября 2021 г. молодые люди смогут получить банковскую карту. На карту будут начислены деньги для покупки билетов в организации культуры: музеи, театры, галереи, филармонии и др.

## Это правда за счёт государства?

Да, в 2021 году эта сумма составит 3000 рублей. И это не бесплатные билеты – это реальные карманные деньги на культурный досуг, помимо имеющихся льгот для школьников и студентов. Выбор, куда пойти, будет свободный в рамках обширной афиши.



## Звучит отлично, а куда можно будет пойти?

Выбор очень большой, и постепенно будет только расширяться. Практически все музеи, театры, галереи, концертные залы – в списке.

Да, ограничения тоже есть: по «Пушкинской карте» не купить билеты, например, в цирк, на коммерческие концерты и в кино.

## Тратишь деньги с этой карты – становишься богаче

И это правда. Культура делает человека богаче. Мы рады, что у молодёжи появилась такая возможность.

**3000 Р**  
уже на карте



## Как получить карту?

Пластиковую карту можно оформить в любом отделении Почта Банка. Чтобы получить виртуальную – зарегистрируйся на Госуслугах, скачай приложение «Госуслуги Культура» и подтверди выпуск карты.



## Как купить билеты?

Выбери мероприятие в приложении «Госуслуги культура» или на портале [Культура.Рф](http://Культура.Рф)

Оплати билет Пушкинской картой в приложении, у билетных операторов, на сайте учреждения или прямо в кассе.

И вперёд – **ВЕДИ СЕБЯ КУЛЬТУРНО**

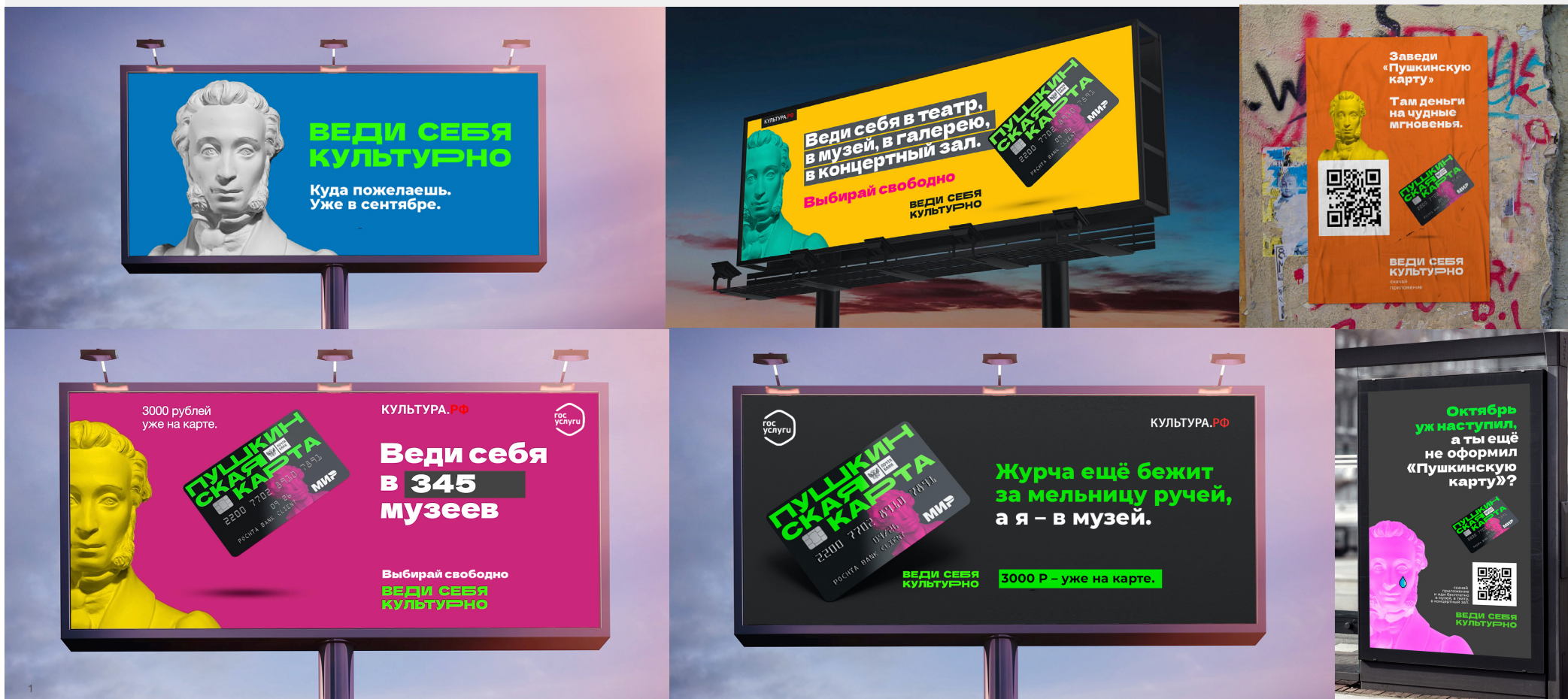
## Какой может быть карта

Как виртуальной, так и физической. Эмитент карты – Почта Банк. Кстати, этот дизайн карты не единственный, можно выбрать другой.





## Примеры рекламных форматов



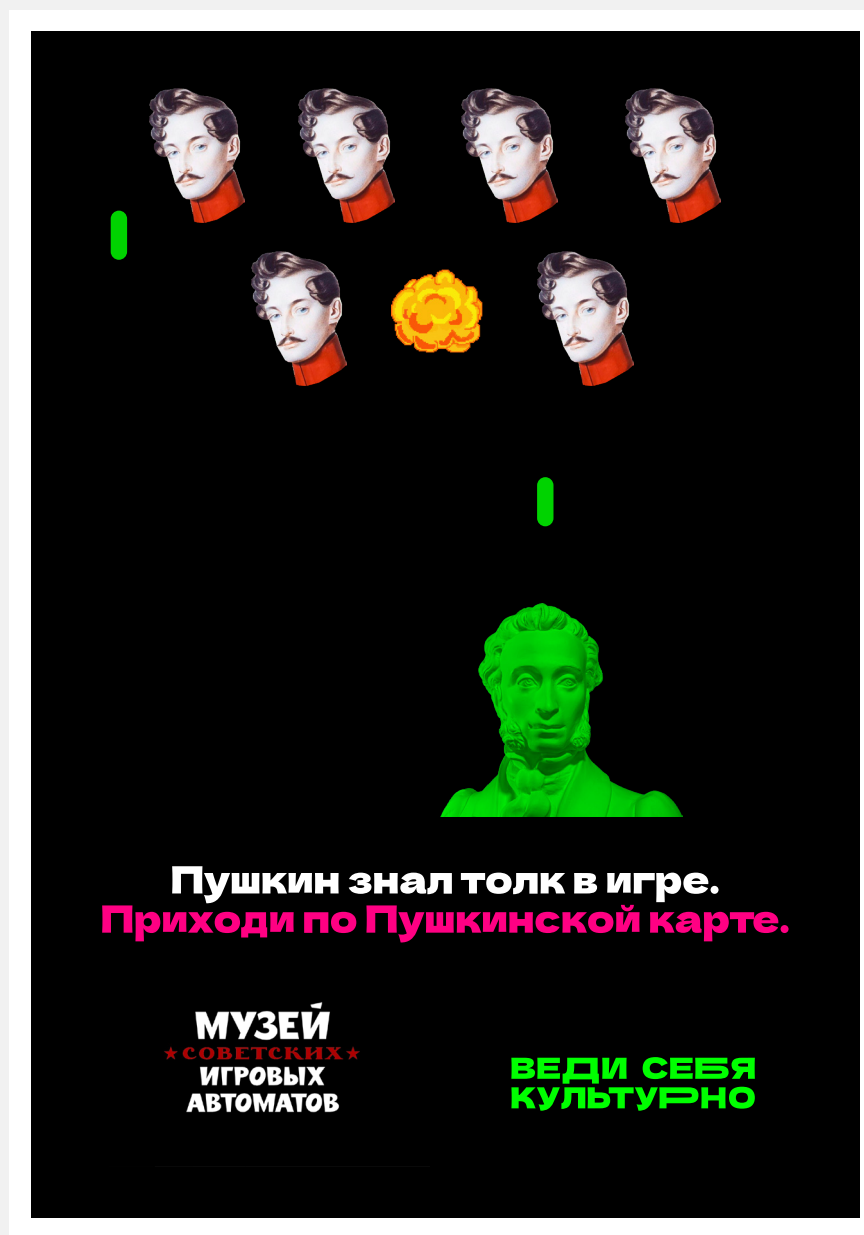


## Возможности для творчества

Айдентика даёт значительную свободу для индивидуального подхода к дизайну и сообщениям, исходя из специфики учреждения культуры.

Набор обязательных элементов оставляет возможность свободно комбинировать и дополнять их, делая фокус на особенностях и интересных элементах конкретно вашего музея, театра, галереи.

*Тем не менее, любой нестандартный дизайн, где присутствует «Пушкинская карта», необходимо отдельно утверждать в Министерстве Культуры РФ.*

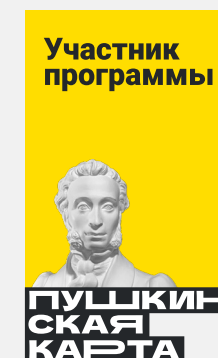
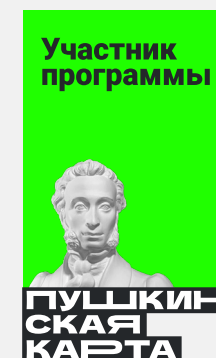
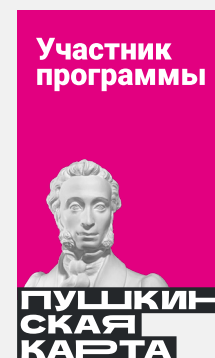
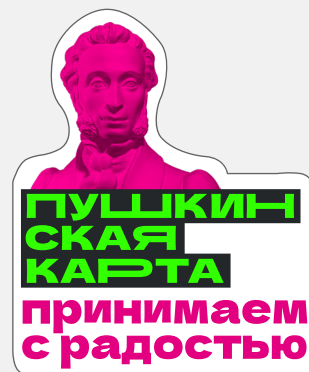


## Ещё примеры



## Маркировка участника программы

Для минимальной маркировки можно использовать логотип карты, как отдельно, так и в составе комбо-лого. Используйте логотип у себя на сайте, в соцсетях и в оффлайн пространствах, например, как стикер/POSM



## Что делать, если хорошая цветная печать невозможна

**Вариант 1:** отказаться от печати в пользу цифровых форматов анонса, где проблемы ярких цветов нет – электронные письма, рассылка в мессенджерах, социальных сетях и т.д.

**Вариант 2:** использовать преимущественно монохромные версии элементов из бренд-бука. Контрастный ч/б логотип, белый бюст, темно серый/чёрный шрифт.

Также рекомендуем в этом случае оставлять больше “воздуха” в макете, не размещать элементы очень крупно и навывлет.

\* если есть понимание что ваше оборудование приемлемо воспроизводит какой-то один цвет, можно добавить этот акцент на некрупном элементе (например части надписи)

пример

## Тратишь деньги по этой карте – становишься богаче

Все ученики с 14 лет и старше смогут получить банковскую карту, на которую будут начислены деньги для покупки билетов в организации культуры: театры, музеи, филармонии и др.

Все подробности – в кабинете истории, 3 этаж



**ВЕДИ СЕБЯ  
КУЛЬТУРНО**



## Дополнительные примеры

Иногда необходимо уточнить, на какие именно мероприятия дает возможность попасть карта (номинал карты может быть меньше стоимости билетов)

Рекомендуем делать подобную афишу в позитивном ключе, без акцента на невозможность посещения других, более дорогих мероприятий.



← Если в вашем стиле присутствует яркий фирменный цвет, вы можете использовать его как фоновый или акцентный, помимо указанных в настоящем руководстве.

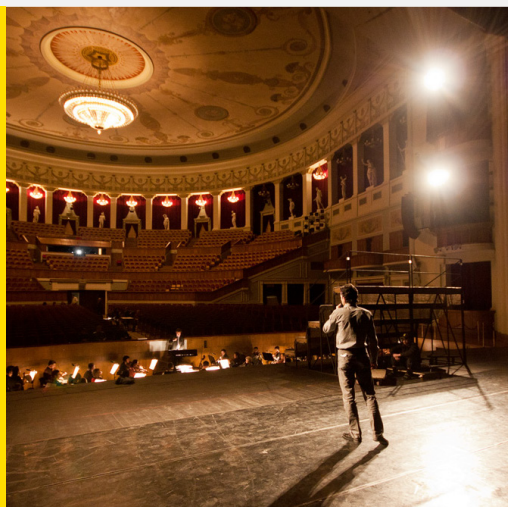
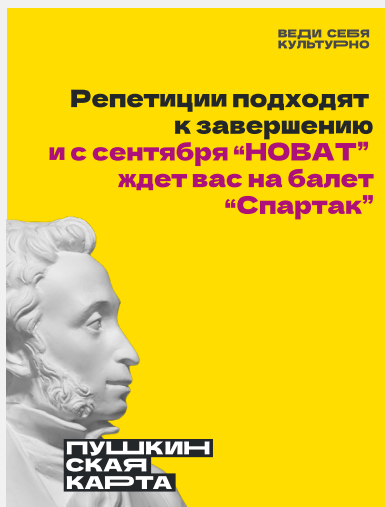
Это допустимый инструмент сочетания коммуникации карты и вашей организации.

примеры

## Дополнительные примеры/видеоформаты

Репортажные и другие видеоматериалы можно маркировать базовым цветным логотипом (в материалах дополнительно есть анимированная версия)

Полуэкранные/полноэкранные заставки создаются по общим принципам: гипсовый бюст, фон, название карты, слоган. (в материалах есть базовые заставки, допускающие дополнение текстом)



## Что нельзя делать

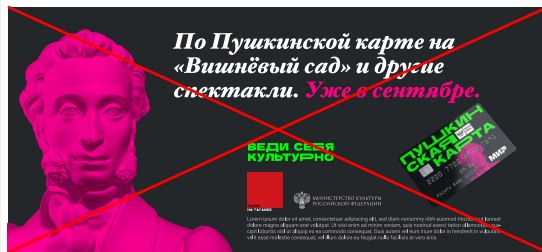


Нельзя использовать иные образы Пушкина, кроме гипсовой головы.

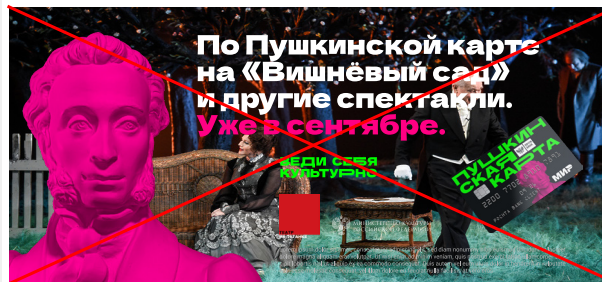


Нельзя использовать сделанные на ч/б копировальном аппарате копии любых материалов.

Если нет возможности для качественной печати, лучше ограничиться текстом, сообщением, либо рассылкой материалов в цифровом формате.



Нельзя использовать другие шрифты кроме приведенных в руководстве.



Нельзя использовать в качестве фонов изображение или фото.



# Кинотеатры

Возможность пойти по «Пушкинской карте» в кино – отличная новость начала 2022 года.

Кино любят и знают все, и это особая территория со своей атмосферой, сложившимся визуальным языком и форматами - трейлеры, постеры, жанровая тональность.

Для создания макетов можно и нужно пользоваться всеми предыдущими рекомендациями и материалами данного руководства, но в этом разделе вы найдете набор решений, специально разработанный для кинотеатров.

Оставаясь в прежней креативной рамке, коммуникация «Пушкинской карты» приобретёт больше кинематографичности.

Главный образ – гипсовый бюст Пушкина становится визуально сложнее за счет главного инструмента создания кино – света.

Он буквально идёт вместе с нами в кино.

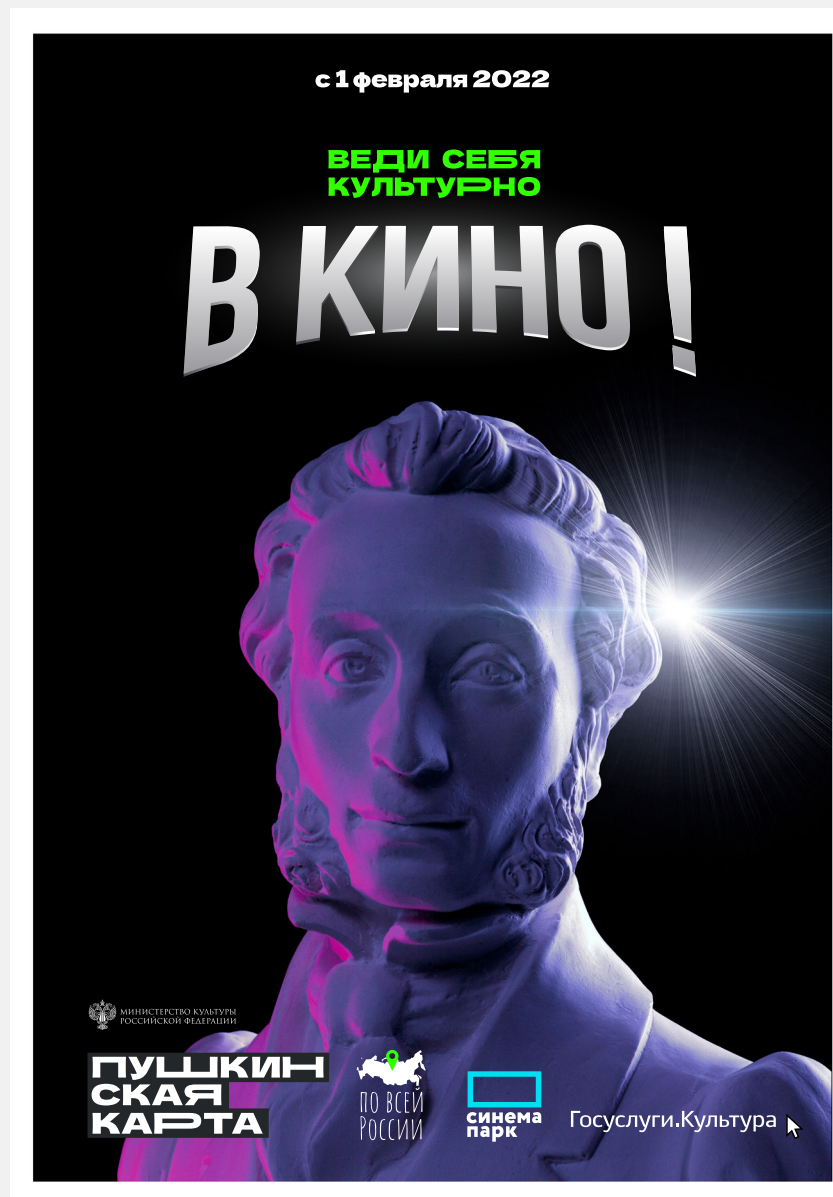




## Базовый key-visual

Главный анонс новой возможности «Пушкинской карты». Используйте для создания любых форматов, будь то полноценный постер или листовка, заставка на экранах или digital баннер.

При этом, по прежнему остаётся выбор цветовой гаммы:



## Пример горизонтального key-visual



По возможности для всех физических форматов делайте белые поля.

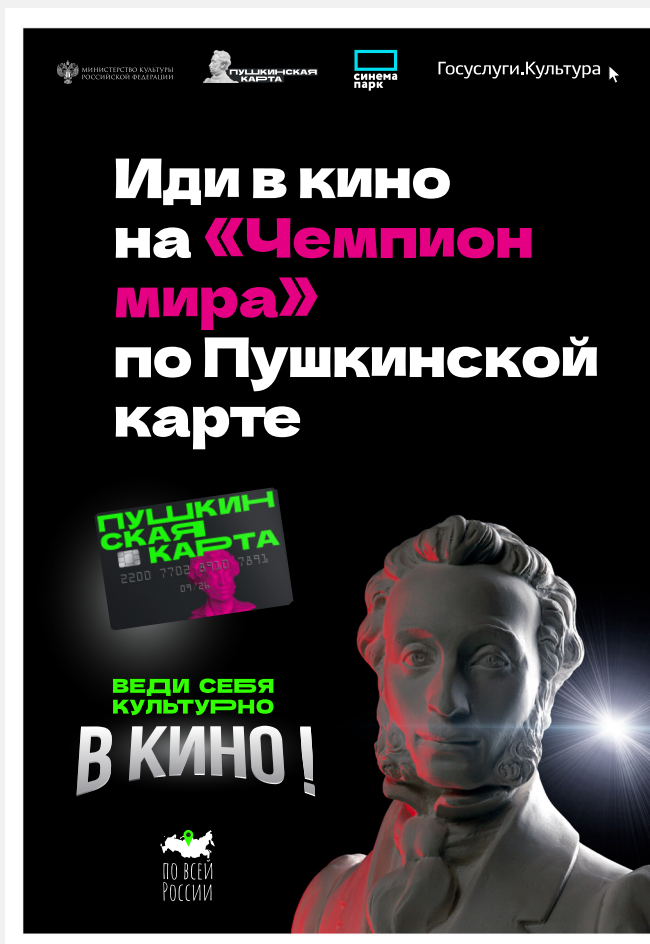
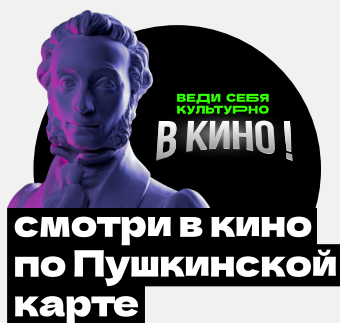
Это отсылка к типичному киноплакату, а так же добавляет намёк на рамку киноэкрана.

В digital форматах этого делать необязательно, но возможно там, где уместно, например в рор-уп баннерах и т.д.

## Сообщения с конкретными фильмами и ко-брендинг

Для точечных сообщений, например, что конкретный фильм доступен по «Пушкинской карте» возможно использовать как рамку карты, так и коммуникационные материалы фильма.

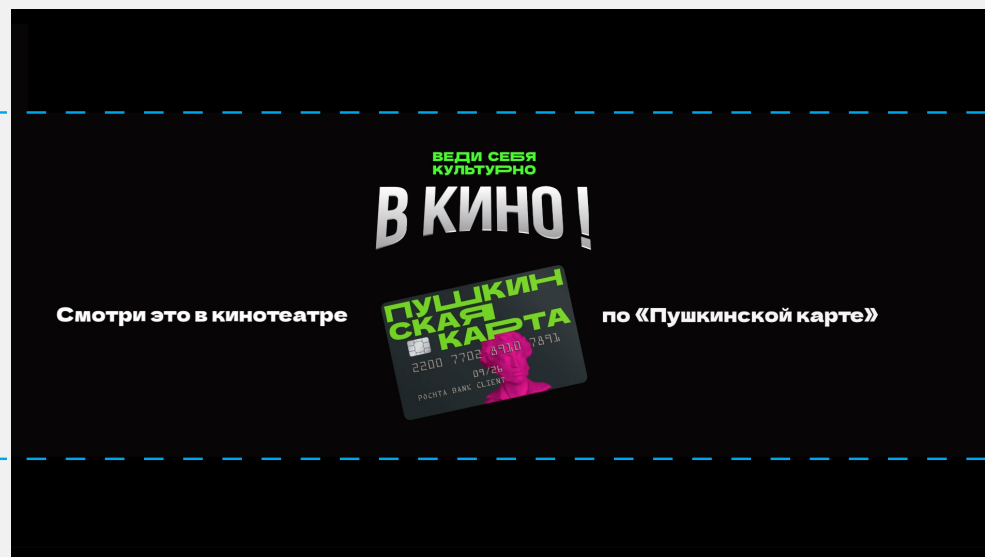
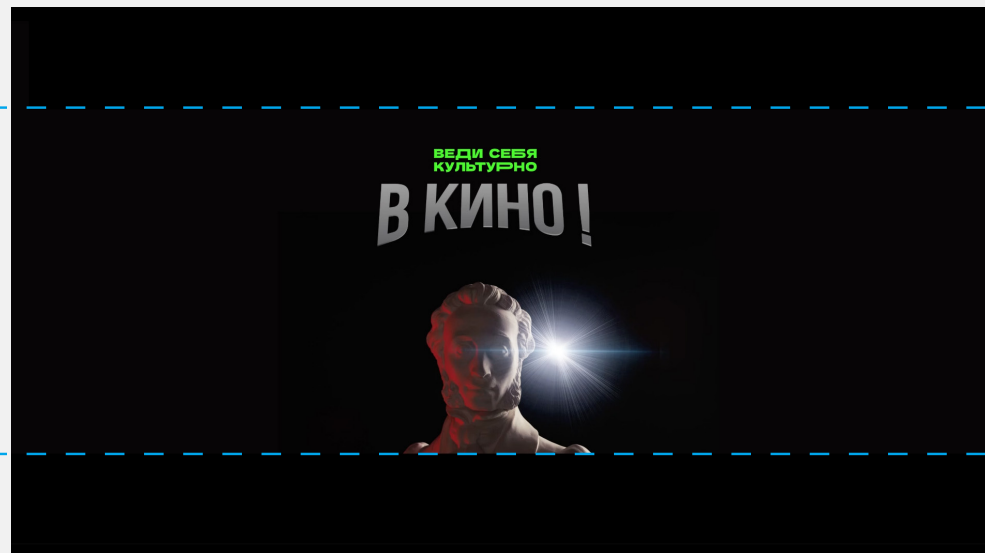
Во втором случае добавляется клейм, достаточных для нормального восприятия пропорций.



## Интеграция в трейлеры/ рекламный блок перед сеансом

Простой универсальный способ маркировки трейлеров тех картин, которые можно будет посмотреть по «Пушкинской карте» - дополнительная 10 секундная вставка сразу после анонса либо непосредственно перед ним.

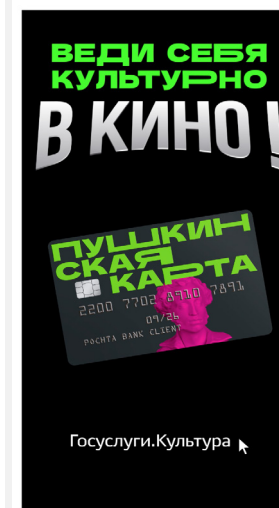
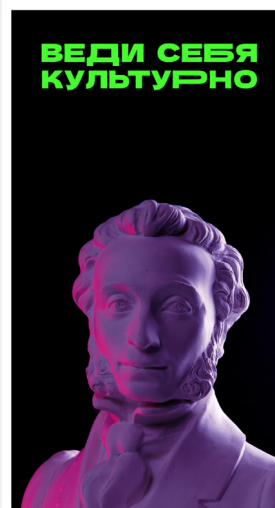
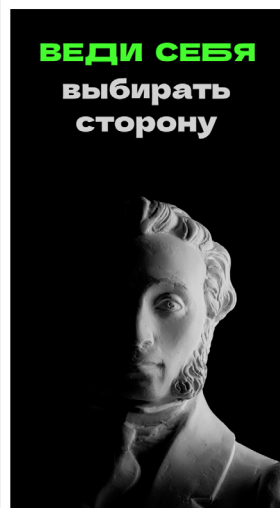
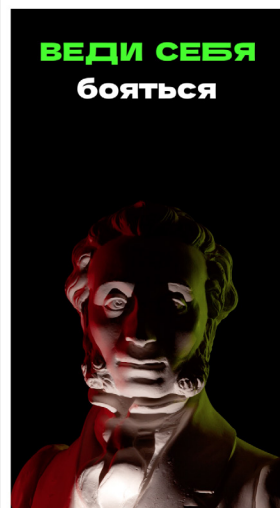
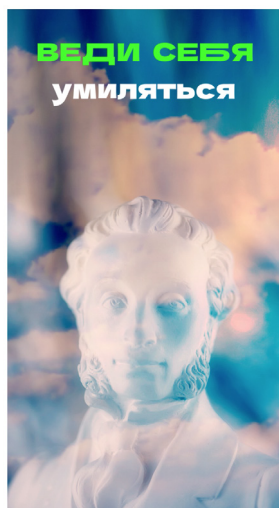
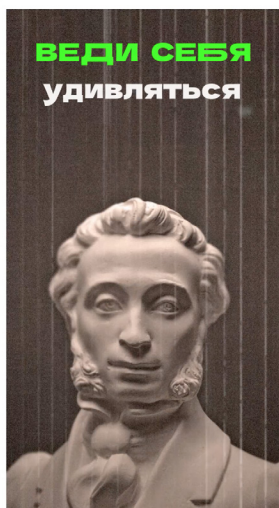
*Этот видеофайл находится на ftp вместе с остальными рабочими материалами. Доступ по запросу.*





## Дополнительные примеры коммуникации

На примере раскадровки баннера/карусели





## Возможности для творчества

Как и в первой части, руководство даёт значительную свободу для индивидуального подхода к дизайну и сообщениям.

Набор обязательных элементов оставляет возможность комбинировать и дополнять их, делая необходимый фокус, например на тональности или особенности фильма, киносети, кинотеатра.

*Тем не менее, любой нестандартный макет/ролик, где фигурирует «Пушкинская карта», необходимо отдельно утверждать в Министерстве Культуры РФ.*



**спасибо за внимание**

