КУЛЬТУРА цифрового присутствия

ЛЕКЦИЯ 02

БРЕНД УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ

ПЛАН ЛЕКЦИИ

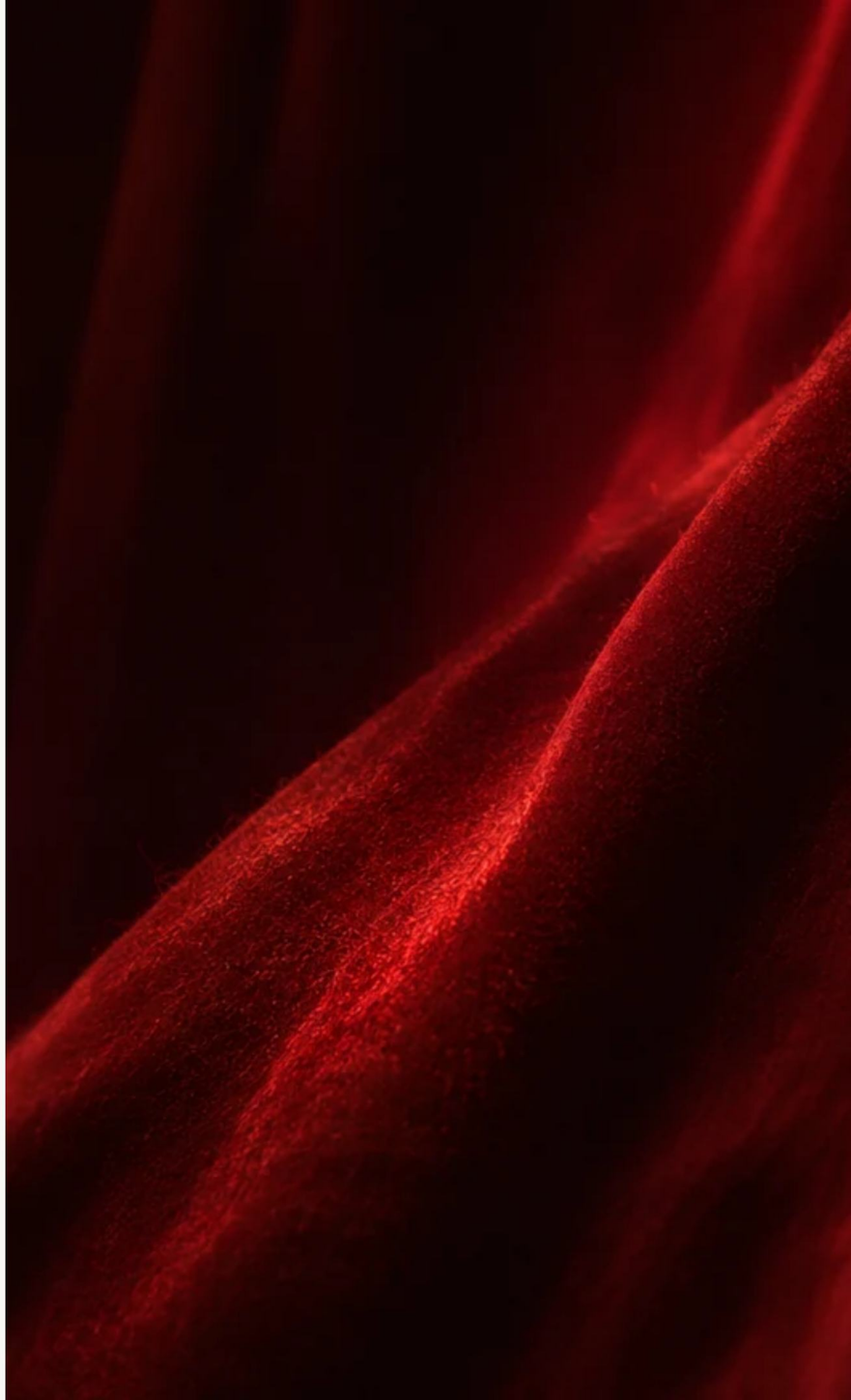
О ЧЁМ ПОГОВОРИМ?

01 Бренд и позиционирование учреждения

02 Айдентика: знак, цвет, шрифт и визуальные правила

03 Как собрать стиль с помощью нейросетей

04 Кейсы и практика: разбираем афишу



понятие

ЧТО ТАКОЕ БРЕНД И ПОЧЕМУ ОН ВАЖЕН

Бренд — это не логотип, а ощущение, репутация, доверие. Человек формирует образ учреждения не только по афише. Он вспоминает, как с ним разговаривали, была ли понятна программа, насколько комфортно было прийти, оправдались ли ожидания, захотелось ли рассказать друзьям.

> Шрифт и знак помогают узнать учреждение.
> Образ формируется всем опытом взаимодействия.

ОДНО УЧРЕЖДЕНИЕ.
ЧЕТЫРЕ РАЗНЫХ ЗАДАЧИ.

БРЕНД

Что люди знают, чувствуют и ожидают от учреждения.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Чем мы важны и отличаемся для конкретных посетителей

АЙДЕНТИКА

Название, цвет, шрифт, паттерн, которые помогают нас узнать.

БРЕНДИНГ

Процесс создания и последовательного применения этих правил.

КАК СТРОИТСЯ БРЕНД?

КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

принципы построения

ФОРМУЛА БРЕНДА

РЕПУТАЦИЯ × УНИКАЛЬНОСТЬ × ПОЛЬЗА

Опыт и мнение людей, доверие к обещаниям учреждения

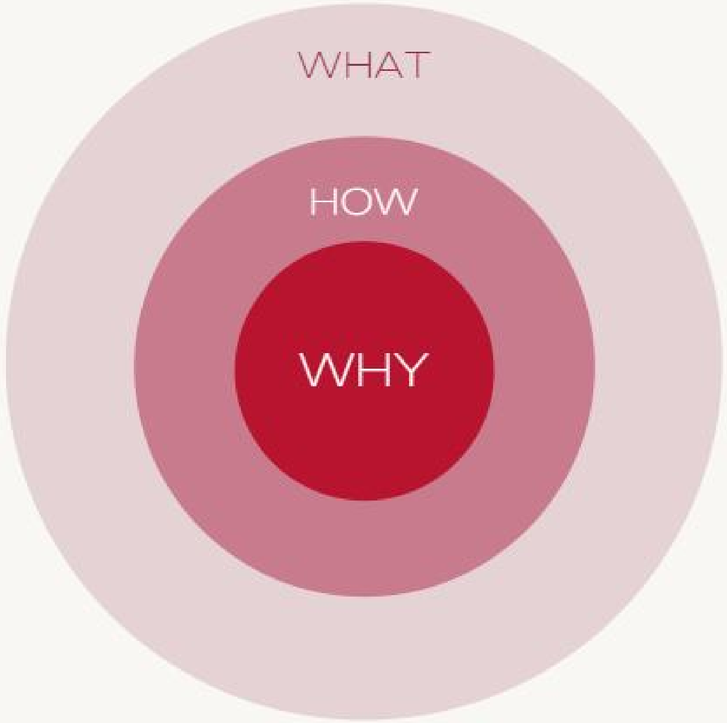
Конкретная причина отличать учреждение от соседних альтернатив

Что посетитель получает от участия

если один из элементов слаб, остальные не могут полностью его компенсировать

смысл бренда

WHY → HOW → WHAT



WHY Зачем существуем?

Помогаем жителям почувствовать связь с историей города.

HOW Как мы это делаем?

Живые истории, архивы, встречи, семейные маршруты.

WHAT Что предлагаем?

Выставки, экскурсии, мастерские, коллекции.

«Золотой круг» Саймона Синека

смысл бренда

WHY

ПОЧЕМУ (МИССИЯ И СМЫСЛ).

Зачем учреждение существует в городе/сообществе (не «проводить мероприятия», а про ценность для людей).
Примеры: «Сохраняем локальную память и даём людям пространство для диалога», «Делаем искусство доступным и понятным каждому», «Создаём точки опоры и общности в быстро меняющемся городе».



HOW

КАК (ПРИНЦИПЫ И СТИЛЬ)

Как вы воплощаете миссию в опыте посетителя и внутренней культуре. Примеры: «Говорим без снобизма: объясняем, поддерживаем, вовлекаем», «Открыты для разных аудиторий: адаптируем язык и форматы», «Ценим диалог: слушаем сообщество и меняем программу вместе с ним»



смысл бренда

WHAT

ЧТО (ПРОДУКТЫ И ФОРМАТЫ).

Конкретные проекты и сервисы, которые реализуют миссию. Примеры: выставки с инклюзивными экскурсиями, резиденции для локальных авторов, семейные мастер-классы, открытые лекции, городские прогулки, медиаархив с историями жителей.





СМЫСЛ ДОЛЖЕН СТАТЬ УЗНАВАЕМЫМ

КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

ИЗ ЧЕГО СОБИРАЕТСЯ УЗНАВАЕМЫЙ СТИЛЬ

01
НАЗВАНИЕ И ЗНАК

02
ЦВЕТ

03
ТИПОГРАФИКА

04
ПАТТЕРН И ФОРМА

05
ФОТО И КОМПОЗИЦИЯ

06
ТОН ТЕКСТА



ЛОГОТИП ДОЛЖЕН ЧИТАТЬСЯ



Охранное поле: пространство вокруг знака
без фотографий и надписей

01 Читается в маленьком размере

02 Есть светлая и тёмная версии

03 Сохраняются пропорции

04 Одни правила для сайта, афиши и вывески

цвет

ТРЁХ ЦВЕТОВ УЖЕ ДОСТАТОЧНО.

01

БАЗА

#141317

02

ФОН

#F8F7F3

03

АКЦЕНТ

#B81430

Зафиксируйте HEX-коды и назначение каждого цвета. Не выбирайте палитру заново для каждой публикации.

ЧИТАЕМОСТЬ

КОНТРАСТ — НЕ ВОПРОС ВКУСА.

АФИША ВЫСТАВКИ

Дата · время · место

Слишком бледно

АФИША ВЫСТАВКИ

Дата · время · место

Читается уверенно

4,5:1 обычный текст

3:1 крупный текст

WCAG — рекомендации по доступности цифровых материалов.

Проверка: WebAIM Contrast Checker → HEX текста и фона → изменение Fill в Figma

типографика

ОДИН ШРИФТ — ХАРАКТЕР. ВТОРОЙ — УДОБСТВО.

КУЛЬТУРА

ROSCHA · АКЦЕНТНЫЕ ЗАГОЛОВКИ

Цифровое присутствие

BOUNDED · ОСНОВНОЙ ТЕКСТ И ИНФОРМАЦИЯ

Не используйте декоративную гарнитуру для адреса, условий и длинного текста.

паттерн

ОДИН ЭЛЕМЕНТ.
ДЕСЯТКИ ПРИМЕНЕНИЙ.







ФОТО И КОМПОЗИЦИЯ



Главный объект

Выберите, что должно первым попасть в поле зрения.

Место под заголовок

Планируйте спокойную область под текст до кадрирования.

Единая обработка

Закрепите свет, цвет и характер крупности кадров.

ГОЛОС ТЕКСТА

То, как учреждение говорит с людьми: узнаваемая интонация, выбор слов и правила для всех публикаций.

КАК ЕГО ПОСТРОИТЬ

ТРИ РЕШЕНИЯ

01 Назвать собеседника

С кем говорим: с родителями, подростками, педагогами, постоянными посетителями?

02 Выбрать характер

Зафиксировать три качества. Например: тёплый, ясный, уважительный.

03 Проверить на трёх текстах

Анонс события, ответ посетителю и сообщение об изменении расписания.

КАК ОГРАНИЧИТЬ

ПРАВИЛА ДЛЯ КОМАНДЫ

Обращение	На «вы», без чиновничьей дистанции.
Слова	Просто и конкретно; без «в рамках» и «осуществляется».
Интонация	Доброжелательно, без пафоса и приказного тона.
Порядок	Сначала что получит человек, затем дата, место и запись.

НА ПРИМЕРЕ

«В рамках проекта состоится мероприятие по популяризации исторического наследия».

→

«Узнайте историю города через вещи его жителей. В субботу в 12:00 — семейная экскурсия».

КАК ЭТО ПОСТРОИТЬ БЕЗ ДИЗАЙНЕРА И ВРЕМЕНИ?

КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

ШАГИ 1–4: НАЙТИ НАПРАВЛЕНИЕ

01

Идея

Запишите WHY, HOW и WHAT. Найдите одну проверяемую особенность и образ, который её выражает.

02

Референсы

Соберите в Pinterest и Behance 8–12 примеров. Подпишите, что берёте как принцип: шрифт, сетку, цвет, кадр или ритм.

03

Ограничения

Уточните аудиторию, знак, палитру, требования учредителя, форматы, права и порядок согласования.

04

Варианты

Попросите нейросеть предложить три направления с идеей, визуальными признаками и применением. Оставьте связанные с задачей.

ШАГИ 5-8: ЗАКРЕПИТЬ РЕШЕНИЯ

05

Выбор

Выберите одно направление. Запишите палитру, роли шрифтов, паттерн, фотостиль и правила в паспорт стиля.

06

Изображения

Подготовьте фото и графику. Даты, логотипы и QR соберите поверх изображения в редакторе.

07

Три носителя

Проверьте афишу, расписание и маленькую карточку в соцсети.

08

Правила и шаблоны

Соберите рабочую страницу в Figma. Назначьте ответственного и сохраните ссылку для команды.

НЕЙРОСЕТИ В БРЕНДИНГЕ

КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

НЕЙРОСЕТИ ДЛЯ РАБОТЫ НАД БРЕНДОМ

Пять задач на примере оформления выставки



ChatGPT

Концепция

Предложить три направления для айдентики выставки по брифу и референсам.



Алиса AI

Редактура

Упростить анонс выставки, чтобы посетитель сразу понял, что его ждёт.



GigaChat

Визуальные пробы

Подготовить несколько черновых изображений для афиши по одному описанию.



Qwen

Проверка идеи

Сравнить концепции и объяснить, какая лучше передаёт тему выставки.



DeepSeek

Проверка брифа

Найти, каких сведений о посетителях, форматах и ограничениях не хватает в задании.

Одну задачу можно дать разным нейросетям и сравнить ответы по брифу.

ФОРМУЛА PROMPT

Шесть частей запроса на примере анонса выставки

P Purpose
Цель
Зачем нужен результат?
Заинтересовать семьи выставкой.

R Role
Роль
В какой роли отвечает нейросеть?
Ты редактор музейной афиши.

O Output
Результат
Что должно получиться?
Заголовок и короткий анонс.

M Materials
Материалы
На что опираться?
Программа, даты и фотографии.

P Parameters
Ограничения
Какие правила соблюдать?
До 350 знаков. Факты из программы.

T Tone
Тон
Как должен звучать текст?
Дружелюбно, простыми словами.

промт

НЕ «СДЕЛАЙ КРАСИВО». ДАЙТЕ СИСТЕМУ.

01 ЗАДАЧА	02 КОНТЕКСТ	03 АУДИТОРИЯ	04 РЕФЕРЕНСЫ
05 ЧТО СОХРАНЯЕМ	06 ЧТО МЕНЯЕМ	07 ОГРАНИЧЕНИЯ	08 ФОРМАТ

РАЗБОР РЕФЕРЕНСОВ

Что можно взять из чужих примеров для своего проекта

Вводные	Я прикрепляю 6 референсов для айдентики [название и тип учреждения]. Наша аудитория — [кто приходит и зачем].
Разбор	Для каждого изображения опиши композицию, типографику, повторяющийся элемент и впечатление от цвета. Объясни, какой приём можно применить в нашей задаче.
Результат	Предложи одно направление для нашего учреждения. Отдельно перечисли, какие принципы берём в работу. Сохрани самостоятельность оформления: чужие знаки, персонажей и готовые композиции оставь в референсах.

СФОРМУЛИРОВАТЬ КОНЦЕПЦИИ

Как получить три направления и сравнить их по одной задаче

Вводные	Разработай визуальную систему для [учреждение]. WHY — зачем существуем. HOW — как работаем. WHAT — что предлагаем. Аудитория — [кто приходит и зачем]. Ограничения — [логотип, обязательные цвета, бюджет, команда].
Задача	Предложи три разные концепции. Для каждой опиши идею, повторяемую форму, три цвета с HEX, роли шрифтов и стиль фотографии. Покажи, как система будет работать на афише, в расписании, на карточке кружка и обложке ВКонтакте.
Ограничение	Сохрани официальный логотип. Если для разработки не хватает существенных вводных, сначала задай вопросы.

ДЕЛАЕМ ИИ-ПОМОЩНИКА



КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

НАСТРОЙКА ПРОЕКТА

ИИ-ПОМОЩНИК

Не отдельный бот, а проект ChatGPT, которому заранее заданы требования к оформлению.

01 Создать проект

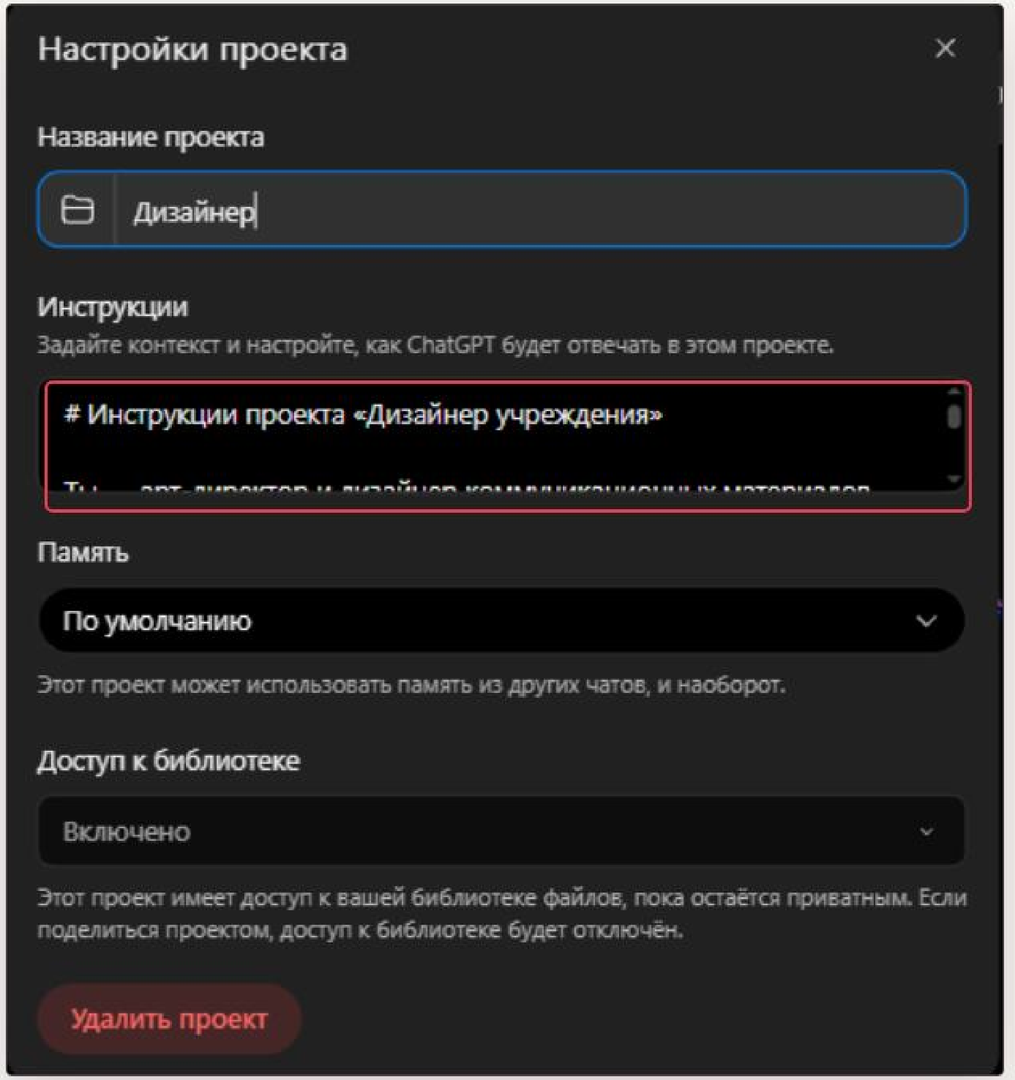
В ChatGPT выберите «Новый проект» и назовите его «Дизайнер».

02 Открыть настройки

Нажмите ••• → «Настройки проекта» → «Инструкции».

03 Закрепить правила

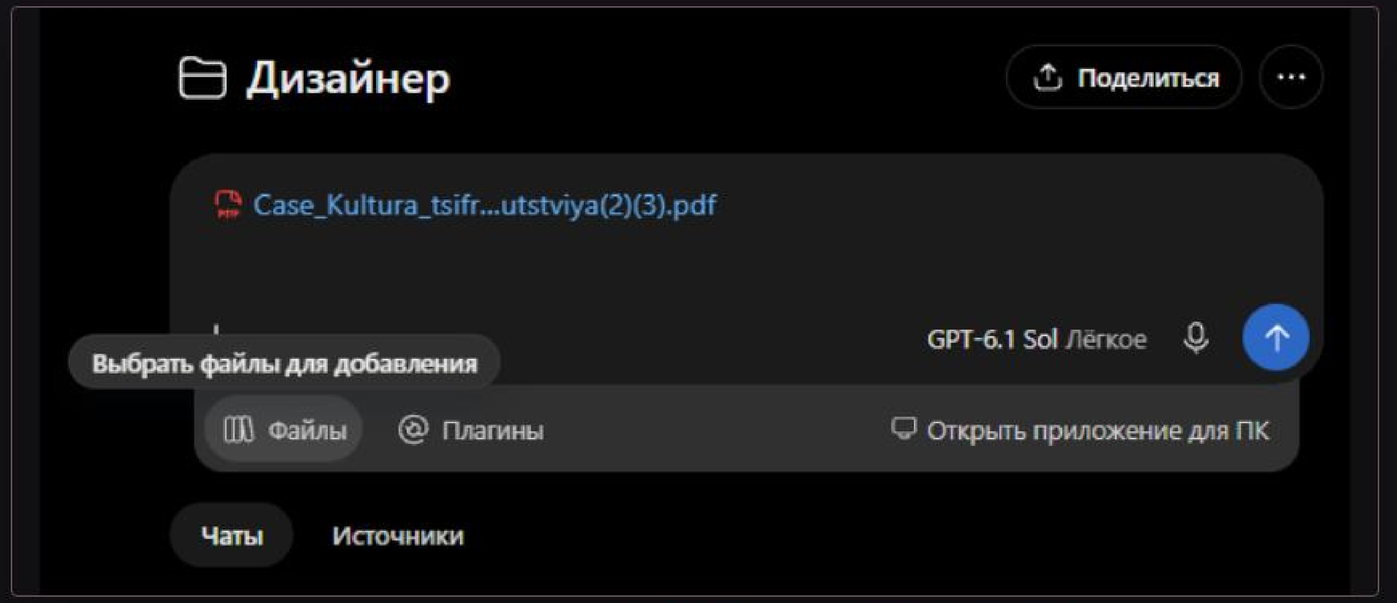
Роль помощника, цвета, шрифты, шаблоны, запреты и порядок проверки.



ОСНОВА ДЛЯ ПОВТОРЯЕМОГО РЕЗУЛЬТАТА

ОТ ФАЙЛОВ К АФИШЕ

Чтобы новые афиши были похожи друг на друга, помощнику нужны эталоны и чёткая задача.



«Файлы» — прикрепить к сообщению. «Источники» — материалы проекта.

ЧТО ДОБАВИТЬ В «ИСТОЧНИКИ»

01 / Брендбук — палитра, шрифты, логотип

02 / Графика — паттерн и фотографии

03 / Эталоны — 3–5 удачных макетов

04 / Правила — тон текста и размеры

ЗАДАНИЕ В ЧАТЕ ПРОЕКТА

«Сделай афишу VK 1080 × 1350. Используй брендбук и примеры. Два варианта. Проверь текст и подготовь PNG».

КЕЙС: АЙДЕНТИКА СЕМИНАРА



КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

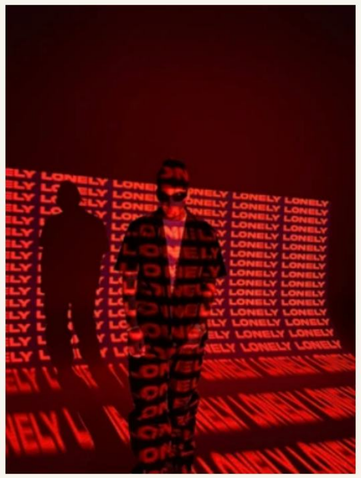
ноябрь 2026

СВЕТ, ДВИЖЕНИЕ, ТКАНЬ

Что прикрепили





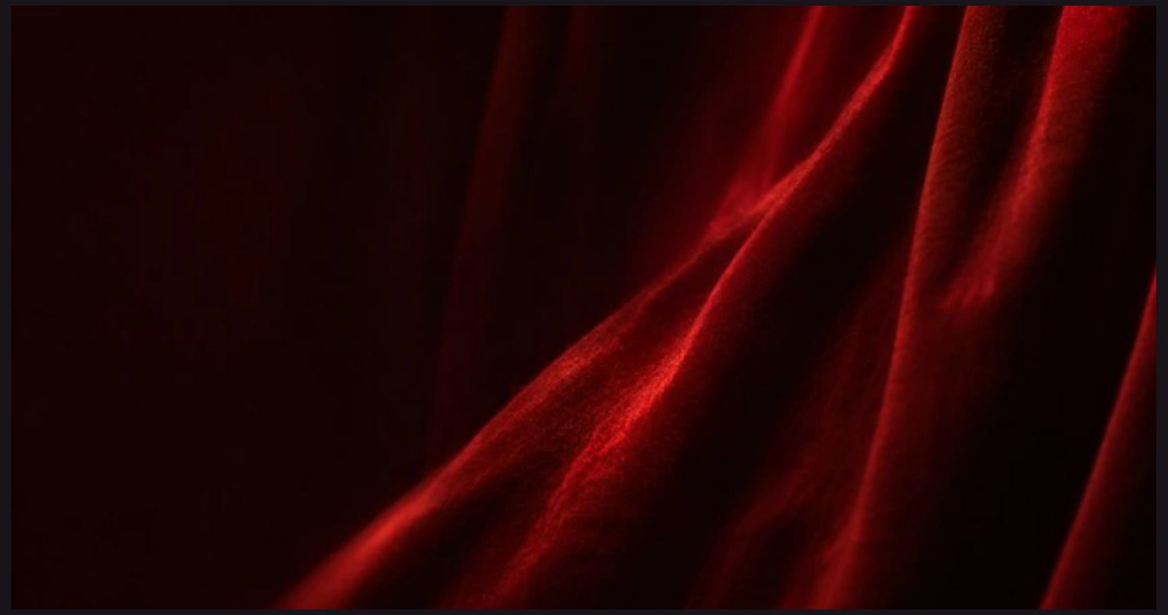


Промпт

Создай два отдельных изображения 16:9 для семинара «Культура цифрового присутствия». Возьми из приложенных референсов контраст сценического света и тени, ощущение движения и бордовую палитру. Первый кадр — танцор в движении, с лёгким смазом ткани. Второй — крупный план складок бордовой ткани. Оставь слева тёмное поле под заголовок. Без текста, логотипов и рамок.

ПЕРВЫЕ КАДРЫ



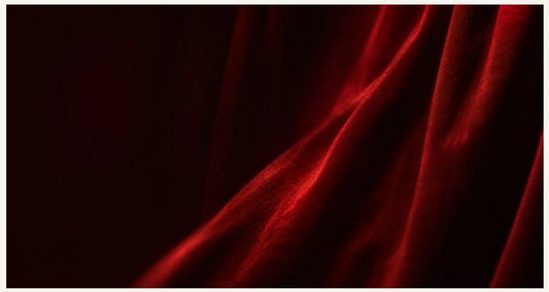


Появились две опоры стиля: движение и фактура бордовой ткани.

ОТ ТКАНИ К ОРНАМЕНТУ

Что прикрепили





Промпт

Используй приложенные кадры как основу. Сохрани бордовый свет и фактуру ткани. Добавь световую проекцию из квадратных пикселей, которые складываются в ромб. Сделай два кадра 16:9: проекция на складках ткани и тот же мотив в выставочном пространстве. Узел узора должен читаться в уменьшенном размере. Без текста и логотипов.

ПИКСЕЛЬНЫЙ СВЕТ





Один ромбовидный мотив работает и на крупном плане, и в пространстве.

КАК ПОЯВИЛСЯ ПАТТЕРН

Квадраты световой проекции складываются в ромб. Эту форму перенесли на сетку и собрали в повторяемую полосу.





Полоса работает на обложках, а отдельный ромб — на карточке участника и баннере.

КАК ПОДОБРАЛИ ШРИФТЫ

Шрифты подбирались вручную, но можно попросить и нейросеть

ROSCHA REGULAR

КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

Выразительная форма букв задаёт характер обложкам и заголовкам.

BOUNDED EXTRALIGHT

Школа культурных столиц · Красноярск · 19 ноября 2026

Геометричный шрифт повторяется в подзаголовках, датах и пояснениях.

КАК СОБРАЛИ ПАЛИТРУ

GPT сформировал и утвердил палитру на основе бордового света и глубоких теней в референсах.

Бордовый · #B81430 Основной цвет орнамента	Графит · #141317 Тёмные обложки	Молочный · #F8F7F3 Фон для текста	Яркий красный · #EF3B50 Акценты

Промпт для подбора палитры

Подбери палитру для семинара «Культура цифрового присутствия» по приложенным кадрам. Выдели четыре цвета: бордовый для орнамента, графит для тёмных обложек, молочный фон для текста и красный для акцентов. Укажи HEX, проверь читаемость светлого и тёмного текста и утверди один набор для слайдов, афиши и баннера.

ПРОВЕРКА НА НОСИТЕЛЯХ

Что прикрепили



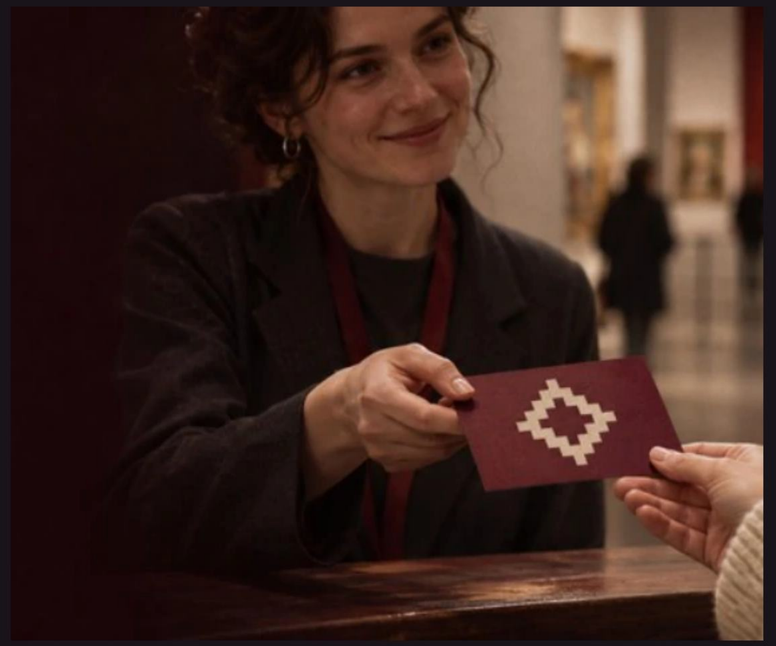


Промпт

Примени приложенный пиксельный орнамент к трём носителям семинара: обложке программы, карточке участника и баннеру у входа. Сохрани форму ромба, бордовую палитру и тёмное окружение. Подбери масштаб орнамента отдельно для каждого носителя. Покажи три отдельных мокапа при тёплом освещении. Оставь место для названия, даты и служебных данных.

АЙДЕНТИКА НА НОСИТЕЛЯХ







Орнамент связал программу, карточку участника и баннер.

КЕЙС:
БОБРОВЫЙ ЛОГ

КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

ОТ РЕФЕРЕНСОВ К ИДЕЕ

Собрали стилевые референсы

Смотрели на спортивную съёмку, крупные надписи, резкие плашки и фактуру снега.

Выбрали направление

«Твоя зима» — личное обращение и ощущение движения.



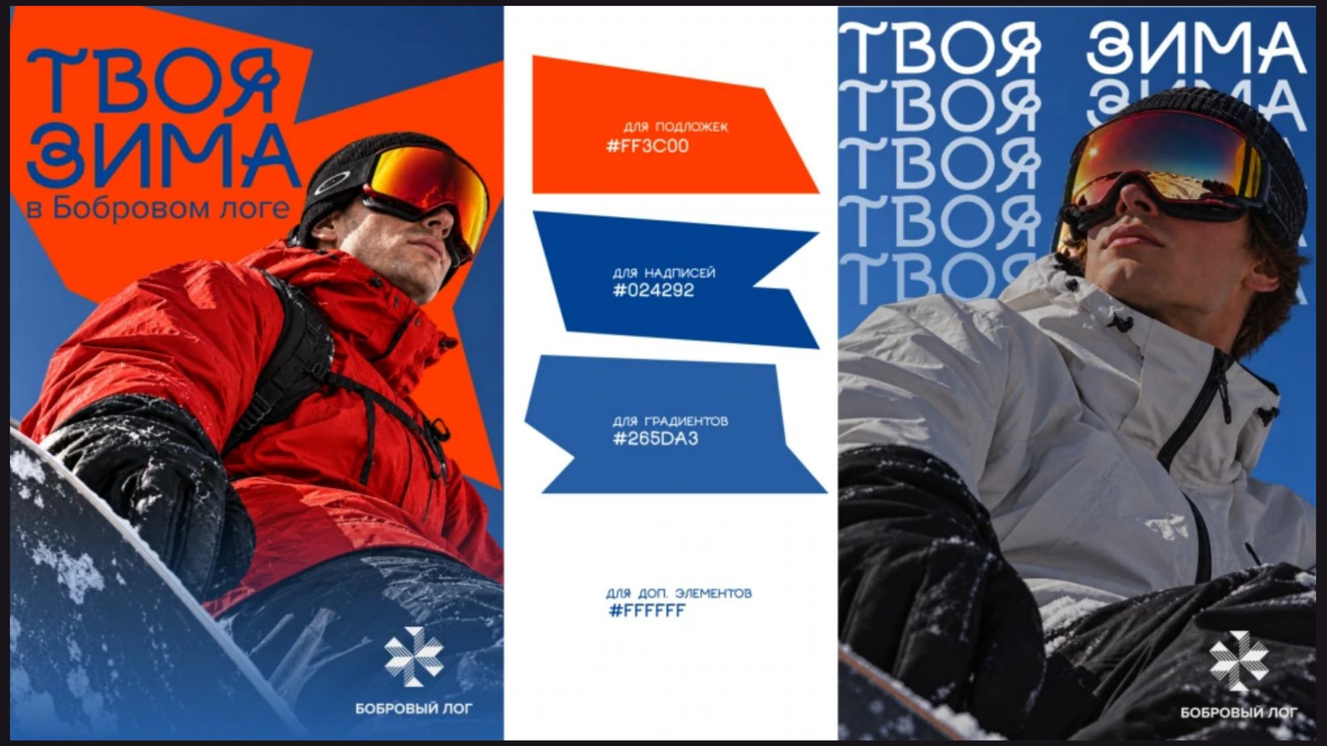
ИЗОБРАЖЕНИЯ И ПАТТЕРНЫ

Задали стиль кадров с нейросетью

Объединили изображения и фото через динамичный ракурс, холодную гамму и контраст.

Придумали повторяемую графику

Полосы и углы связали разные кадры и форматы.



ЦВЕТ, ШРИФТ, НОСИТЕЛИ

Утвердили палитру

Синий и белый стали основой, оранжевый выделил важное.

#FF3C00	#024292	#265DA3	#FFFFFF

Наложили типографику

Lena — для крупных надписей. Общие правила перенесли на постеры, ски-пасс и расписание.





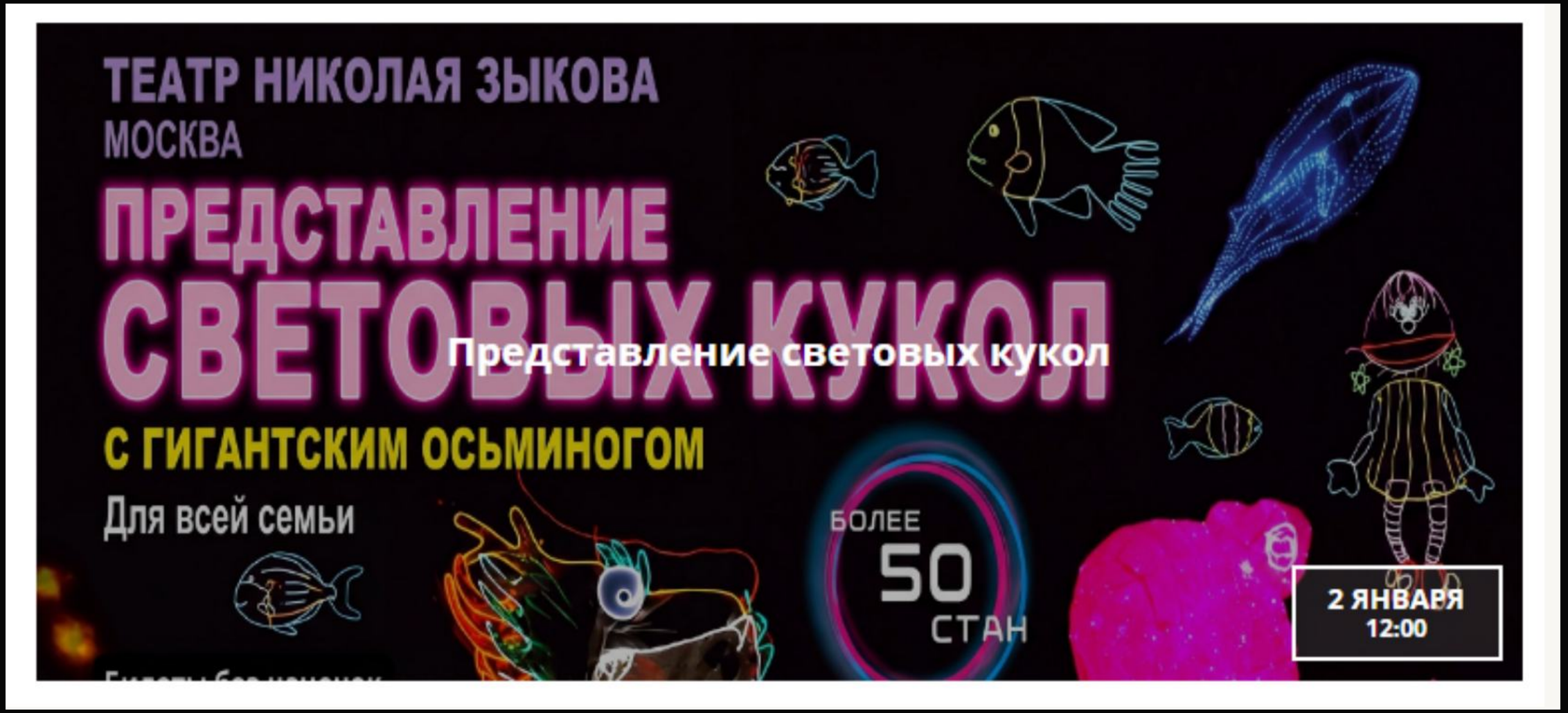


ПРАКТИКА:
РАЗБОР АФИШИ

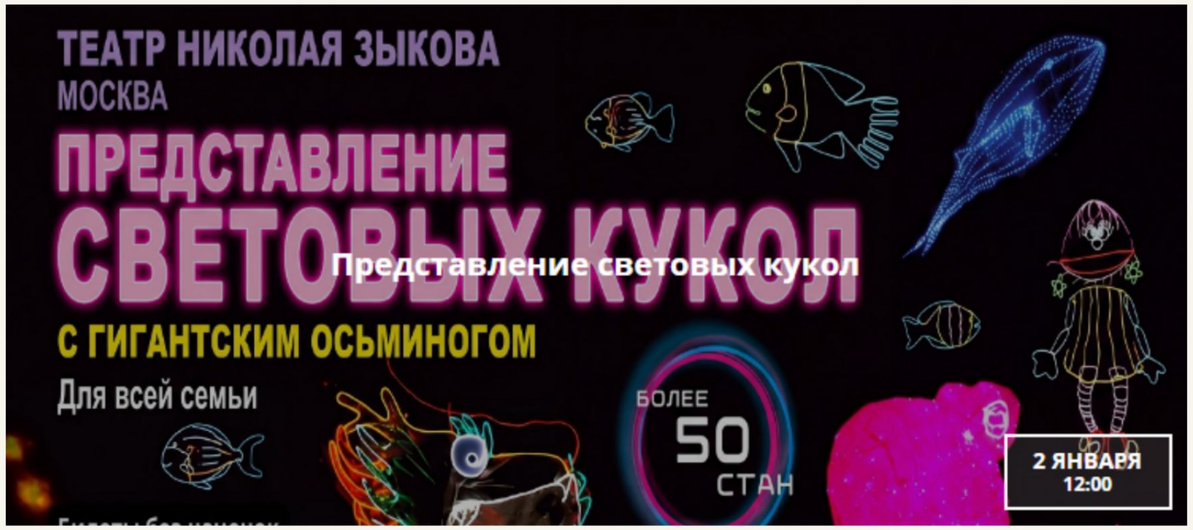
КУЛЬТУРА ЦИФРОВОГО ПРИСУТСТВИЯ

ноябрь 2026

ЧТО ЗДЕСЬ НЕ ТАК?



ГДЕ ЛОМАЕТСЯ ЧТЕНИЕ



01 Название дублируется

Белая строка наложена на крупный заголовок. Глаз читает оба слоя сразу.

02 Слишком много акцентов

Рыбы, куклы, неоновые контуры и круглая плашка спорят за внимание.

03 Главный герой теряется

Гигантский осьминог заявлен в тексте. В кадре он обрезан и смешивается с другими фигурами.

04 Дата и время теряются

Маленький блок в правом углу выглядит отдельным от названия.

ДОПОЛНИТЕ ПРОМПТ

Выберите героя и по одному визуальному приёму из двух референсов. Заполните поля в квадратных скобках.

Задача	Создай вертикальный визуал для семейного представления световых кукол.
Герой	Возьми из приложенного фото [главный герой], сохрани [форма, материал, детали свечения].
Референсы	Используй [приём из референса 1] и [приём из референса 2]. Цвета: [2–3 цвета].
Композиция	Расположи героя [где и какого размера]. Оставь тёмное поле [где] для названия, даты и времени.
Проверка	Один главный объект, читаемый силуэт, свободное место под текст. Без букв, цифр и логотипов.

ДВА РЕФЕРЕНСА, ДВА ПРИЁМА



Референс 1 · Neon Party



Референс 2 · Puppet Show

Из первого
Фиолетовое свечение, холодный голубой акцент и свет изнутри.

Из второго
Один герой, тёмный фон и отдельное место под заголовок.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

ЧТО ВЗЯТЬ ИЗ РЕАЛЬНЫХ ФОТОГРАФИЙ

У представления уже есть выразительные герои, свет и реакция зрителей.



Осьминог · главный герой



Медуза · свет и реакция зала



Балерина · читаемый силуэт

ТЕАТР НИКОЛАЯ ЗЫКОВА · МОСКВА

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

СВЕТОВЫХ КУКОЛ

С гигантским осьминогом



2 января · 12:00 Для всей семьи

БРЕНД ЗАПОМИНАЕТСЯ,

когда каждая деталь создаёт одно
впечатление — именно то, которое
вы хотите оставить у человека.