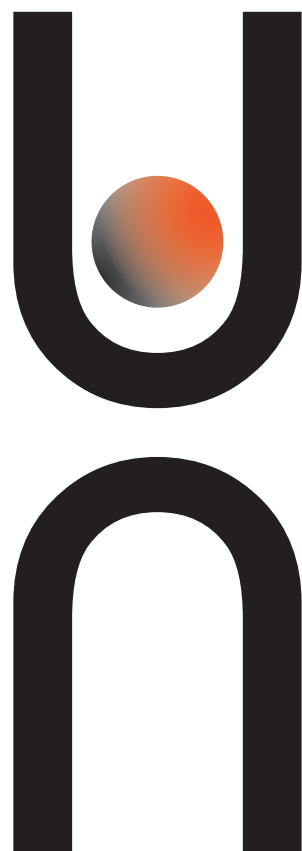




Grafisk Manual

VARUMÄRKET HUMANISTERNAS GRAFISKA MANUAL OCH BESTÄMMELSER

Ett varumärke bygger på igenkänning och kontinuitet i såväl grafisk inramning och uttryck som budskap. Hur väl ett varumärke, vare sig det är en produkt eller en intressegemenskap, uppfattas och förstås samt associeras med avsedda kärnvärden i sina målgrupper är ytterst ett resultat av hur uniformt, tydligt och entydigt det presenteras på utvalda arenor och sammanhang. Därför är det av avgörande betydelse att alla som i någon mening arbetar med Humanisternas information och trycksaks- eller annan grafisk produktion inom förbundet är väl insatta dels i varumärkesplattformens mål och direktiv samt utan undantag följer manualens bestämmelser.

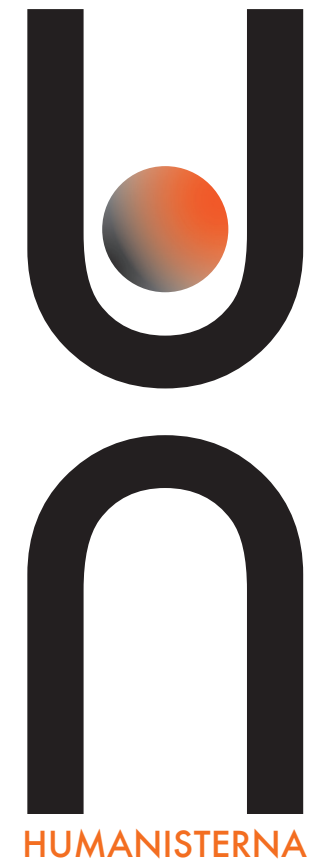
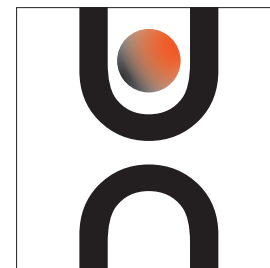
VARUMÄRKETS LOGOTYP OCH GRAFISKA PROFIL

Logotypen utgör det sammanhållande grafiska elementet i varumärkets grafiska design. Den ska finnas med i all kommunikation för att tydliggöra Humanisterna som avsändare. Logotypen består av två grundelement:

1) symbolen och 2) namnet. Samt därtill ett tredje element för den kompletta grafiska profilen: den illustrerade värdegrunden "Människor i frihet". En grå bård i basen utgör ett fjärde element i vår grafiska profil. Den adderas i alla sammanhang som tjänar på att ha ett stadgande element i botten. Se exempel i exempelsamlingen.



Följande positioner och kombinationer är tillåtna att återge logotypen i beroende på sammanhang och format. All text i kombination med symbolen utgår från en linje i dess underkant. Namnet Humanisterna får aldrig placeras på annan position i förhållande till symbolen än som visas här. (Alltså aldrig i symbolens midja.)



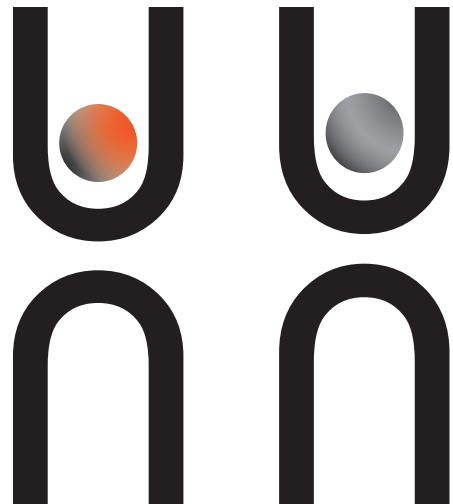
Vid arbete med logotypen, oberoende av sammanhang eller syfte, gäller att enbart de fasta original som finns att hämta i vår grafiska manual får användas. Proportionerna får inte manipuleras eller påverkas, ej heller får man gå in i logotypen och skriva till eller ändra i dess textelement.

Logotypen får således *inte* betraktas som ett dekorelement som kan placeras fritt i syfte att åstadkomma en grafisk effekt, för det syftet rekommenderas istället illustrationen "människoraden". Logotypen får inte heller försees med ramar, linjer eller andra utsmyckningar och inte heller placeras i bårder eller plattor av olika slag.

Ett dekorelement är däremot den grå bården som i vissa sammanhang ska användas i basen för att skapa en känsla av stadga och harmoni.

LOGOTYPENS FÄRGER

Vår logotyp består i grunden av fyra färger (figurens huvud är en gradient i fyrfärg samt namnet i orange) vilket gör att vi i normalfallet arbetar med fyrfärg. I svartvita miljöer bör logotypen i gråtoner användas.



HUMANISTERNA

c 0 m 70 y 100 k 0

HUMANISTERNA

c 0 m 0 y 0 k 70



c 0 m 0 y 0 k 30

Logotypen i gråskala

I alla sammanhang, såväl digitala som papper och textil, där det endast är möjligt med svart/vitt ska den särskilda svart/vita logotypen användas. Observera att "huvudet" aldrig får återges som en massiv svart prick utan den särskilt framtagna logotypen med huvud i tonad gråskala skall användas.

Logotypen på färgad bakgrund

Vår logotyp gynnas inte av att återges på färgad bakgrund vilket därmed ska undvikas. Där det inte kan undvikas, välj företrädesvis en bakgrund i ljus ton alternativt använd logotypen i gråskala. I mycket mörka bakgrunder ska logotypen återges negativt.

LOGOTYPENS PLACERING OCH MINSTA ACCEPTABLA FORMAT

Vår logotyp ska finnas med på alla kommunikationsattribut och forum, såväl digitala som trycksaker, profilprodukter och annat som används för att i olika sammanhang presentera varumärket Humanisterna. Det yttersta syftet ska alltid vara att framstå på ett så tydligt sätt att

- 1) redan medlemmar känner sig stärkta i sitt val
- 2) ännu inte medlemmar känner sig attraherade och välkomnade i ett medlemskap.

Logotypen ska ges en sådan placering och position att det aldrig är någon tvekan om vem avsändaren är och så att den framträder tydligt och fördelaktigt i förhållande till sin omgivning. Det får aldrig råda oklarhet om logotypen som avsändarmarkör.

Lämplig storlek är ytterst en effekt av vilket papper det aktuella trycket ska göras på, tidningspapper kräver särskild eftertanke. Grundregeln är givetvis att logotypen ska återges i sådan storlek som i det aktuella sammanhanget krävs för att dess text ska framgå klart och tydligt. Minsta lämpliga breddmått är 50 millimeter. Minsta läsbara är 33 millimeter.



FRIZON

En frizon är till för att skapa ett fritt utrymme runt logotypen, ett sätt att försäkra sig om att den alltid exponeras i en lugn och ren grafisk miljö. På alla sidor runt vår logotyp ska frizonen utgöras av ett tomt utrymme motsvarande minst tio procent av logotypens storlek i det aktuella sammanhanget.

VARUMÄRKETS TYPOGRAFI

Typsnittets utseende understryker textens och den grafiska profilens karaktär och får inte ändras eller bytas ut i något sammanhang. Det typsnitt som ingår i vår grafiska profil har i första hand uppgiften att understryka det rena och enkla uttrycket i profilen.

Logotypens typsnitt är Futura ND Medium (Neufville). Futura är därmed vårt "hustypsnitt" som vi använder i alla grafiska sammanhang. I digitala sammanhang samt i alla administrativa dokument går det bra att istället använda Arial. Som tumregel kan rubriker sättas med Futura i versaler, och brödtext med antingen Futura eller Arial. Logotypen "HUMANISTERNA" ska dock alltid vara i Futura.

VARUMÄRKETS ACCIDENSER (KONTORSTRYCKSAKER)

Grunden för vår grafiska profil skapar och underhåller vi genom våra kontorstrycksaker: brevpapper, kuvert och visitkort samt ppt-mall. Det är viktigt att våra kontorstrycksaker alltid ser likadana ut och att trycket håller jämna och korrekta färger.



Framsida visitkort

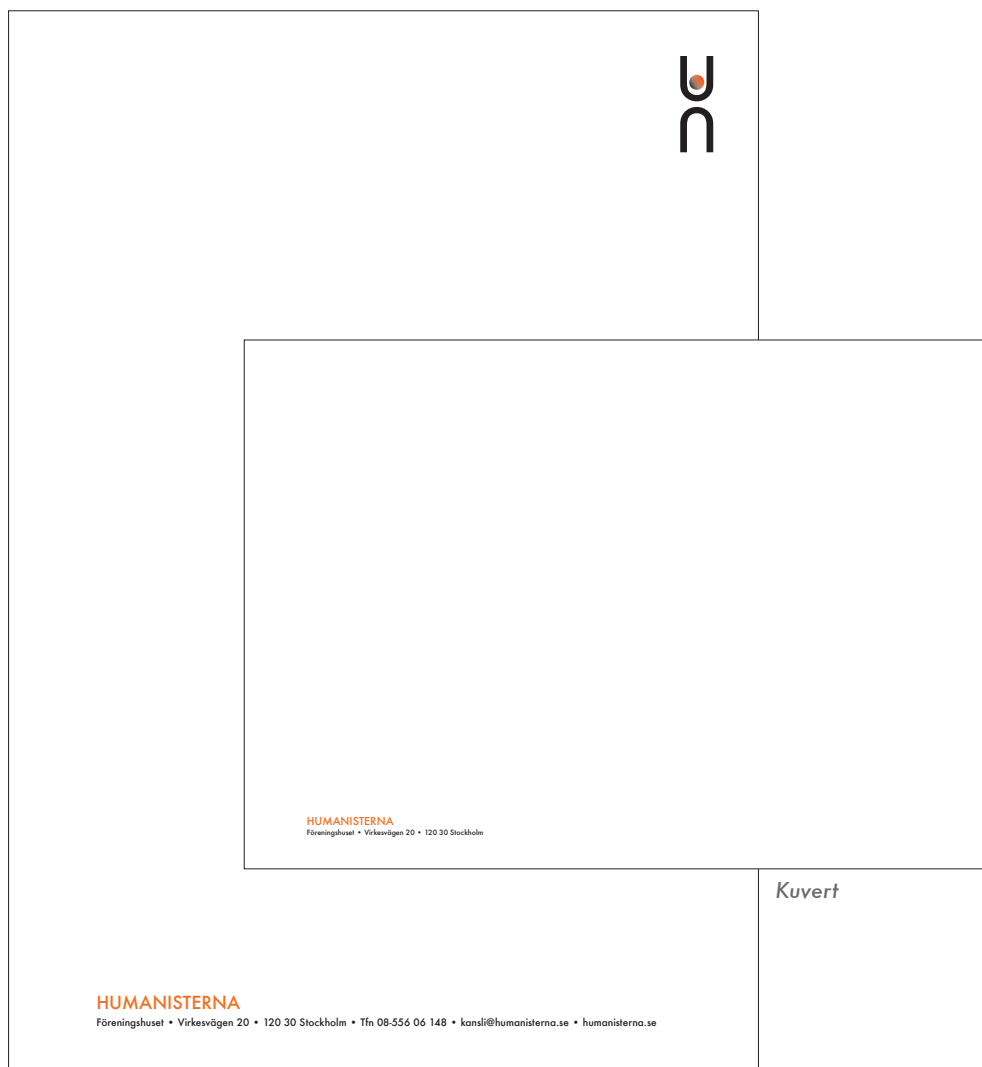


Baksida visitkort med och utan kärnvärdestext

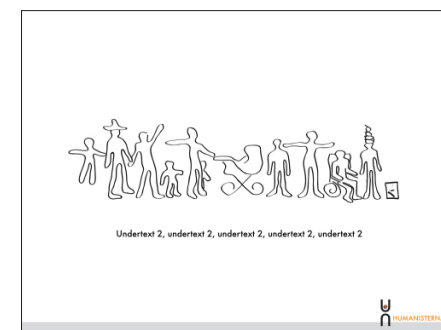


OBS!

Värdegrundsillustrationen kan användas i kombination med ett kort värdegrundsbudskap eller med endast en linje under.



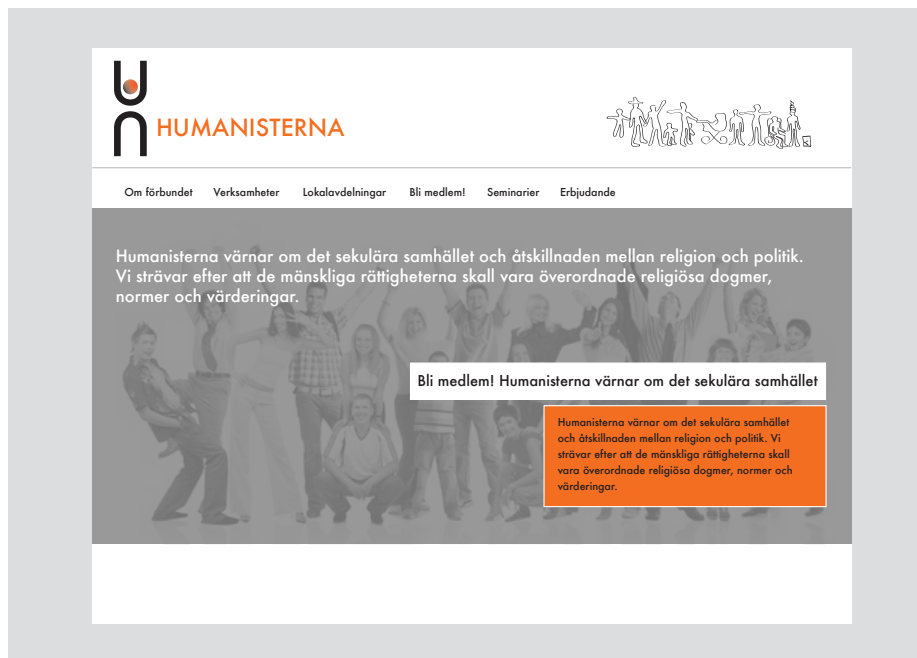
Brevpapper



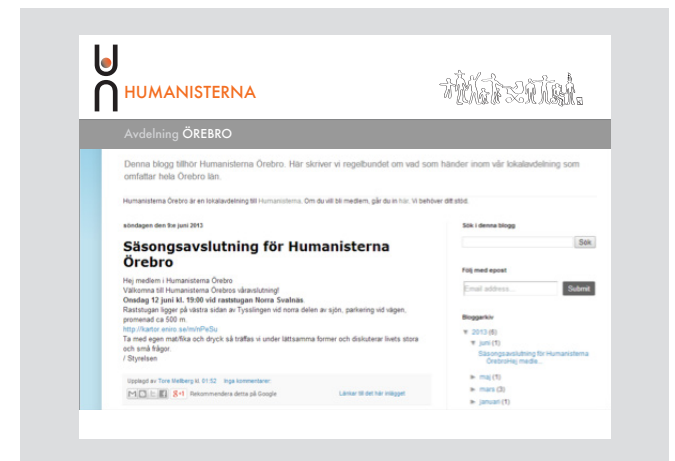
PPT-mall

VARUMÄRKETS HEMSIDA - EXEMPEL

Hemsidan är en av varumärket Humanisternas huvudkanaler för såväl information som kommunikation, och därmed en central bärare av varumärkets grafiska profil. Det yttersta målet med hemsidan är att förbundets kärnvärden, människosyn och världsbild ska framstå så tydligt och intresseväckande att det blir självklart för alla som delar våra värderingar att enrollera sig som medlem!



Huvud hemsidan



Avdelning

PAPPER OCH PAPPERSKVALITETER

Förutom att vara miljövänligt ska de papperssorter vi använder understödja varumärkets estetiska uttryck: värme, vänlighet, stil. Valet av papper och kvaliteten på bildtryck inte minst hänger nära samman: ju jämnare pappersyta desto större möjlighet till detaljrikt och originallikt bildtryck. Grundregeln för pappersval är mattbestruket papper av god kvalitet.

LOGOTYPENS UPPHOVSRÄTTSHAVARE

Symbolen: Dan Jonsson, grafisk formgivare och fd professor på Konstfack, Stockholm

Värdegrundsillustrationen: Camilla Eriksson, grafisk formgivare och konstnär, Malmö

Grafiska profilen som helhet: Guideline Varumärkesbyggarna ab/Camilla Eriksson, Malmö

EXEMPEL PÅ TILLÄMPNINGAR INOM VARUMÄRKETS GRAFISKA PROFIL



Humanisterna värnar om det sekulära samhället och åtskillnaden mellan religion och politik.



Anna Bergström, doktor i
Internationell hälsa

I alla samhällen förekommer förtryck och exploatering av kvinnor. Inte sällan sanktionerad av statens ledning. Om vi ska lyckas skapa en jämställd värld är det viktigt att stärka de humanistiska krafterna.

Därför är jag medlem i Humanisterna!



HUMANISTERNA
Bli medlem! humanisterna.se

Annons med och utan värdegrund, 198x100 mm



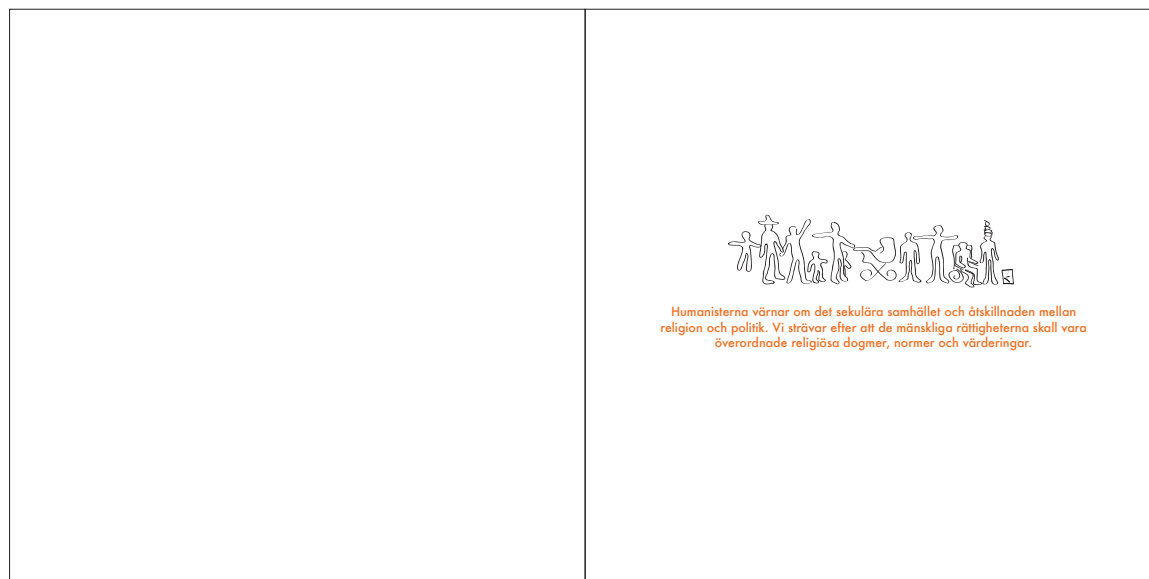
Anna Bergström, doktor i
Internationell hälsa

I alla samhällen förekommer förtryck och exploatering av kvinnor. Inte sällan sanktionerad av statens ledning. Om vi ska lyckas skapa en jämställd värld är det viktigt att stärka de humanistiska krafterna.

Därför är jag medlem i Humanisterna!



HUMANISTERNA
Bli medlem! humanisterna.se



Profileringsbroschyr fram- och baksida samt inlaga 1. 180x180 mm



Etikett



Avsändare mail



Broschyr fram- och baksida A4-format



Humanisterna värnar om det sekulära samhället och åtskillnaden mellan religion och politik. Vi strävar efter att de mänskliga rättigheterna skall vara överordnade religiösa dogmer, normer och värderingar.



HUMANISTERNA

Bli medlem! humanisterna.se



HUMANISTERNA

Bli medlem! humanisterna.se

Roll-up 70x180 cm



HUMANISTERNA

Bli medlem! humanisterna.se



Humanisterna värnar om det sekulära samhället och åtskillnaden mellan religion och politik. Vi strävar efter att de mänskliga rättigheterna skall vara överordnade religiösa dogmer, normer och värderingar.



HUMANISTERNA

Bli medlem! humanisterna.se

Affisch A3

SEMINARIUM

Tro, vetande och humanism i vår tid

Christer Sturmark
Ordförande i förbundet Humanisterna

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed ac volutpat magna, nec tristique arcu. Quisque nec sem magna. Nunc tempor mattis gravida. Suspendisse potenti. In a pellentesque ipsum. Sed ac mauris a lacus interdum auctor sed sed justo. Pellentesque sed porttitor augue.

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Vivamus urna mi, eleifend nec est ut, sodales tincidunt sem. Praesent accumsan fermentum lectus ac tempor.

Onsdagen den 6 november kl 18.00

Spolertorps hörsal, Spolegatan 1R, Lund
(straxt norr om Lunds centralstation)

Inträde: 60kr

 **HUMANISTERNA**
Bli medlem! humanisterna.se



Humanismen

En förnuftig livssyn
med människan och människovärdet
i centrum

 **HUMANISTERNA**
Bli medlem!
humanisterna.se



Är du humanist?

- Anser du att det inte går att leva ett etiskt och meningsfullt liv utan religiös tro och nyandlighet?
- Anser du att förnuft och vetenskapliga metoder är det bästa sättet att nå kunskap om världen vi lever i?
- Anser du att religion och politik ska skiljas åt och att samhället ska garantera mänskliga rättigheter åt alla?
- Anser du att konsten, musiken och naturen kan ge oss andliga upplevelser som inte hänför sig till något religiöst sammanhang?
- Anser du att naturliga förklaringar är bättre än övernaturliga?

Om du svarar ja på dessa frågor är du antagligen en av många miljoner humanister runt om i världen som lever meningsfulla liv baserade på förnuft, omtanke och eget ansvar i en naturlig värld.

Humanisterna syd anordnar föreläsningar, debatter, skolbesök och mycket mera. Om du vill stödja Humanisterna, bli medlem på humanisterna.se

 **HUMANISTERNA**
Bli medlem! humanisterna.se

ENKLA RÅD OCH TIPS TILL DIG SOM PRODUCERAR INFORMATION I HUMANISTERNAS NAMN

Väck nyfikenhet!

Skapa intresse genom spännande rubriker och tydliga talande bilder. En inledande sammanfattning av innehållet (ingress) ger ofta en bra överblick för läsaren och lockar till vidare läsning.

Mellanrubriker

Viktiga delar av alla slags texter som gör det lättare att strukturera texten och underlättar för läsaren att hitta i texten.

Använd ett enkelt språk

Krångla inte till det! Använd ett rakt och enkelt språk utan svåra ord eller begrepp. Om det ändå behövs: förklara vad de betyder. Undvik långa kompakta texter. Dela upp långa stycken i flera kortare. Bryt ut en del av innehållet och skapa t ex en faktaruta med en egen rubrik. Använd inte för långa rader - de kan bli svårlästa.

Tänk på att luft är viktigt för att ögat ska få läsa och känna harmoni med den text det just läser. Håll ordentliga marginaler såväl i sidorna som upp- och nertill på sidan, jobba med avgränsade spalter med tillräckligt mycket luft emellan. I trycksaker är ofta en jämn högermarginal att föredra av estetiska skäl, se bara till att spärningen av texten varken ger för stora eller för små mellanrum inom raderna.

Undvik text i tonplattor och bilder

Undvik negativ text (dvs vit text mot mörkare bakgrund) i längre texter.

Undvik att skriva text i bilder

Det blir ofta svårläst om inte kontrasten är tillräckligt stor och gör ofta orättvisa åt både texten och bilden. Skriv intressanta bildtexter. Den läses ofta först av allt på en sida. Använd bildtexten till att lyfta fram något extra viktigt eller intressant istället för att bara beskriva bilden, den ser ju betraktaren själv.