

Grafisk manual

Folkuniversitetet

April 2022



Innehåll

Inledning	3
Logotyp	4
Färgpalett	12
Typografi	14
Grafiska element	17
Bildspråk	20
Kontorsmaterial	24
Trycksaker	29

Inledning

Folkuniversitetet har sedan starten arbetat för att sprida kunskap. Vi är djupt engagerade i lärande, och vill att så många som möjligt ska få en chans att förverkliga sig själva genom våra studiecirklar, kurser, föreläsningar, kulturarrangemang och utbildningar. En viktig del av att nå så många som möjligt är att kommunicera vårt varumärke på ett tydligt och sammanhållet sätt.

Eftersom vi är en stor organisation, med ett flertal olika verksamheter, blir det extra viktigt att vi följer den grafiska manualen och att vi är tydliga och konsekventa i vårt grafiska uttryck, oavsett om det gäller tryckt eller digitalt material.

Vårt varumärke

Ett varumärke är ett namn, en symbol eller ett tecken som används för att identifiera produkter eller tjänster – i vårt fall Folkuniversitetet. Den här grafiska manualen behandlar allt visuellt kring Folkuniversitetets varumärke.

Logotyp

Vår logotyp består av en sköld med tre vågor, tillsammans med namnet Folkuniversitetet, skrivet i typsnittet Gill Sans. Grunden till Folkuniversitetets symbol är ett U som i universitet. De tre våglik linjerna symboliserar intellekt i rörelse. Logotypen skapades 1987 av formgivaren Gary Newman och inregistrerades som varumärke 1992.

Om den grafiska manualen

Den grafiska manualen beskriver och visar hur vår grafiska profil ser ut. Den förklarar också hur den grafiska profilen är uppbyggd. Viktigast av allt är att den innehåller regler, anvisningar och praktiska tips för hur de grafiska komponenterna ska användas – som en byggsats för all vår kommunikation.

Allt tryckt och digitalt material som tas fram för Folkuniversitetet och våra stiftelser ska produceras i enlighet med reglerna och anvisningarna i den grafiska manualen. Den är framtagen för att göra det möjligt för våra olika regioner och verksamheter att effektivt ta fram sitt eget material för kommunikation. På så sätt hjälps vi tillsammans åt att stärka Folkuniversitetets varumärke.

Genom att ha ett gemensamt formspråk:

- Stärker vi känslan av Folkuniversitetet som ett enhetligt, tydligt och kvalitativt varumärke.
- Ökar vi Folkuniversitetets trovärdighet.
- Ger vi omvärlden en tydlig bild av vilka vi är och vad vi står för.
- Ökar vi kännedomen om och preferensen för Folkuniversitetet.

Har du frågor om den grafiska profilen?

Kontakta förbundskansliet på telefon 08-679 29 50
eller e-post info@folkuniversitetet.se

Om den grafiska manualen

Den grafiska manualen beskriver och visar hur vår grafiska profil ser ut. Den förklarar också hur den Logotypen är en viktig del av vårt varumärke och ska förmedla bilden av Folkuniversitetet. Den är förvårt varumärke vad ett ansikte är för en människas personlighet: bara en liten del, men samtidigt vårt absolut främsta kännetecken. Det är ytterst viktigt att vår logotyp är korrekt placerad, inte förvanskas och att den finns med på allt kommunikativt material som har Folkuniversitetet som avsändare. Vår logotyp består alltid av sköld + namn. Vid vissa digitala produktioner kan enbart skölden användas. Se vidare sid 43.

Logotyp

Sköld + namn

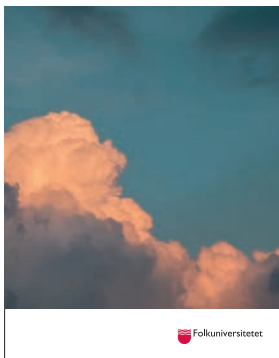
Bilderna nedan illustrerar hur logotypen kan användas i olika storlekar.





För att ytterligare framhäva identiteten ska det alltid finnas ett fritt utrymme runt logotypen. En frizon motsvarande versalhöjden i bokstaven F i logotypen ska eftersträvas. Ingen text eller andra grafiska element får placeras innanför denna frizon. Undantaget från denna regel är när logotypen kombineras med "Kursverksamheten vid Stockholms/Uppsala/Göteborgs/Lunds/Umeå universitet". Denna frizon är ett minimum – ju mer luft kring logotypen, desto tydligare avsändare. Dock finns det gränser: logotypen måste vara inom blickfånget.

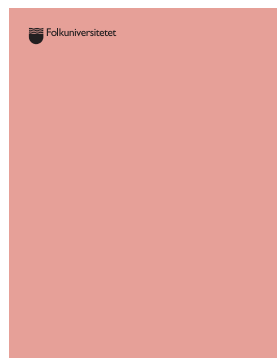
Logotyp Placeringar



A.



B.



C.

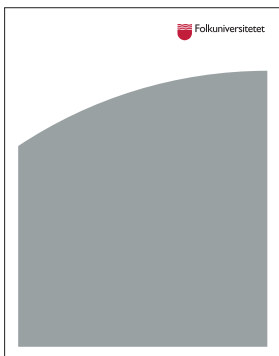
Logotypens placering och storlek måste anpassas efter utseendet på en annons eller omslaget till en broschyr. Det är lämpligast att placera logotypen längst ned till höger eller längst upp till vänster på ytan.

A. Primärt när vi har ett fritt område nertill.

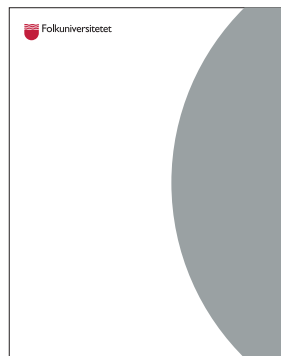
B. Primärt när vi har utfallande bild och bilden är som renast upp till höger.

C. Primärt vid färgplattor eller rena ytor.

D–G. Rekommenderad placering i relation till olika beskärningar av sköldens båge ("Grafiska element", se s. 17).



D.



E.



F.



G.

Röd sköld, svart typografi (grundform)



Logotypen förekommer i färg och som svart eller vit. I grundformen, som ska användas i mesta möjliga mån, är skölden röd och texten svart. Logotypen kan också vara helt röd (enfärgad) eller svart (positiv).

Röd logotyp används endast vid tryck som innehåller mindre än fyra färger (4-färgstryck).

Svart logotyp (positiv) används vid placering på bilder med ljusare inslag eller på ljusare färgplattor.

Om bakgrunden så kräver används logotypen även i vitt (negativ). Exempel på detta är när vi placerar logotypen över en bild med mörka inslag eller färgplattor med mörkare toner.

Dekorfärg: Pantone 200

4-färg: C: 0% M: 100% Y: 65% K: 10%

Webb: R: 165 G: 9 B: 50

Röd logotyp (enfärgad)



Svart logotyp (positiv)



Vit logotyp (negativ)



Folkuniversitetets varumärkeshierarki beskriver hur våra olika undervarumärken och produktnamn ska hanteras i vår marknadskommunikation – med hänsyn till antalet varumärken, deras roller och relationer sinsemellan. Av tradition arbetar Folkuniversitetet med modervarumärke (master brand)

och undervarumärken (sub brands). Inom marknadsstrategi beskrivs detta som "Branded House". Med detta menas att modervarumärket är dominerande i kommunikationen och att undervarumärken underordnar sig.

Logotyp
Modervarumärken

Om logotypen – skölden och namnet – används ensam betecknar den hela organisationen. Logotypen kan även representera Folkuniversitetets lokala enheter, till exempel lokalkontor, skolor eller andra verksamheter. Logotypen kompletterad

med "Kursverksamheten vid Stockholms/Uppsala/Göteborgs/Lunds/Umeå universitet" används för att beteckna den regionala organisationen. Dessa logotyper (sköld + namn) är bilder och får ej ändras.

Modervarumärken
De olika kursverksamheterna



Folkuniversitetet

Kursverksamheten vid Göteborgs universitet



Folkuniversitetet

Kursverksamheten vid Uppsala universitet



Folkuniversitetet

Kursverksamheten vid Stockholms universitet



Folkuniversitetet

Kursverksamheten vid Lunds universitet



Folkuniversitetet

Kursverksamheten vid Umeå universitet

Regioner kan marknadsföra undervarumärken/produktnamn (skolor, akademier) under eget namn för att addera och modifiera associationer och personligheter som kan vara relevanta för deltagarna eller vid övertagande av annan verksamhet där varumärket redan är inarbetat i en viss målgrupp.

Vid framtagandet av nya undervarumärken och produktnamn måste följande kriterier uppfyllas.

Varumärket/produktnamnet ska kunna:

a) Stå på egna ben (leva på egna meriter) avseende sin "egen" marknadskommunikation. Här avses egen finansiering, unik målgrupp, unikt erbjudande eller koncept.

b) Erbjuda en egen varumärkesidentitet på en egen definierbar marknad.

c) Strategiskt utveckla sin marknad och marknadsföring kontinuerligt under lång tid.

d) Innebära ett stöd för Folkuniversitetets gemensamma varumärkesbyggande.

Förutom att uppfylla ovanstående kriterier måste varumärket/produktnamnet även godkännas av marknadsansvarig för respektive stiftelse som i sin tur måste få godkännande och skriftligt medgivande från aktuell stiftelserektor.

Användning av undervarumärken/produktnamn

1) När ett undervarumärke/produktnamn används ska det i de medier och format där det är möjligt klart framgå att det är en del av Folkuniversitetet. Antingen ska det stå i löpande text att verksamheten är en del av Folkuniversitetet tillsammans med Folkuniversitetets logotyp (sköld+namn) eller så ska endast Folkuniversitetets logotyp användas.

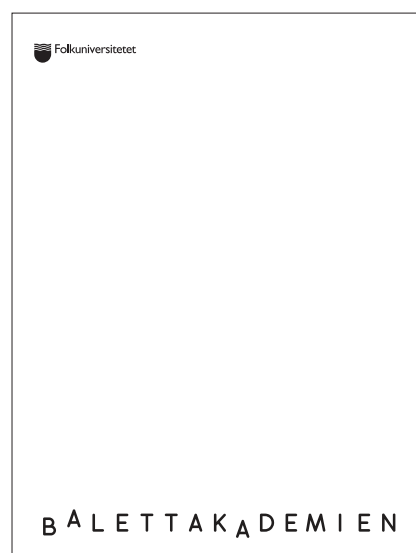
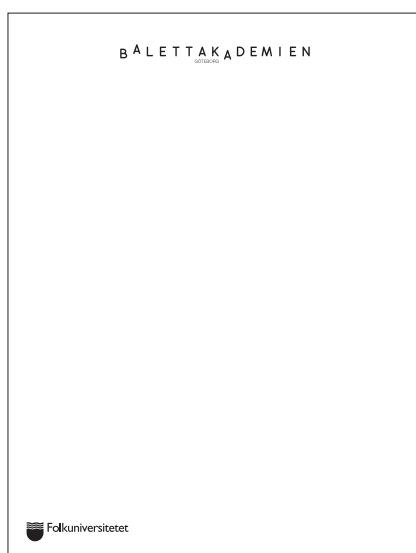
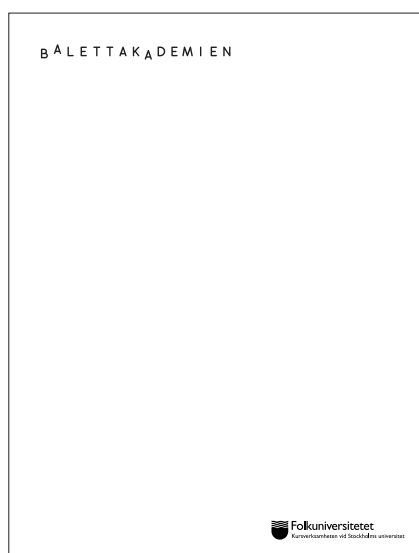
2) Undervarumärken får bestå av enbart text i eget typsnitt. Nya symboler får inte tas fram, presenteras i samband med eller kombineras med Folkuniversitetets logotyp.

Undantag Gymnasieskolor kan marknadsföras med eget namn och egen symbol. Det ska dock klart framgå att skolan är en del av Folkuniversitetet.

Övriga varumärken Anknutna stiftelser, dotterbolag och andra självständiga, juridiska personer bör ha egen logotyp. Önskvärt är att det framgår att den egna juridiska personen är en del av Folkuniversitetet. Skölden kan kombineras med dessa egna varumärken endast i vissa fall, se nedan. Nya initiativ ska godkännas i nationella kommunikationsgruppen samt i rektors arbetsutskott. Skölden får användas i kombination med följande namn: Stiftelsen Braheskolan – Visingsö folkhögskola, Stiftelsen Stockholms Folkhögskola, Folkuniversitetets förlag, Folkuniversi-

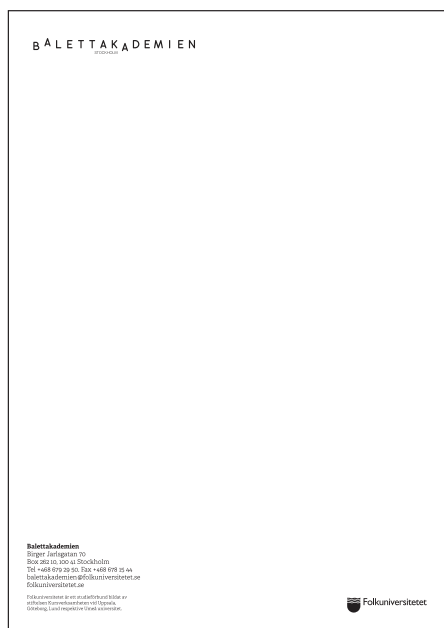
Undervarumärken

Folkuniversitetets logotyp tillsammans med ett undervarumärke/produktnamn.
Principexempel: Balettakademien



Exempel. Hur logotypen placeras i förhållande till undervarumärke. Folkuniversitetets logotyp används i svart tillsammans med undervarumärken.

A. Placering av Folkuniversitetets logotyp i samband med undervarumärke.



Exempel. Brevpapper.

Logotypen placeras i motsatt hörn av kontaktuppgifter. Används svart eller vit. Ligger kontaktuppgifterna centrerade placeras logotypen centrerad under.



Exempel. Kurskatalog.

Logotypen placeras någonstans på motsatt sida av undervarumärket. I detta fall högst upp till vänster. Logotypen används främst i sin grundform. Om detta inte fungerar, använd svart eller som i detta fall vit logotyp.

Logotyp

Undervarumärken/produktnamn

Gör inte så här

10



A. Placera inte logotyp precis intill undervarumärke.



B. "En del av Folkuniversitetet" får endast användas i löpande text.



C. Låt aldrig modervarumärke bli dominerande över undervarumärke.

Logotyp

Tillsammans med utomstående varumärken.



Folkuniversitetet



Arbetsförmedlingen



Folkuniversitetet



Arbetsförmedlingen

Exempel. Exempel tillsammans med samarbetspartners logotyp. Logotyp ska centreras mot samarbetspartners logotyp och placeras minst ett frizonsutrymme ifrån denna.



A. Använd inte logotypen mot en färg som är för nära den röda profolfärgen.



B. Använd inte röd sköld med vit text.



C. Roter inte logotypen.



D. Ändra inte opacitet.



E. Använd inte logotyp i annan färg än vad som tillåts i denna manual.



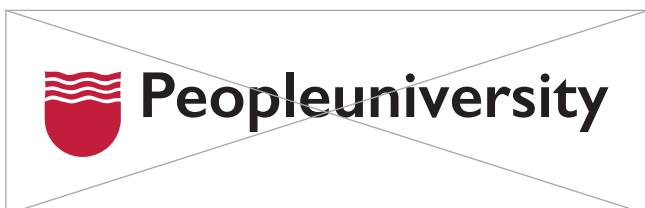
F. Använd inte vit eller svart logotyp mot bild där logotypen inte kommer att synas.



G. Förvräng inte logotypens proportioner.



H. Folkuniversitetet ska alltid stå till höger om skölden. Använd den heller aldrig för sig själv i trycksaker (se "Digitalt", s. 43 för undantag).



I. Logotypen får inte översättas till andra språk.



J. Ändra inte proportionerna i logotypen.



K. Placera inte text innanför frizonen.



L. Använd inte svart sköld med röd text.

Vår färgpalett är framtagen för att erbjuda ett rikt och vackert formspråk som har element av både modernitet och visdom. Den består av tretton färger; sex primärfärger och sju komplementfärger. Bland de primära finns profilfärgen röd som följt med oss sedan starten. Den får sällskap av en vin-

röd färg som traditionellt förknippas med visdom, värdighet, oberoende och kreativitet. Primärfärgerna används för att garantera god igenkänning, medan komplementfärgerna används för att ge det grafiska materialet större variation. På s. 34 hittar du vår färgpalett för digitala medier.

Färgpalett

Profilfärger

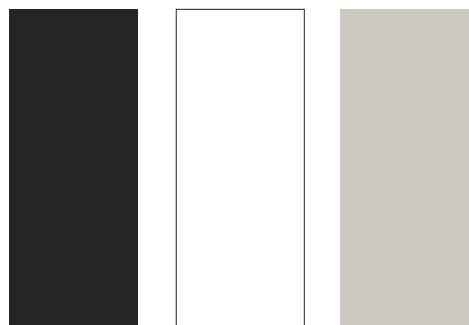
Primära



Pantone
200 C
CMYK
0, 100, 65, 10
RGB
165, 9, 50

Pantone
209 C
CMYK
28, 86, 40, 51
RGB
100, 42, 63

Pantone
Warm Gray 9 C
CMYK
39, 40, 42, 30
RGB
128, 119, 112



Pantone
Black C
CMYK
0, 0, 0, 100
RGB
15, 15, 15

CMYK
0, 0, 0, 0
RGB
255, 255, 255

Pantone
Warm Gray 1 C
CMYK
4, 5, 10, 18
RGB
212, 208, 202

Komplement



50%
Pantone
200 C
CMYK
2, 50, 35, 8
RGB
205, 143, 138

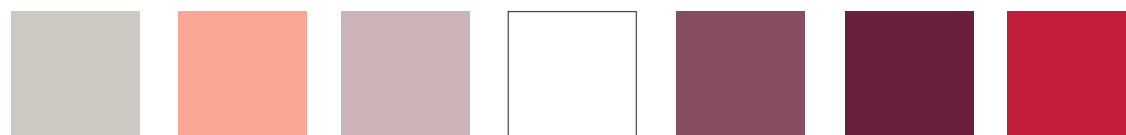
50%
Pantone
Warm Red C
CMYK
50%: **0, 42, 40, 0**
100%: **0, 85, 81, 0**
RGB
50%: **226, 169, 146**
100%: **201, 62, 52**

25%
Pantone
209 C
CMYK
25%: **7, 22, 10, 13**
75%: **21, 65, 30, 38**
RGB
25%: **207, 189, 194**
75%: **130, 82, 98**

75%
Pantone
7464 C
CMYK
75%: **31, 3, 18, 0**
100%: **42, 4, 24, 0**
RGB
75%: **196, 219, 215**
100%: **173, 205, 201**

NCS-färger

Detta är rekommenderade färgkoder för målning av ytor inomhus. Resultatet kan variera på grund av underlag, färgens matthet, belysning och så vidare. Rådgör därför med färgaffär eller målare.



NCS S2005-Y80R

NCS S1040-Y80R

NCS S 2020-R20B

NCS S S0000-N

NCS S5030-R10B

NCS S5040-R20B

NCS S1080-R

Exempel på färgkombinationer

De röda primär- och komplementfärgerna används i kombination med bilder.

Att läsa den här annonsen var ett klokt val. Vad blir nästa?

Kunskap förändrar. Starta din utveckling genom att välja bland våra kurser.

Drejkurs
Föruts. 847.0.0 P12 700
Här får du möjlighet att skapa dina egna filmer på digitala videokameror. Du arbetar under ledning av erfarna handledare.

Marknadsföring från grunden
Föruts. 847.0.0 P12 575
Lär dig grundläggande begrepp och tekniker inom marknadsföring. Kursen riktar sig till dig som vill få en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Advance your Business English
Föruts. 847.0.0 P12 1.380
Kursen passar dig som behövt svenska kommunikationsfärdigheter och vill utveckla dina engelska färdigheter. 100 timmar med kursmaterial, seminarier, kolloquier utvärderande eller samarbetsprojekt.

Bokföring & redovisning
Föruts. 847.0.0 P12 2.775
Här får du grundläggande kunskaper i bokföring och redovisning för samtliga företagstyper. Du får även en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Löneadministration
Föruts. 847.0.0 P12 205
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Foto - Introduktion med systemkamera
Föruts. 847.0.0 P12 1.290
Lär dig fotografera med en systemkamera och bli en bättre fotograf. Kursen innehåller även en kort introduktion till bildkonst.

Gitarr
Föruts. 847.0.0 P12 1.775
Du lär dig slagverk, gitarr, bas, trumma och sång. Under denna kurs får du även en introduktion till musikteori.

Triksåsinnad
Föruts. 847.0.0 P12 1.290
Att se triksåsinnad kräver en speciell teknik. Under denna kurs får du även en introduktion till triksåsinnad och vilka verktyg som används.

Franska för nybörjare
Föruts. 847.0.0 P12 1.380
Välkommen till kursen i fransk språk. Under denna kurs får du även en introduktion till fransk kultur och historia.

Silversmide - Smyckeslinjen och Metallinjen
Föruts. 847.0.0 P12 1.290
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Roman och novell
Föruts. 847.0.0 P12 1.290
Lär dig skriva noveller och romaner. Under denna kurs får du även en introduktion till litteratur och litteraturkritik.

Teaterverkstan
Föruts. 847.0.0 P12 1.290
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Svenska på jobbet
Föruts. 847.0.0 P12 205
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

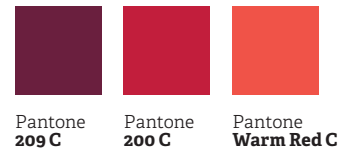
Sculptur
Föruts. 847.0.0 P12 1.290
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Löneadministration
Föruts. 847.0.0 P12 205
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Löneadministration
Föruts. 847.0.0 P12 205
Här får du en ökad förståelse för företagets verksamhet och sin roll i dagens marknadsföring.

Gratis prova på-dag idag!

Folkuniversitetet
Kursverksamheten vid Stockholms universitet



När vi jobbar med rena färgplattor kan vi tillåta oss att arbeta med komplementfärger för att få ett mer visuellt intressant uttryck. Dessa färgkombinationer rekommenderas.

Här ligger en spännande rubrik

folkuniversitetet.se

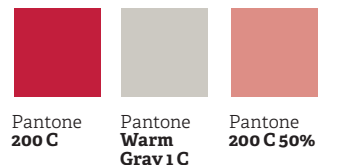
Gratis prova på-dag idag!



Här ligger en spännande rubrik

folkuniversitetet.se

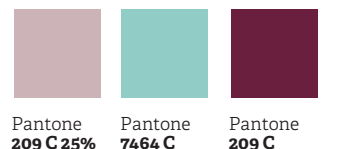
Nyhett!



Här ligger en spännande rubrik

Läs mer på folkuniversitetet.se/stockholm

Gratis prova-på i Linköping
På expo hälsa och träning



I vårt kommunikationsmaterial arbetar vi med två typsnitt, Adelle Basic och Guardian Sans. Adelle Basic används till rubriker, mellanrubriker, brödtext och tabeller. Guardian Sans används för ingresser samt fakta- och bildtexter.

Typografi

Användningsområden

Kommunikationsmaterial

(TV, print, banner och så vidare)

AaBbCc

Rubrik

Adelle Basic Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö**

Rubrik/brödtext

Adelle Basic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Brödtext

Adelle Basic Light Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö*

Sajt

Rubrik

Adelle Basic Bold/Adelle Basic Light

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Brödtext

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

AaBbCc

Bildtext/info/ingress

Guardian Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö**

Bildtext/info/ingress

Guardian Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Bildtext/info/ingress

Guardian Sans Regular Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö*

Kontorstypografi

(Word, Powerpoint)

Rubrik

Cambria Bold/Regular

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö**

Brödtext

Cambria Regular. Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Rubriker

Rubriker vänsterställs i Adelle Basic Bold. I rubriker med en inneboende dynamik kan man använda sig av både Light och Bold, för att ge ett ord/en mening större tyngd (som i det nedre exemplet, där meningarna svarar mot varandra). Generellt bör man knipa typografin vid större grader, samt minska procentsatserna vid justering.

**Vem tror
du att du är?**

Adelle Basic Bold
Storlek: 36 pkt/35 pkt
Kerning: -20
Justering:
75%,90%,105%

**Många val.
Alla är kloka.**

Adelle Basic Light/Bold
Storlek: 50 pkt/48,75 pkt
Kerning: -25
Justering:
60%,80%,100%

Ingress

Guardian Sans Regular används till ingresser.

Vi har kurserna för dig som vill få ny kunskap eller förnya och fördjupa den du har. Oavsett om det är för privat bruk, för det egna företaget eller för arbetet.

Guardian Sans Regular
Storlek: 10 pkt/11,5 pkt
Kerning: -5
Justering:
90%,100%,110%

Mellanrubrik/brödtext

Adelle Basic Light används i löptext medan mellanrubrikerna sätts i vikten Bold.

Om oss

Folkuniversitetet är ett studieförbund som bedriver folkbildning och vuxenutbildning i hela Sverige. Vi är fristående från politiska, religiösa, kommersiella och fackliga intressen.

Adelle Basic Bold/Light
Storlek: 7 pkt/8,5 pkt
Kerning: 0
Justering:
80%,100%,133%

Bildtext

I bildtexter använder vi Guardian Sans Bold för rubrik och Regular för brödtext.



Språkkurser

Folkuniversitetet arrangerade språkkurser i betydande omfattning redan under 1950-talet. Här ser vi Ian Dunlop leda en kurs i engelska.

Guardian Sans Bold/Regular

Storlek: 6,5 pkt/ 7 pkt

Kerning: 5

Justering:

80%, 100%, 120%

Informationstext

I informationstexter används Guardian Sans Bold för rubrik och Regular för brödtext. Beroende på vad som passar formen bäst kan typsnittet vara vänsterställt eller centrerat. I den cirkelformade "splashen" till höger passar det bäst med centrerat typsnitt.

Trygga din ekonomiska framtid

För att öka medborgarnas kunskaper om privatekonomi genomför Folkuniversitetet tillsammans med Finansinspektionen och Pensionsmyndigheten ett folkbildningsprojekt kring privatekonomi.

Välj mellan öppna föreläsningar (se ovan) eller föreläsningar på din arbetsplats.

Guardian Sans Bold

Storlek: 14 pkt/ 14 pkt

Kerning: -5

Justering:

80%, 100%, 120%

Guardian Sans Regular

Storlek: 8,5 pkt/ 9 pkt

Kerning: 0

Justering:

80%, 100%, 120%

Kurser: Rubriker/brödtext

Kurser (och andra former av tabeller) skrivs med versala kolumnrubriker i Adelle Basic Bold och övrig information i Adelle Basic Light.

BOKFÖRING & REDOVISNING

Här får du grundläggande kunskaper i bokföring och redovisning för samtliga bolagsformer. Du får lära dig bokföra verifikationer samt göra bokslut i enskild firma och handelsbolag.

ORT	DAG	TID	GGR	START	PRIS
Innerstad	må	18:00-21:15	7	8/9, 3/11	3.975:-
Innerstad	to	18:00-21:15	7	11/9, 6/11	3.975:-
Innerstad	to-fr+må-ti	14:30-17:45	4	28/8	2.975:-
Solna	to-fr	09:00-16:00	2	11/9, 9/10, 6/11, 11/12	2.975:-
Skärholmen	on	14:30-17:45	4	10/9, 5/11	1.275:-
Skärholmen	on	18:00-21:15	7	10/9, 5/11	2.175:-

Adelle Basic Bold/Light

Storlek: 7,5 pkt/ 7,5 pkt

Kerning: 0

Justering:

75%, 90%, 105%

Adelle Basic Bold/Light

Storlek: 6,25 pkt/ 7,5 pkt

Kerning: 0

Justering:

75%, 90%, 105%

För att kunna skapa ett intressant formspråk har vi tagit fram ett urval av grafiska element. Dessa kan användas till allt från informationsgrafik till splashar (nyhetsbubblor). Med ett etablerat sorti-

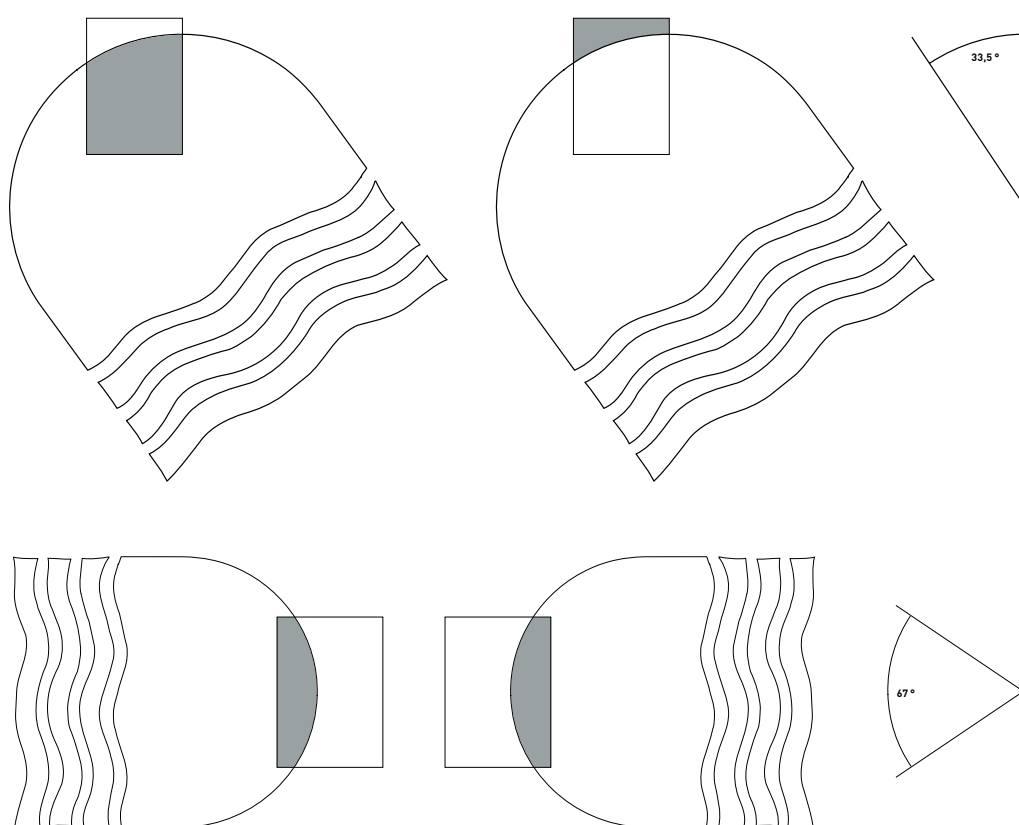
ment av grafiska element som använder sig av vår färgpalett och typografi stärker vi identitetens helhet.

Grafiska element

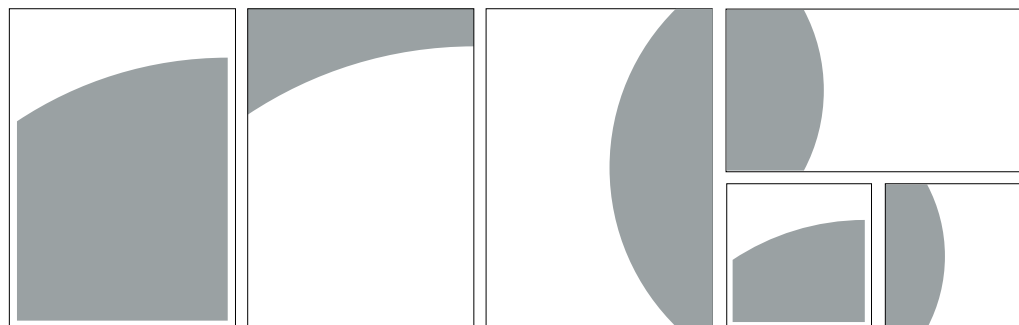
Exempel

Sköldens båge

Som första grafiska element använder vi oss av en kraftigt beskuren del av Folkuniversitetets sköld. Beskärningen ger en intressant form som är bra att använda både för bildytor och färgplattor. Till höger ser du exempel på hur beskärningen av sköldens båge går till.



Exempel på applicering av sköldens båge



Exempel

Linjering

För att lyfta huvudrubriker använder vi oss av linjering. Det vågräta avståndet mellan linjen och rubriken (X) ska motsvara avståndet mellan den lodräta linjen och rubriken (Y). X- och Y-måtten baseras på radavståndet mellan versala X. Större rubriker har en linjetjocklek på 0,5 pkt medan mindre har en tjocklek på 0,25 pkt.

Linjetjocklek
0,5 pkt

Många val. X
Alla är kloka. X

Vågräta linjer förekommer också. Detta för att skapa struktur i exempelvis tabeller.

ORT	DAG	TID	GGR	START	PRIS
Innerstad	må	18:00-21:15	7	8/9, 3/11	3.975:-
Innerstad	to	18:00-21:15	7	11/9, 6/11	3.975:-
Innerstad	to-fr+må-ti	14:30-17:45	4	28/8	2.975:-
Solna	to-fr	09:00-16:00	2	11/9, 9/10, 6/11, 11/12	2.975:-
Skärholmen	on	14:30-17:45	4	10/9, 5/11	1.275:-
Skärholmen	on	18:00-21:15	7	10/9, 5/11	2.175:-

Linjetjocklek
0,25 pkt

Informationsrutor och splashar

Införutor är färgplattor i våra komplementfärger. De används för att lyfta information om en kurs som särskiljer sig från resten av utbudet eller av annan anledning ska förstärkas. I dessa fall använder vi oss av Guardian Sans Bold/Regular enligt exemplet till höger.

Glaslinjen

En unik fördjupningskurs i glasblåsning på Stockholm Heta Glas i Sickla. Läs mer på hemsidan.

Längre
utbild-
ningar

ORT	DAG	TID	GGR	START	PRIS
Nacka		10:00-16:00	12	mars*	19.500:-

*Preliminärt

För att lyfta nyheter använder vi oss av splashar. De sätts i cirkelformer med typsnittet Adelle Basic Bold/Light. Texten kan vara vinklad (vid kortare text) eller rak (vid längre text).

Gratis
prova-på
i Linköping

På expo hälsa
och träning

Ny!

"Kunskap förändrar"

"Kunskap förändrar" typograferas i Adelle Basic Bold, eller med en kombination av Light och Bold som i exemplet nedan.

Placeras med största möjliga marginal från övrig typografi/grafik.

Kunskap förändrar

A. Exempel på typografering i Adelle Basic Bold med lodrät linjering.

Kunskap förändrar

B. Exempel på typografering i Adelle Basic Light/Bold. Centrerat.

Knowledge makes a difference

C. I sammanhang där vi behöver kommunicera på engelska använder vi oss av översättningen "Knowledge makes a difference". Exempel på typografering i Adelle Basic Bold med lodrät linjering.

Knowledge makes a difference

D. Exempel på typografering av "Knowledge makes a difference" i Adelle Basic Light/Bold. Centrerat.

Exempel

och redovisning för samtliga bolagsformer. Du får lära dig bokföra verifikationer samt göra bokslut i enskild firma och handelsbolag.

Löneadministration

Start 17/9 Pris 8 395,-

Här går vi igenom regler vad gäller bruttolön, skatteavdrag, traktamente och olika sorters frånvaro samt gör enklare beräkningar.

smidestekniker.

Roman och novell

Första bakt 31/8 Pris från 3 890,-

Lär dig grunderna i skönlitterärt författande med inspirerande skrivuppgifter. Du får kännedom om olika berättartekniska begrepp, utveckla din berättar- röst och hitta dina egna historier.

Kunskap förändrar



Annonser



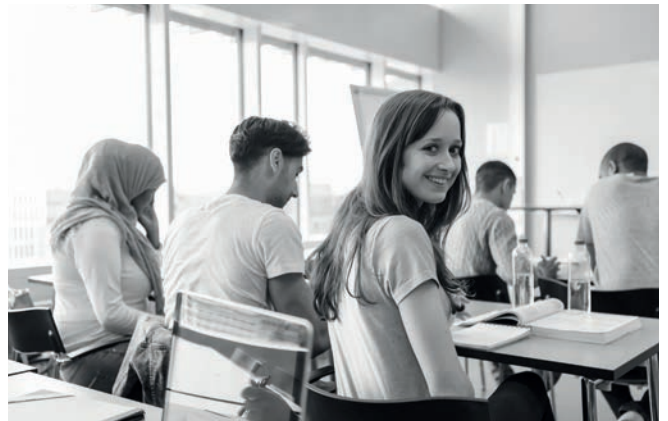
Tygpåse

Bildspråk

Bilderna vi använder ska i första hand ge en känsla av närvaro. Bilderna ska inspirera – kort sagt bidra med mänsklig närvaro och känsla i vår kommunikation. Vi blandar svartvita bilder med lite varmare färgfoton för att få en intressant visuell balans.

Bilder

Tonalitet





Svartvita bilder bidrar till en dokumentär känsla. Genom att fånga människor i ögonblicksbilder inspirerar vi och stärker känslan av Folkuniversitetet som en organisation som möjliggör förändring.



Eftersom Folkuniversitetet är till för alla ska vi representera hela befolkningen. Det är viktigt att visa människor i olika miljöer och med olika bakgrund, inte bara i lärosalar eller natursköna landskap.



Kort skärpedjup bidrar till en drömsk känsla och hjälper samtidigt ögat att sälla bort onödig bildinformation så att det vi vill kommunicera hamnar i fokus. Bilden är ett bra exempel på hur glädje och närvaro kan speglas utan att det känns konstlat.



Lugna bakgrunder och tydlig interaktion skapar fokus i bilden. Vid val av bilder för olika ämnesområden är det bra att använda bilder med anknytning till de faktiska kurserna. Även om de inte är fotograferade i en kurslokal.

Tips till dig som anlitar fotograf

- Titta alltid i Folkuniversitetets bildbank för att se om bilden du letar efter redan finns.
- Gör ett avtal med fotografen om att bilderna får användas fritt under en längre tid inom Folkuniversitetet.
- Se till att fotografen är införstådd med vilket motiv du vill ha. Berätta var bilden ska användas, vad den ska dokumentera eller känslan den ska förmedla.
- Gå igenom vårt bildspråk så att fotografen är fullt införstådd med vårt bildmanér.
- Tänk på att ta bilder i både liggande och stående format. På det sättet blir det lättare att arbeta med och använda bilderna.
- Är du nöjd med bilderna? Bidra i så fall gärna med dem till vår bildbank. Kontakta förbundskansliet om du har frågor.

Mer information om Folkuniversitetets bildbank hittar du på vårt intranät Infu. Där finns även en bildmanual "Folkuniversitetet i bild", som utvecklar bildspråket. Kontakta Svenska Fotografers Förbund för ytterligare riktlinjer kring fotografering: www.sfoto.se

Vårt kontorsmaterial ska hålla ett enkelt formspråk. Tydlighet är A och O – därför är det inte onödigt utsmyckat, utan lämnar plats åt budskapet. Där det är möjligt använder vi oss av våra primärfärger för att

skapa variation. Vid produktion av kontorsmaterial är det viktigt att ta hänsyn till de material vi använder (papperstjocklek och så vidare), så att även de speglar kvalitetstänkandet.

Kontorsmaterial

Visitkort

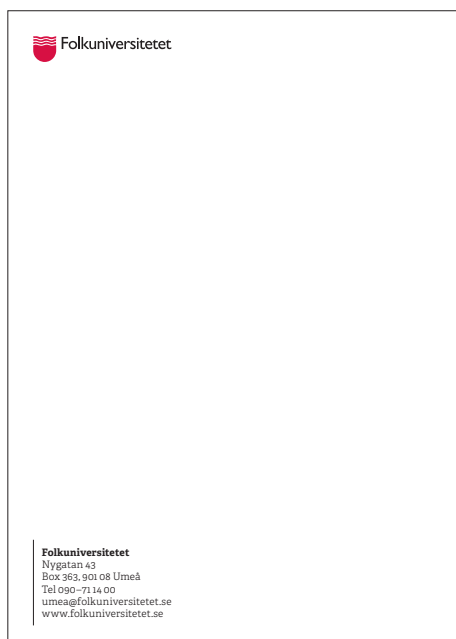


Framsida. 85x55 mm.
Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.



Baksida. 85x55 mm, antingen med färg eller utan färg.

Korrespondensblock



A5. Framsida. Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.
Logotyp placeras i övre vänstra hörnet för att få variation i de olika enheterna.



A5. Baksida.
Antingen med färg eller utan färg.

Brevpapper

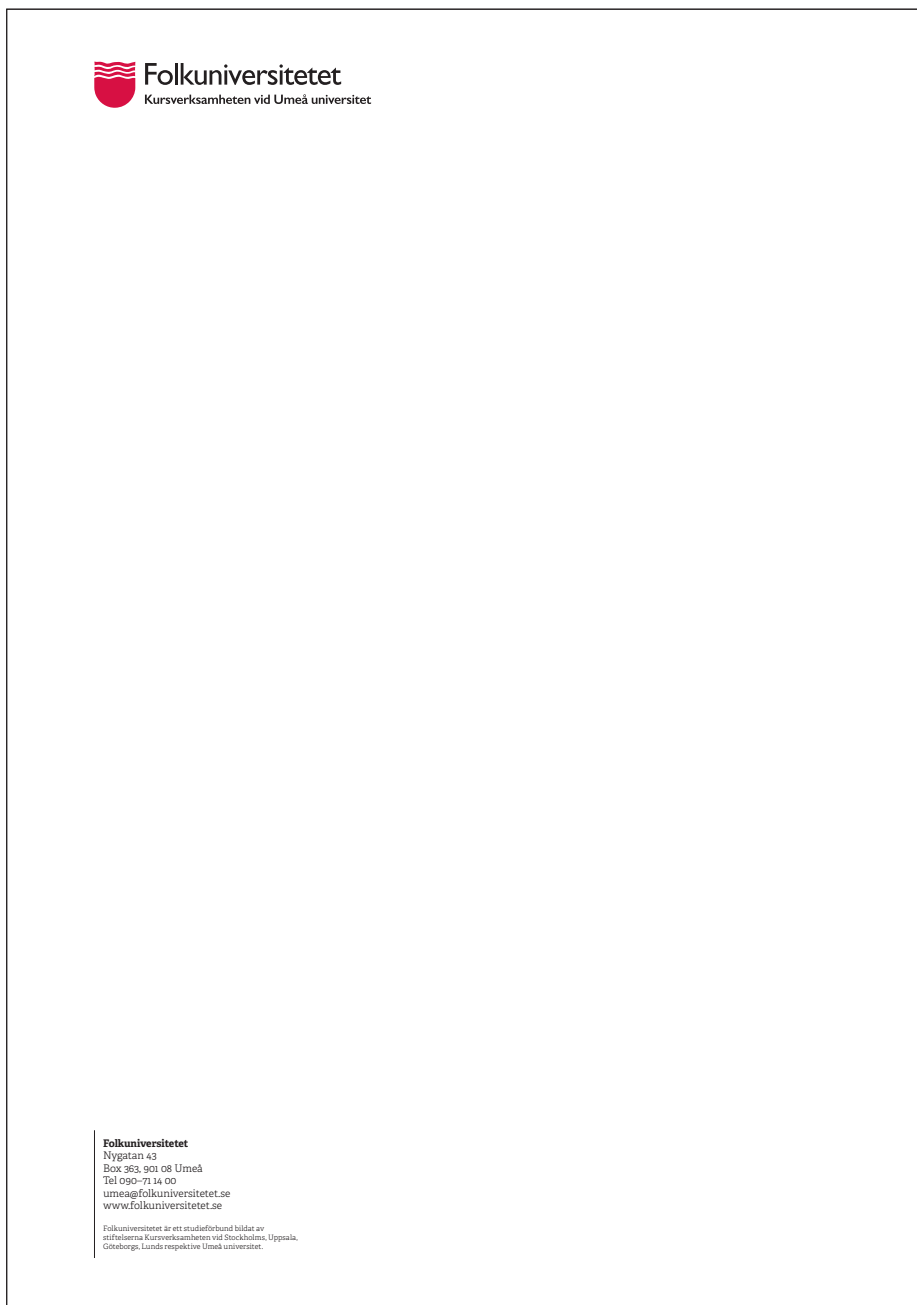


Folkuniversitetet
Eriksbergsgatan 1A
Box 261 52, 100 41 Stockholm
Tel 08-679 29 50
info@folkuniversitetet.se
www.folkuniversitetet.se

Folkuniversitetet är ett studieförbund bildat av
ettflera Kurserverksamheten vid Stockholms, Uppsala,
Göteborgs, Lunds respektive Umeå universitet.

A4. Förstasida. Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.
Studieförbundstext i Adelle Basic Light 4,75 pkt/6 pkt.
Logotyp linjeras med avsändarinformation.

Brevpapper regionalt



A4. Förstasida. Folkuniversitetet regionalt.
Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.
Studieförbundstext i Adelle Basic Light 4,75 pkt/6 pkt.
Logotyp linjeras med avsändarinformation.
Andrasida. Endast logotyp.

Wordmall.
Ärendemening/Rubrik: Cambria Bold 12 pkt 1,0 Radavstånd.
Brödtext: Cambria Regular 12 pkt 1,0 Radavstånd.
Text typograferas 13cm ned på sidan.

Brevpapper undervarumärke/produktnamn

B A L E T T A K A D E M I E N

Folkuniversitetet
Nygatan 43
Box 363, 901 08 Umeå
Tel 090-71 14 00
umeag.folkuniversitetet.se
www.folkuniversitetet.se

Folkuniversitetet är ett studieförbund bildat av
stiftelserna Kurverksamheten vid Stockholm, Uppsala,
Göteborg, Lunds respektive Umeå universitet.



A4. Förstasida. Folkuniversitetet tillsammans med undervarumärke.
Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.
Studieförbundstext i Adelle Basic Light 4,75 pkt/6 pkt.

Kuvert

C4. Folkuniversitetet regionalt.
Adelle Basic Bold/Light 6,5 pkt/8,5 pkt.

Materialval

Vi rekommenderar att använda Scandia 2000, ett obestruket papper, för att skapa ett naturligt och genuint intryck.

Scandia 2000 är ett papper med goda tekniska egenskaper och bra färgåtergivning.

Visitkort: 300 g Scandia 2000 White

Brevpapper: 90 g Scandia 2000 White

Våra trycksaker ska återspegla de kvaliteter som Folkuniversitetet står för, därför är materialvalet viktigt att ta i beaktande. För att få en tydlig igenkänning använder vi oss av våra primärfärger.

Trycksaker

Pärm



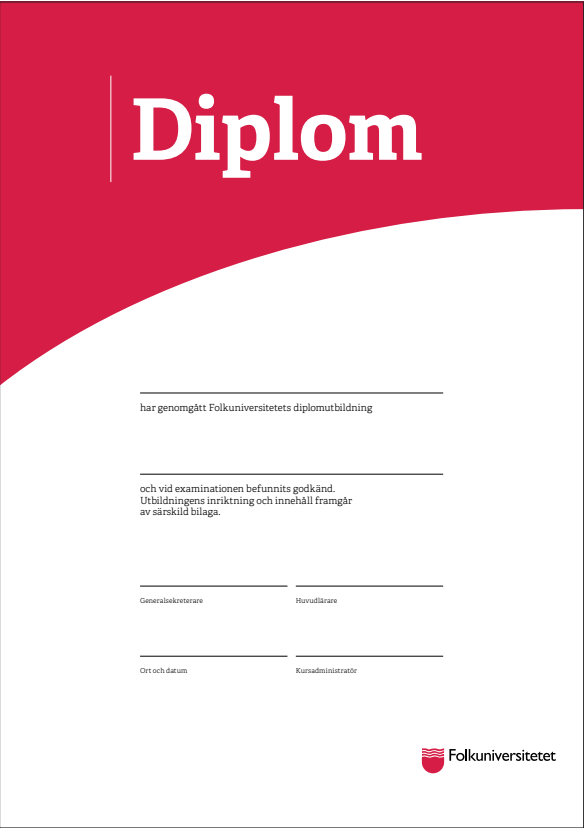
215x305 mm

Namnskylt



65x35 mm

Diplom



A4. Trycks på papper: Scandia 2000 White. 200 g.
Rubrik: Adelle Basic Bold.
Övrig information: Adelle Basic Light.

Presentkort



A6 folder. Fram- och baksida.
Rubrik: Adelle Basic Bold.
Trycks på papper: Scandia 2000 White. 300 g.



A6 folder. Insida.
Rubrik: Adelle Basic Bold.
Brödtext: Adelle Basic Light.

Produktblad

**Folkuniversitetet**

Grafisk Design

För dig som är intresserad av färg, form och kommunikation och vill få en bred och professionell grundutbildning inom grafisk design.

Utbildningens upplägg
Vi går igenom de grundläggande bitarna i formgivarens arbete: typografi, färg, bild och den kreativa idéprocessen samtidigt som du lär dig grunderna i Photoshop, Illustrator och Wordpress. Du kan använda kunskaperna i ditt yrkesliv, som komplement till annan utbildning eller som en grund till fortsatta studier inom grafisk design. Målet med kursen är att ge förståelse för principen med visuell kommunikation och typografi. Du ska förstå och vara delaktig i den kreativa processen och kunna lösa en grafisk uppgift från idé till färdig trycksak. Du behärskar grunderna i InDesign och har fått en introduktion i Photoshop, Illustrator och Wordpress.

Kursinnehåll

- Grundläggande kommunikationsteori.
- Typografi och färglära.
- Formlära.
- Att visualisera abstrakta värden
- Hur kommunicerar jag med bilder?
- Kunskaper i InDesign, Photoshop, Illustrator
- Kreativt tänkande och idéprocess.

Arbetsformer
Vi träffas kvällstid en gång per vecka under terminen för teori/föreläsning, genomgång av praktiska uppgifter och kreativt workshop. I kursen ingår även ett antal helgworkshops som fokuserar på programvaran som används: Photoshop, Illustrator, InDesign och Wordpress. Under terminens gång kommer ett större projekt integreras i undervisningen och kursen avslutas med en utställning där projektet redovisas.

Mer information och anmälan
Utbildningsstart: 2019-02-26
Tid: Tisdagar 18-21 helgworkshops.
Omfattning: 60 lektioner, 98 studiepoäng
Kursavgift: 16 900
Plats: Folkuniversitetet Malmö, Kulturhuset Malmö, Fregatan 15B
Kontakt: Andrea Lindberg, 040 691 83 00
e-post: andrea.lindberg@folkuniversitetet.se
www.folkuniversitetet.se/stockholm

Telefon: 040-691 83 00
Webb: folkuniversitetet.se/stockholm
Instagram: [@folkuniversitetetstockholm](https://www.instagram.com/folkuniversitetetstockholm)
Facebook: [folkuniversitetetstockholm](https://www.facebook.com/folkuniversitetetstockholm)
Twitter: [folkuniversitet](https://twitter.com/folkuniversitet)

A4. Rubrik och brödtextr: Adelle Basic Bold/Light.
Ingress: Guardian Sans Regular.

Kursintygt

**Folkuniversitetet**

Kursintygt

Förnamn Efternamn

Har deltagit i följande kurs:
Kursnamn: PR och kommunikation
Kurstid: XXXX-XX-XX - XXXX-XX-XX
Studietimmar: XX
Ledare: XXXXXXXXX

Kursen har gett praktiska redskap som behövs både inom intern och extern kommunikation. Att förstå olika kommunikationskanaler och bästa sättet att arbeta med dem samt visat på olika knep för att alltid ligga ett steg före.
Ur innehållet: Public relations, Evenemang och event, Kommunikationsplan, Extern kommunikation, Massmedierelationer, Mediahantering, Krishantering, Intern kommunikation. Public relations är att kommunicera med alla som har ett intresse i ditt företag eller organisation. Dessa intressenter kan vara aktieägare, kunder, affärspartners, media, anställda m fl. Genom att använda rätt kommunikationskanaler och formulera ditt budskap på rätt sätt kan du säkerställa att uppfattningen om ditt företag eller organisation är den du vill att dina intressenter också har.

Folkuniversitetet
Erikbergsgatan 1A
Box 265 02, 100 05 Stockholm
Tel +46 8 79 79 90
info@folkuniversitetet.se
www.folkuniversitetet.se
Folkuniversitetet är en ideell organisation som arbetar för att utveckla och förbättra utbildningen i Stockholm, Uppsala, Göteborg, Lund och regionen Östergötland.

A4. Cambria Bold/Regular 9,5/11 pkt.

Kontaktinformation för sociala medier

Vid de tillfällen det är relevant att inkludera adress eller kontaktuppgifter för sociala medier använder vi oss av rubricering för kanalen följt av användarnamn eller sökord i stället för en URL, då dessa kanaler primärt används i appar och inte genom webbläsare.

Telefon: 040-691 83 00
Webb: folkuniversitetet.se/stockholm
Instagram: [@folkuniversitetetstockholm](https://www.instagram.com/folkuniversitetetstockholm)
Facebook: [folkuniversitetetstockholm](https://www.facebook.com/folkuniversitetetstockholm)
Twitter: [folkuniversitet](https://twitter.com/folkuniversitet)

Platsannonser

Lorem ipsum sökes.

Faciat. Liquis reperrere occum nosant doleniminis volorep ediatls evelesti
reces cusamet, unt mo blabore nis re inti nimagnis dem ea netur sed qui
iurendelia volorem faccus ut quidendam, nonseque cus sitata doloratet.
reces cusamet, unt mo blabore nis re inti nimagnis dem ea netur.

Webb: folkuniversitetet.se
Instagram: @folkuniversitetetswedish
Facebook: folkuniversitetet
Twitter: folkuniversitetet



A6. Rubrik: Adelle Basic Bold 40/37 pkt.
Brödtext: Light 9,5 pkt/12 pkt.

Lorem ipsum sökes.

Faciat. Liquis reperrere occum nosant dolenimi-
nis volorep ediatls evelesti reces cusamet, unt mo
blabore nis re inti nimagnis dem ea netur sed qui
iurendelia volorem faccus ut quidendam, nonseque
cus sitata doloratet magnis quo corest, sinveritas
doluptatet aerumquo cupatusam quo quis nulliei
llectur? Diat lam abo. Ique eos nonsequi doluptatio
tenim volest eius. Faciat. Liquis reperrere occum
nosant doleniminis volorep ediatls evelesti reces
cusamet, unt mo blabore nis re inti nimagnis dem
ea netur sed qui iurendelia volorem faccus ut qui-

dendam, nonseque cus sitata doloratet magnis quo
corest, sinveritas doluptatur aerumquo cupatu-
sam quo quia nullaci llectur? Diat lam abo. Ique eos
nonsequi doluptatio tenim volest eius.
Faciat. Liquis reperrere occum nosant dolenimi-
nis volorep ediatls evelesti reces cusamet, unt mo
blabore nis re inti nimagnis dem ea netur sed qui
iurendelia volorem.

Läs mer om tjänsten på
www.folkuniversitetet.se/xxxxxxx

Webb: folkuniversitetet.se
Instagram: @folkuniversitetetswedish
Facebook: folkuniversitetet
Twitter: folkuniversitetet



A5. Rubrik: Adelle Basic Bold 44/40 pkt.
Brödtext: Light 9,5 pkt/12 pkt.

Pressrelease



Pressmeddelande

Tiosand andenihit, offatit qui odit a quatenit autem rendeibit intur molectia-
tia conseqe con re incte dolorerum sequam faccaerit alignienis et pa nobit,
officab orestitur sum apis eosapicae dolutet atquos quamust apid exserpum id
quia dola voloresseque plani autat quist qui seque oditio. Nequi quodit quam
enditibus.

It temolor enissi beribus conseqe illam eius dit harumet platur?
Ratiuntios et harioribusam vendell utemqui andare moditio restrum dem am
volorib erovidu cipissita conseqe venis aborem expe minti occume est reptat
et ium quam velitate maionsequi is rerspiet lani sitoreri consediscim es aut
dis anti omnis es de voloratium eos vent aut dolo volorumquae et quidic tem
harunto tatut?

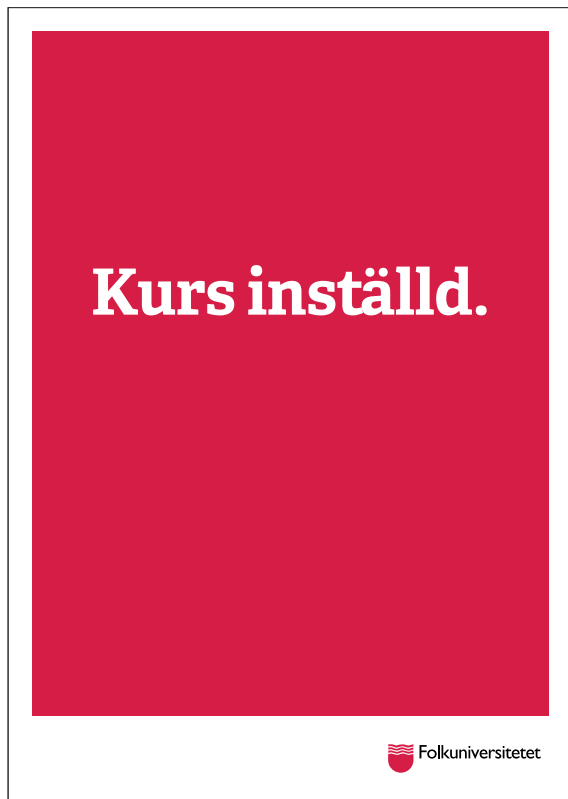
Sedis de occatiusam voleste re, omnimet et optas excepere veliquia culpa vitas
maxim fugitae. Nequas adi temquatus. Omnisitaturi rem as as nus aut volute
remporectate nosti nimi, sincietur repratit umquia nuscips aepelemt uta sam
utatem faciae est, sent. Omniaectis apedit ut receptae doleis ciantest exper-
ferepta doluptatur aborerf erferro ipsa dorem adit anitae volupta tiossum,
omnimincit fuga. Ignit od quo eos ad et aut quae nullorequas as excerumenis
corestibus dendia volorem ab inus nisquis mod quuntur aut voloris eveleiant
ent quas dolupta sundand andanditaret rere sitat explatem lab illesittas si ut
am et aute nimillupid quo esoequat endanis dent, vendest untor acia assectem-
pos ad moluptaqui blaborecest rem quias quo moles sititium ratatia quis dis
dissi ut offic tet aut maio et lacea voluptatur.

Folkuniversitetet
Gatan 1
Box 1001, 100 10 Stockholm, Södra
Tel: 08-100 10 10
info@folkuniversitetet.se
www.folkuniversitetet.se

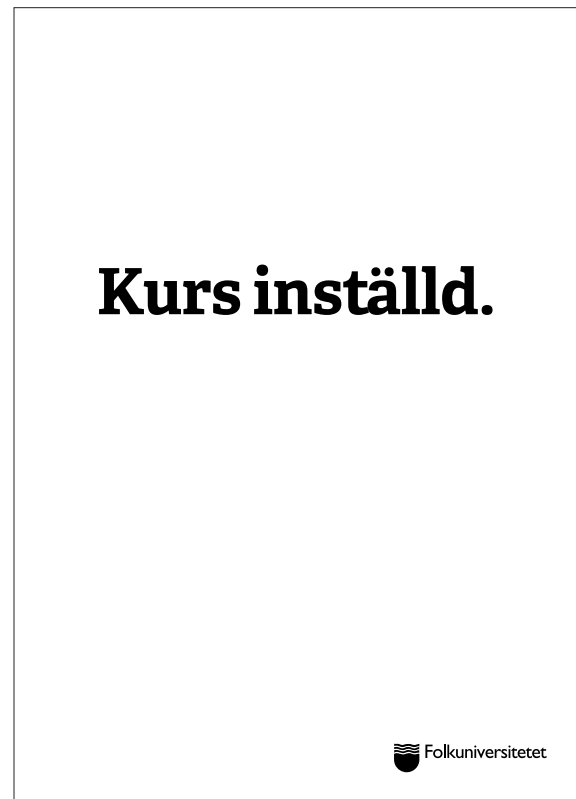
Folkuniversitetet är ett studieförbund bildat av stiftelserna
Kyrkansamfundet i Stockholm, Södra, Göteborg,
Lunds respektive Umeå universitet. Folkuniversitetet
bedriver folkbildning och vuxenutbildning i hela Sverige.
Folkuniversitetet är fristående från politiska, religiösa,
kommersiella och fackliga intressen.

A4. Rubrik: Cambria Bold 26/22 pkt.
Brödtext: Cambria Regular 10 pkt/12 pkt.

Anslag



A3.



A3.

Affisch



500x700 mm.



500x700 mm.

Så långt det är möjligt ska vi hålla ihop vårt formspråk mellan tryckta och digitala medier. Givetvis följer vårt bildspråk även med här. När det gäller färger använder vi samma som i tryckt material, men kompletterar med några toner till, inklusive en

turkos färg för call to action. I vår digitala kommunikation använder vi samma typsnitt som i tryck, men kompletterar med Arial i brödtext. För powerpoints används Cambria Bold samt Calibri Regular.

Digital färgpalett

Primära



200 C
RGB: 165,9,50
#D71345



209 C
RGB: 100,42,63
#6C233E



Warm Gray 9 C
RGB: 128,119,112
#7B706B



Black C
RGB: 15,15,15
#282725



White
RGB: 255,255,255
#FFFFFF



Warm Gray 1 C
RGB: 212,208,202
#CFC9C1

Komplement



200 C 50%
RGB: 205,143,138
#DF7E96



50%
RGB: 226,169,146
#E2A992



25%
RGB: 207,189,194
#D6BFC4



75%
RGB: 196,219,215
#BDDCD8



Warm Red C
RGB: 201,62,52
#FD423B

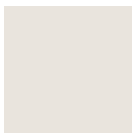


209 C 75%
RGB: 130,82,98
#925463

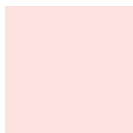


7464 C
RGB: 173,205,201
#A1CFCA

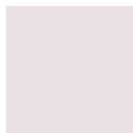
Bakgrundsfärger, inforutor mm.



Warm Gray Light
#EEE9E4



Warm Red Light
#FCE8E7



Purpur Light
#EFE7E9



Aqua Light
#E6F2F1

Interaktionsfärg, knappar, länkar



Turqouis
Call to action
RGB: 255,255,255
#00AAAA

Digital typografi

Webb, nyhetsbrev, bloggar, appar etc.

Rubrik

Adelle Basic Bold/Adelle Basic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö

Brödtext

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö

Powerpoint

Rubrik

Cambria Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö

Brödtext

Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVWXYZÅÄÖ(\$.:+=!?"')0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäö

Riktlinjer för olika digitala plattformar som t ex webb, nyhetsbrev, bloggar, appar etc.

Bilder som publiceras på externwebben ska inte innehålla bågornament eller vertikala streck framför text.

För grafiska element som är klickbara använd Warm Gray 1.

I balkar används vår lila primärfärg alternativt någon av våra andra primärfärger, med rubriker i vit Adelle Basic Light.

Textlänkar sätts i vår turkosa webbfärg. Typsnitt Arial Bold. När muspekaren förs över länkarna blir de (om möjligt) understrukna.

I puffar arbetar vi med komplementfärger och en kombination av Adelle Basic Bold och Adelle Basic Light för att lyfta särskilda budskap.

Rubrik för inkastare sätts i Adelle Basic Bold.

För brödtext använder vi Arial Regular.

Rubriker sätts i Adelle Basic Bold.

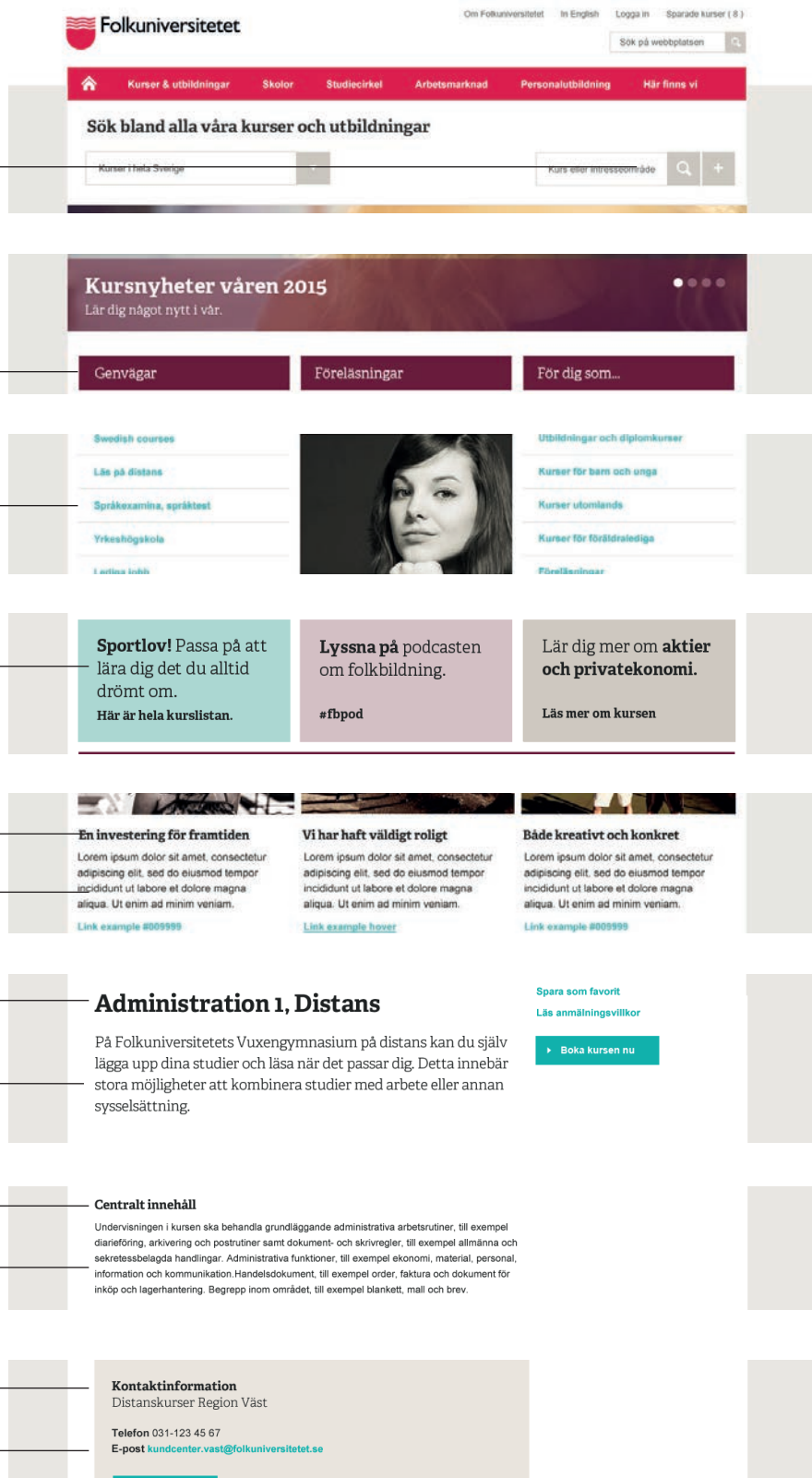
Ingresser sätts i Adelle Basic Light.

Mellanrubriker sätts i Adelle Basic Bold.

Brödtext sätts i Arial Regular.

Kontaktytor använder Adelle Basic Bold i rubriker och Adelle Basic Light i underrubriker.

Brödtext sätts i Arial Bold för kontaktinformation och Arial Regular för text. Länkar som vanligt i vår turkosa webbfärg och Arial Bold.



Exempel på banner

980x240 pixlar.

Rubrik: Adelle Basic Bold. Brödtext: Adelle Basic Light

Färger: Warm Gray 1 C och 209 C.

Powerpoint



Förstasida. Logotyp genomgående längst upp till vänster. Sköldens båge som grafiskt element. Rubrik på förstasidan sätts i Cambria Bold. Underrubrik sätts i Calibri Regular.



Ren textsida. Rubriker i Cambria Bold. Löptext i Calibri Regular.

Powerpoint

 Folkuniversitetet

Här ligger en rubrik.

- Opondam hactam orate
- Endiena mquisquem probut
- Vignates nihiliciam depos in
- Manunum ariterit; in sendes



15-03-27

Sida med både text och bild. Innehållet ordnas i kolumner. Bilderna sätts med ett litet mellanrum för att ge en tydlig struktur.

 Folkuniversitetet



15-03-27

Ren bildsida. Återigen används kolumner för att arrangera sidan. Använd gärna en större huvudbild för att ge ett lugn i layouten.

Powerpoint



Folkuniversitetet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

- Proin consectetur nisi vitae sem aliquam suscipit.
- Proin eget leo imperdiet, tempor nisl eget, hendrerit erat.
- Fusce ullamcorper justo non tempus aliquet.
- Integer commodo diam non orci ornare consequat.

15-03-30

Punktsida. Rubrik sätts i Cambria Bold. Punktlista sätts i Calibri Regular.



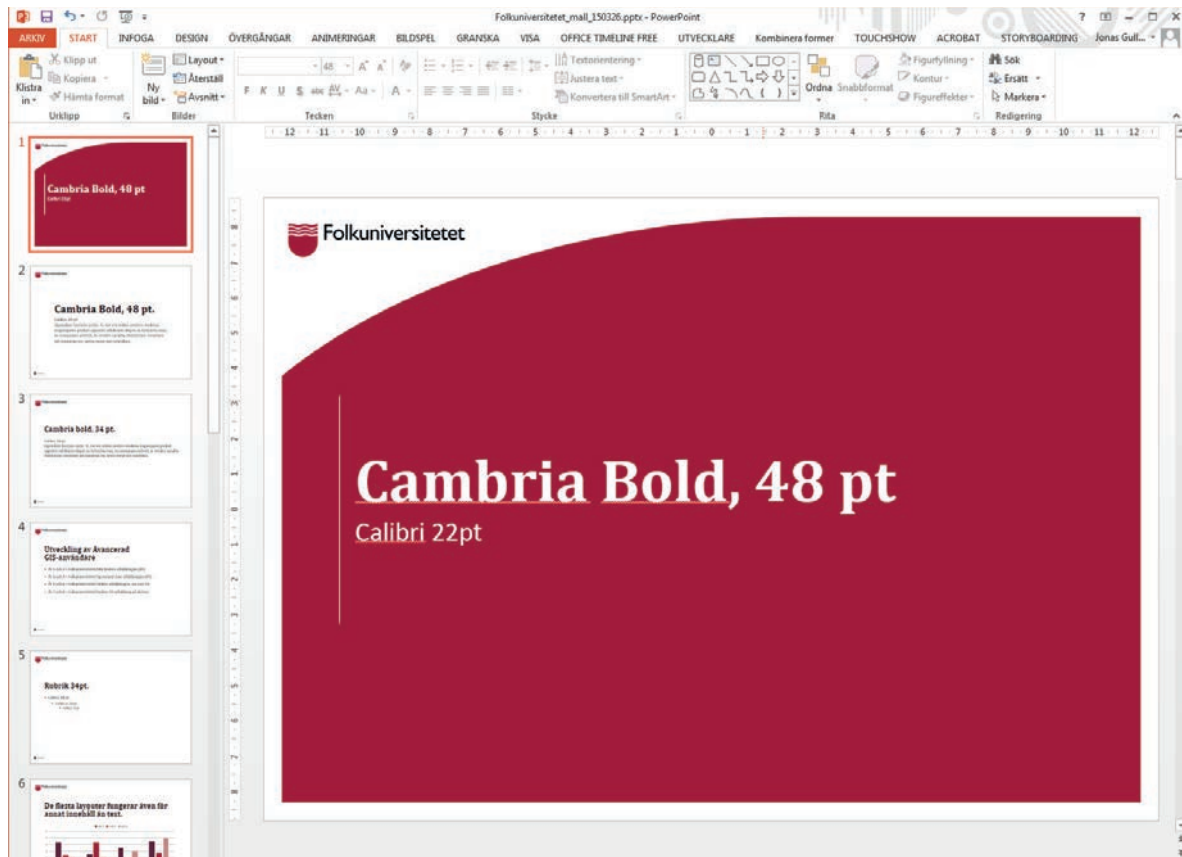
Folkuniversitetet

Förnamn Efternamn 14pt
Titel

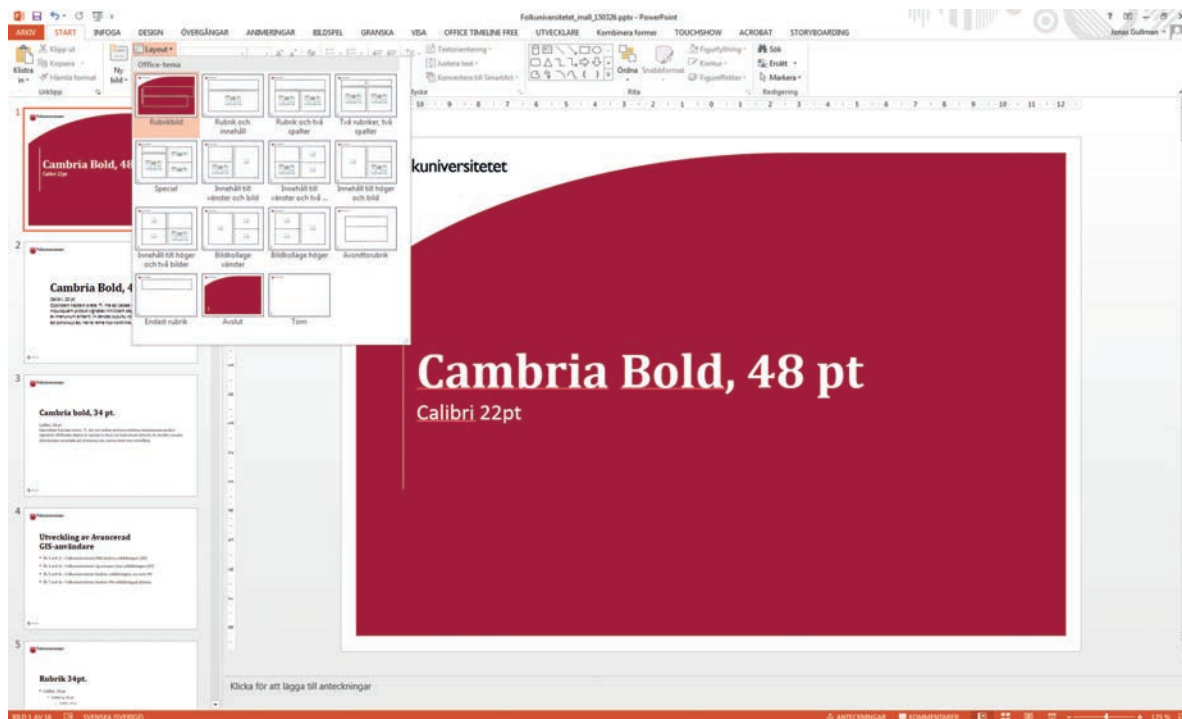
Folkuniversitetet 14pt
Box 26152. 100 41 Stockholm
Tel: 08-679 29 61
www.folkuniversitetet.se

Sista sida: Logotyp genomgående längst upp till vänster. Sköldens båge som grafiskt element.
Kontaktinformation sätts helt i Calibri Regular.

Powerpoint

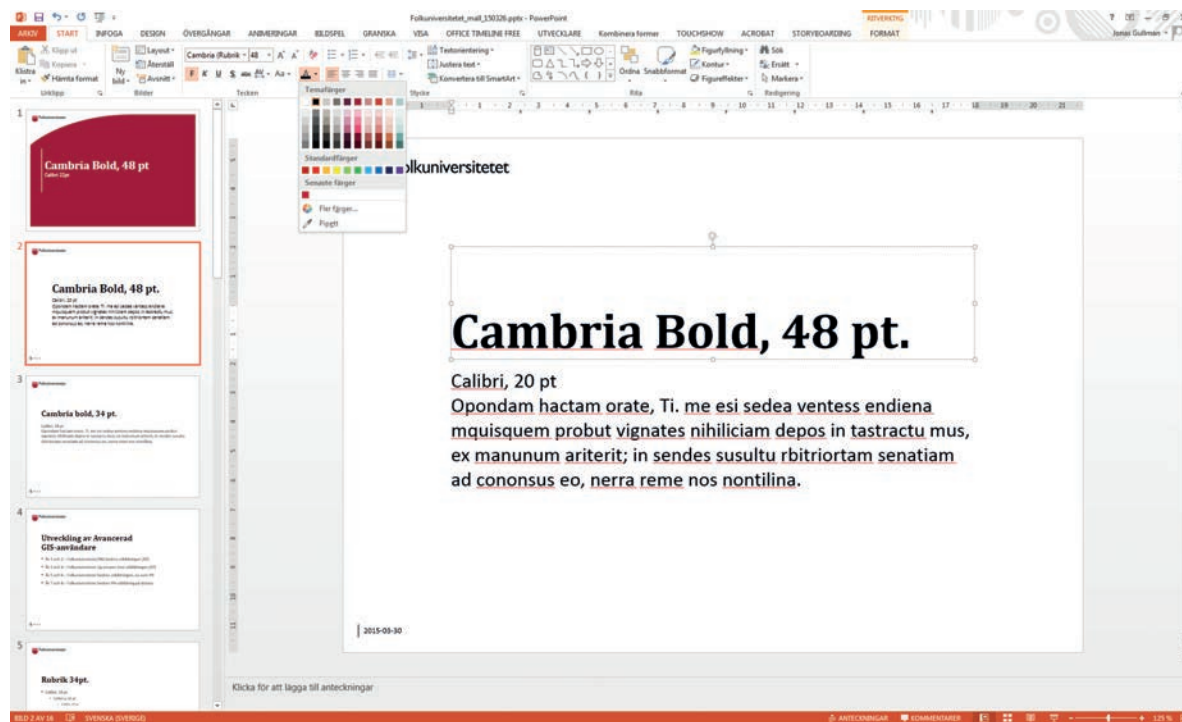


Om du öppnar mallen ser du direkt ett antal exempel på olika sidor. Arbeta vidare med de som är aktuella för dig. Typsnitt och storlek är fördefinierade på alla mallsidor.



Om du öppnar layoutmenyn får du en översikt över de olika mallsidorna.

Powerpoint



I färgpaletten finns Folkuniversitetets profilfärger färdiga att välja.

Mejlsignatur

Förnamn Efternamn
Titel
Folkuniversitetet
Box 26152, 100 41 Stockholm
Tel: 08-679 29 61
www.folkuniversitetet.se

**Folkuniversitetet**

Calibri Regular 11 pkt.

Om radavstånd kan anges, använd 12,5 pkt.

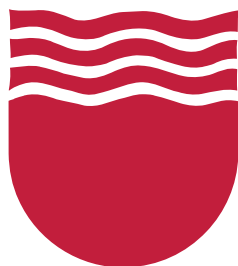
Förnamn Efternamn
Titel
Balettakademien Stockholm
Box 6901, 102 39 Stockholm
Tel: 08-789 41 20
www.folkuniversitetet.se/balettakademien

B A L E T T A K A D E M I E N**Undervarumärke**

Calibri Regular 11 pkt.

Om radavstånd kan anges, använd 12,5 pkt.

Logotypanvändning på begränsade digitala ytor



I vissa fall, som vid Facebook-profilbilder eller i appar, är det omöjligt att behålla läsbarhet och synlighet i vår logotyp med både sköld och typografi. Därför tillåts man här använda skölden fristående som logotyp.

Det är viktigt att vi kommer ihåg att hålla ihop vår grafiska identitet även på nätet. Det är enkelt för en verksamhet att skapa ett konto eller en grupp på sociala medier, men det innebär inte att man i all hast får glömma bort den grafiska manualen.

Exempel



App i mobil.

Vårt profilmaterial handlar, som namnet antyder, om att tydligt profilera sig. Vi arbetar därför med enkla budskap som snabbt får fram Folkuniversitetet. Oftast innebär detta att vi använder vår

logotyp, men i de fall då vi jobbar med enheter som har längre livslängd (till exempel en tygpåse) kan det vara relevant att stärka budskapet med vår kampanj-devis "Kunskap förändrar".

Tygpåse



Framsida (röd)



Baksida (vit)

T-shirt



Kunskap förändrar typograferas "Kunskap" i Adelle Basic Light, "förändrar" i Adelle Basic Bold.

Flaggor



Flagga 1



Flagga 2

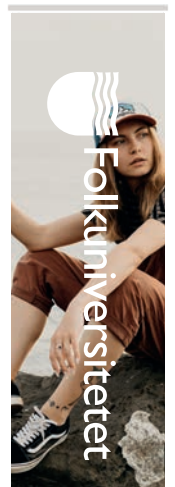
Roll-ups



Roll-up 1



Roll-up 2



Roll-up 3

Rörligt material

Folkuniversitetets grafiska manér för rörligt material påminner om det för trycksaker, online-produktioner och övrigt marknadsmaterial för verksamheten. En grundregel är att film behöver "leva" för att bli intressant för mottagaren och för att uppnå ett önskvärt resultat.

Manérets syfte är att tydliggöra vilka färger, typsnitt, övergångar och manér som gemensamt skapar igenkänning för varumärket Folkuniversitetet.

Det omfattar till exempel inte innehållet i filmer för att skapa en enad identitet.

Förutom detta grafiska manér för rörligt material finns fler dokument att tillgå, som färdiga templates för intro/outro/namnskyltar etc.

Det finns även en instruktionsfilm som visar hur dessa templates ska användas.

Textning

Rörligt material som innehåller en speakerröst, voice over eller dialog ska textas.

Det kan göras på olika sätt. Antingen via en separat fil som man aktiverar eller genom att lägga texten direkt på filmen (inbränd).

Textningen ska ligga i nederkant av filmen och vara lättläst.

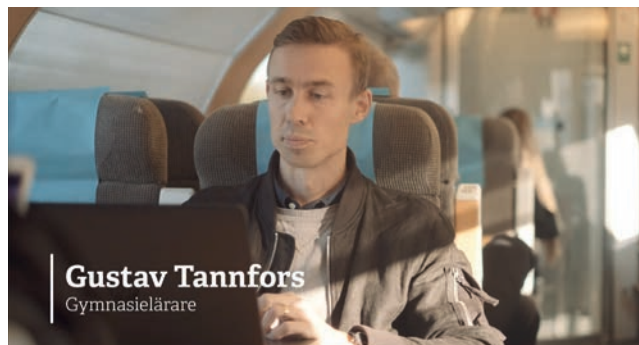
Dock ska textningen inte störa filmens innehåll. Vid inbränd textning ska Folkuniversitetets profiltypsnitt användas som första alternativ. I andra hand ska ett vanligt rakt typsnitt användas. Till exempel Calibri, Helvetica och Arial.

Primärt ska textningen vara vit. Förekommer många ljusa bildsekvenser läggs en svart kant (outline) runt bokstäverna.

Känsla/tonalitet

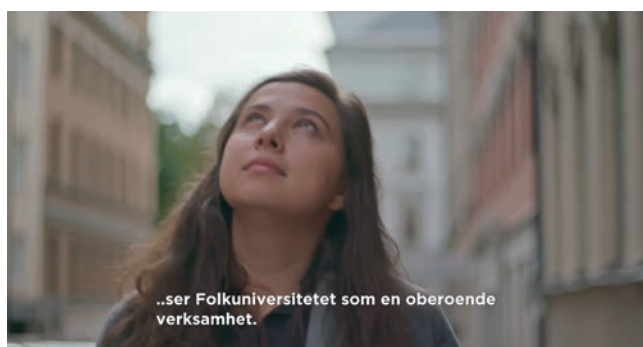
Precis som för foto ska det filmade materialet i första hand ge en känsla av närvaro.

Använd gärna olika typer av människor och miljöer, inte enbart till exempel en lärosal.



Skärpedjup

Kort skärpedjup ger fokus till ett objekt eller människa. Det skapar en drömsk känsla och kan med fördel användas vid klipp som dessa.



Slow motion

Slow motion får gärna användas. Tänk bara på att filmens kvalitet ska hålla för slow motion. Filmen ska vara inspelad med så hög framerate som möjligt. Är den inte det och man ändrar

hastigheten på klippet så fyller redigeringsprogrammet bara ut med dubbla bildrutor och resultatet blir "hackigt".

Svart/vitt

När det filmade materialet inte håller tillräckligt hög kvalitet kan man applicera ett svart/vitt filter på filmen. Det kan röra sig om klipp från olika källor med varierande kvalitet, till exempel från stocksiter eller mobilfilm.

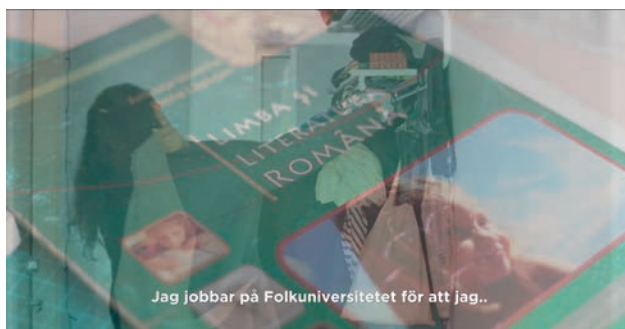
Att tänka på:

Svart/vitt filter bidrar till en dokumentär känsla.

Övergångar/klippning

För filmat material används raka, enkla klipp, utan toningar och cross dissolves.

Klippen ska kännas naturliga och inget man som tittare ska tänka på.

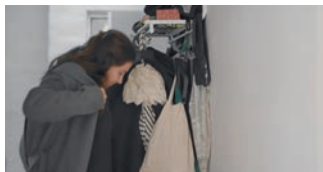


Cross dissolves



Effekter

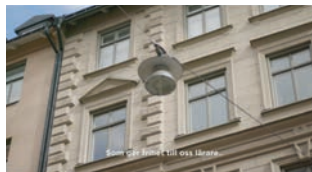
1



2



3



4



Naturliga, följsamma, enkla klipp

Motion Graphics - Animerad film

Vid animerat material är man friare att använda andra typer av klipp och övergångar. Se kapitlet om animerad film. (s. 52)

Typografiska regler för film är samma som för tryckt material. Ibland kan man behöva öka graden i typsnittet något för ökad synlighet. Speciellt för visning i mobiltelefoner och mindre skärmar.

**Kunskap
förändrar**

Adelle Basic Bold
Storlek: 36 pkt/ 35 pkt
Kerning: -20

Många val.
Alla är kloka.

Adelle Basic Light/Bold
Storlek: 50 pkt/ 48,75 pkt
Kerning: -25

Mellanrubrik/brödtext

Adelle Basic Light används i löptext medan mellanrubrikerna sätts i vikten bold.

Om oss

Folkuniversitetet är ett studieförbund som bedriver folkbildning och vuxenutbildning i hela Sverige. Vi är fristående från politiska, religiösa, kommersiella och fackliga intressen.

Adelle Basic Bold/Light
Storlek: 7 pkt/ 8,5 pkt
Kerning: 0

Intro

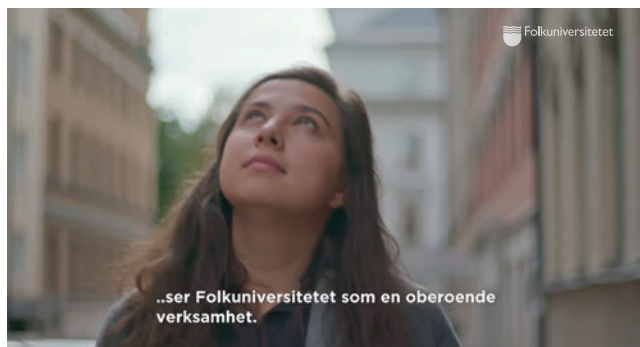
För filmat material används i de flesta fall inget intro i form av en logotyp.

Det kan vara passande att man i slutet visar att det är Folkuniversitetet som är avsändaren.

Undantag finns alltid. Behöver man visa en logotyp i början av filmen så läggs den ovanpå, centrerad och i direkt anslutning till början av filmen. Använd vit logotyp men vid väldigt ljusa bilder används svart logotyp.



Om det är viktigt att visa avsändaren kan logotypen närvara under hela filmen. Placering sker då nere till höger i bild eller längst uppe till höger. Logotypen placeras i vitt men för ljusa bilder används en svart. Rekommenderad opacitet för logotypen är 70%.



Outro

Logotypen ska alltid placeras mitt i bildrutan i slutet av en film. Texten Folkuniversitetet ska vila på den horisontella mittlinjen.

Logotypen för film och animeringar ska alltid vara enfärgad. Antingen vit eller svart beroende på

bakgrund. Logotypen läggs direkt ovanpå rullande film. (1, 2). Undantaget är när payoffen "Kunskap förändrar" används. Då läggs både payoff och logotyp på röd färgplatta (RGB 165, 9, 50) i direkt anslutning till slutet. Payoffen kan göras med streck och utan streck. (3)



Det finns 3 olika typer av outro:

1. Logotyp - Simple

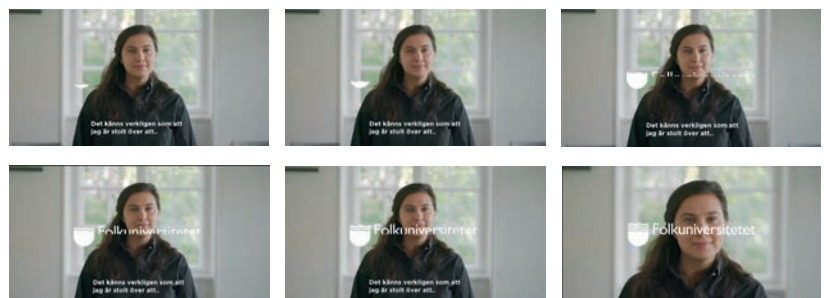
Logotypen läggs direkt på slutet över filmen. Utan toningar och övergångar. Den bör ligga kvar minst 4 sekunder innan filmen slutar.



2. Logotyp - Animerad

Logotypen animeras över filmen i slutet. Symbol och ordmärke maskas ut nedifrån och upp.

Mallar finns att tillgå för olika upplösningar samt i svart och vitt.



3. Logotyp - Payoff

Färgplatta med payoff läggs direkt i slutet och visas i 2 sekunder. Logotypen visas direkt efter. Inga toningar, övergångar eller andra animationer.

Mallar finns för olika upplösningar.



För installation och användning av Templates se filmen: [instructions.mp4](#)

Namnskyltar

Namnskyltarna är uppbyggda kring linjeringen där namn och titel med en mjuk animering skjuts ut från linjen. Linjen animeras först ut, nedifrån och upp. Den består av en in-animering och en ut-animering.

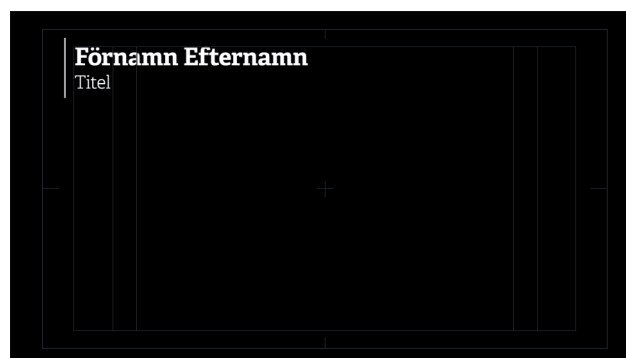
Namnskyltarna ska i första hand placeras längst ner till vänster i bild. Ligger det textning och annat i vägen kan den också placeras längst upp till vän-

ster i bild. Namnskyltar sätts i typsnittet Adelle och beroende på bakgrund i antingen vitt eller svart.

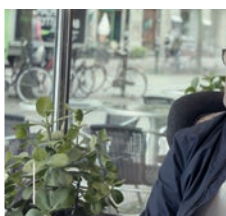
Det finns mallar för olika varianter, svart, vitt, uppe, nere, full HD och även 4K upplösning. De är responsiva och går att dra i tid utan att påverka in- och -ut-animationens längd och hastighet.

Den rosa linjen
håller samma
mått på alla ställen

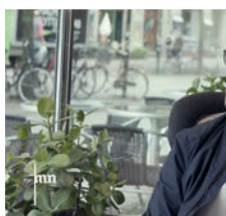
Förnamn Efternamn
Titel



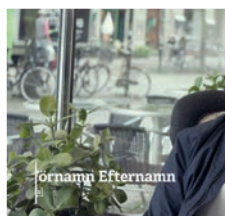
1. Inget visas



2. Linjen skjuts upp



3. Texten skjuts ut
från linjen, vänster till
höger



4. Forsätter...



4. ...tills hela visas

Templates

Mallar levereras i **.mogrt** filer som lätt kan användas i *Adobe Premiere* i fliken *Essential Graphics*.

Adobe Rush

Eftersom Adobe Rush ännu inte klarar av avancerade **.mogrt** filer finns det en enklare template att använda för detta. Namn och titel tonas snabbt fram och tonas sedan bort. (Enligt Adobe är stöd för **.mogrt**-filer inplanerad i kommande uppdatering)

För installation och användning av Templates se filmen: **instructions.mp4**

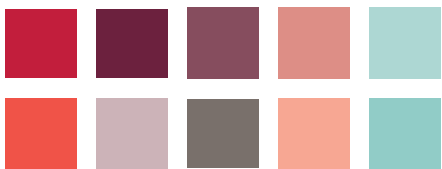
Animerad och illustrerad film är friare än filmat material. Här kan man anpassa stil, tempo och känsla efter typ av film.

man även friare att använda olika färgplattor och bakgrunder. Övergångar är också friare beroende på typ av film.

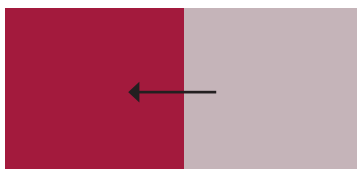
När det gäller animerad film bör Folkuniversitetets färgskala användas i den mån det går. Här är

Några tips

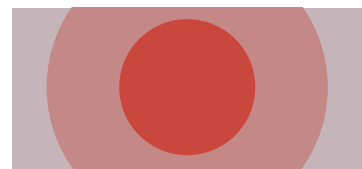
- Låt filmen få ett bra flyt och tempo. Det får inte bli stelt och stillastående. Skapa sammanhängande övergångar
- Jobba med att det ska finnas lite rörelse i varje frame
- Använd gärna populärkulturella referenser
- Arbeta gärna med humor, charm och överdrivna proportioner
- För att skapa mer värme och en handgjord känsla kan man lägga skuggor och texturer på illustrationer
- Man kan även lägga en liten animering på hela illustrationen så att linjerna "rör sig". Detta ger en mer handritad känsla vilket gör att man får in lite rörelse hela tiden



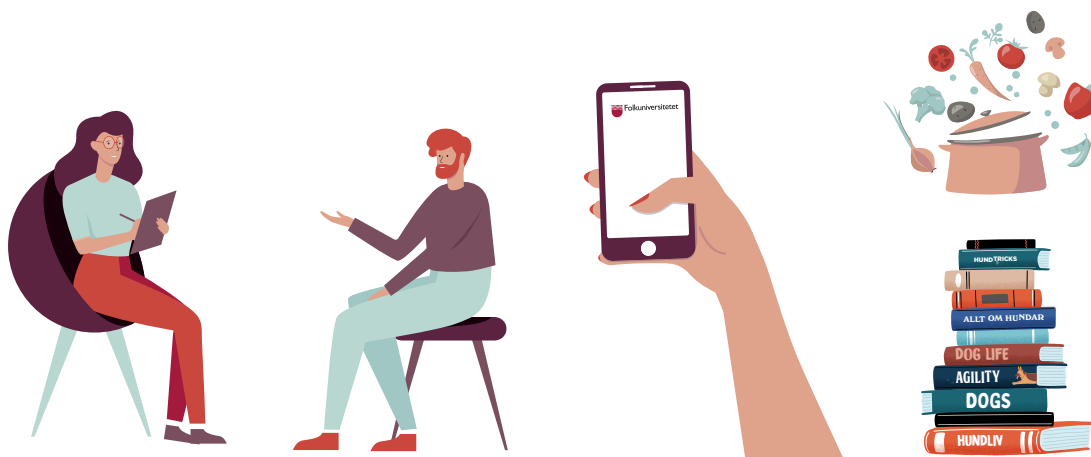
Folkuniversitetets färger.



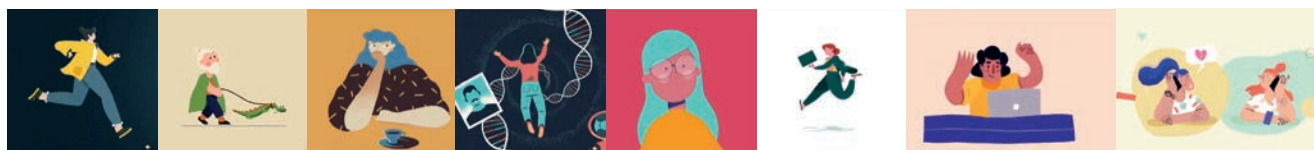
En typ av övergång kan vara att man skjuter bilden åt sidan för att ta sig till nästa scen.



En annan typ av övergångar man kan jobba med är ringar och cirklar som växer.



Exempel på illustrationer med Folkuniversitetets färgskala.



Fler exempel på olika stilar.

Ibland görs kortare informationsfilmer för sociala medier som till exempel Instagram. Här kan bilder, foto, texter och film användas för att göra ett rörligt bildspel.

För Instagram skall formatet göras i 1080 x 1080px. Filmerna bör hållas under 60 sekunder (gärna kortare).

Logotypen ligger alltid längst ner till höger i bild i antingen vitt eller svart beroende på bakgrund.

Kortare meningar och rubriker kan centreras. Vid längre texter bör dessa vänsterställas.



Templates

Mallar för textplattor levereras i **.mogrt** filer som kan användas i *Adobe Premiere* i fliken *Essential Graphics*.

Där finns templates med 1 rad, 2 rader och 3 rader. Där går det att ändra text, ändra färg på plattan (använd färg från Folkuniversitetets palett, det som passar för filmen) och skala storleken.

För installation och användning av Templates se filmen: **instructions.mp4**

Musik

Musik till film ska vara organisk. Det ska finnas känsla av rörelse och dynamik. Undvik musik med uppenbart elektroniska och digitala instrument. Undvik även störiga ljud som plötsligt höga ljud, och obefogade ljud.

Tyvärr märker inte tittaren när ljudkvaliteten är bra för den förväntas vara det. Detta resulterar i att dåligt ljud märks direkt. Bra ljud är ett måste!

Exempel:

www.premiumbeat.com/royalty-free-tracks/bon-voyage

www.premiumbeat.com/royalty-free-tracks/vespertine

www.premiumbeat.com/royalty-free-tracks/the-canyon-scream

Vill du ha mer information om Folkuniversitetets grafiska manual, eller är du osäker på hur du får använda logotyper, namn och texter? Kontakta förbundskansliet på telefon 08-679 29 50 eller e-post: info@folkuniversitetet.se
Den senaste versionen av vår grafiska manual finns alltid tillgänglig på vårt intranät.