Grafisk manual
Folkuniversitetet

December 2019

Folkuniversitetet

Innehåll

Inledning	3
Logotyp	4
Färgpalett	12
Typografi	14
Grafiska element	17
Bildspråk	20
Kontorsmaterial	24
Trycksaker	29
Digitalt	34
Profilmaterial	44
Rörligt material	45

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 våglika 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

Logotyp

Logotypen är en viktig del av vårt varumärke och ska förmedla bilden av Folkuniversitetet. Den är för vårt 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.





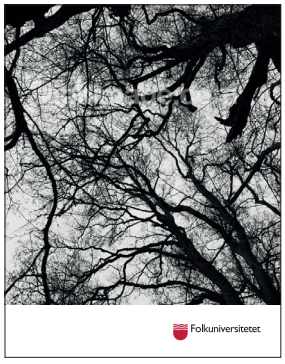




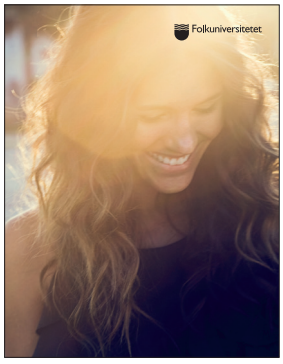


För att ytterligare framhäva identiteten ska det alltid finnas ett fritt utrymme runt logotypen. En frizon motsvarande versalhöjden i bokstaven F i logotypen ska eftersträvas. Ingen text eller andra grafiska element får placeras innanför denna frizon. Undantaget från denna regel är när logotypen kombineras 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.

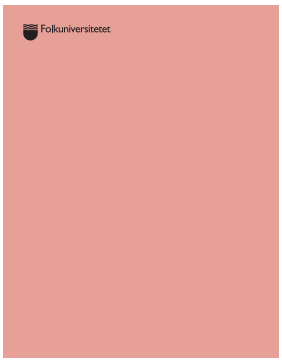
Logotyp
Placeringar



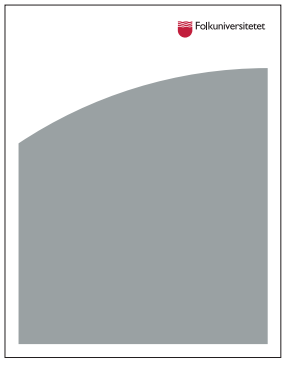
A.



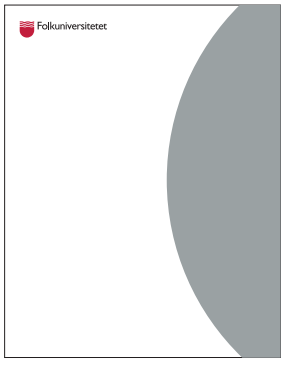
B.



C.



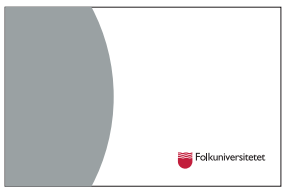
D.



E.



F.



G.

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).

Röd sköld, svart typografi (grundform)

Folkuniversitetet

Röd logotyp (enfärgad)

Folkuniversitetet

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

Svart logotyp (positiv)



Folkuniversitetet

Vit logotyp (negativ)



Folkuniversitetet

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 används.

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.

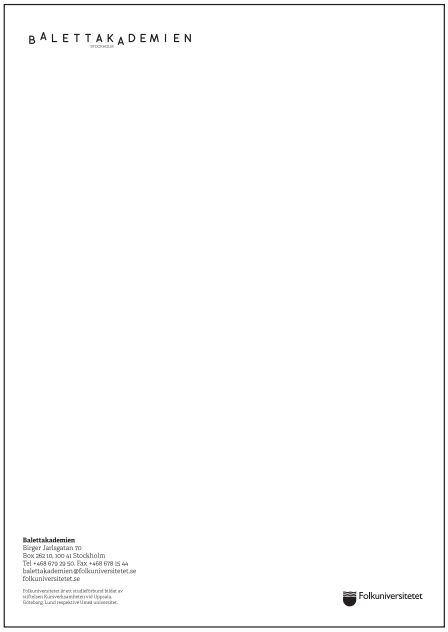
Övriga varumärken
Anknutna stiftelser, dotterbolag och andra självständiga, juridiska personer bör ha egen logotyp. Önskvärt är att det framgår att den egna juridiska personen är en del av Folkuniversitetet. Skölden kan kombineras med dessa egna varumärken endast i vissa fall, se nedan. Nya initiativ 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, Folkuniversitetet Uppdrag AB och Folkuniversitetets Serviceaktiebolag.

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 grund-
form. Om detta inte fungerar, använd svart eller som i detta fall
vit logotyp.



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.



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 profilfärgen.



B. Använd inte röd sköld med vit text.



C. Rotera inte logotypen.



D. Ändra inte opacitet.



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



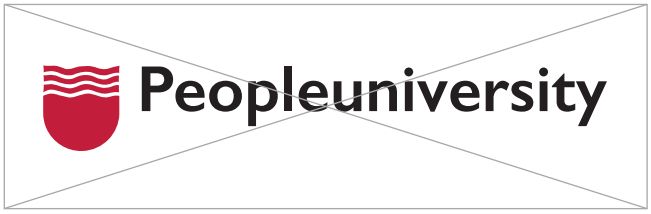
F. Använd inte vit eller svart logotyp mot bild där logotypen inte kommer att synas.



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.

Färgpalett

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 vinröd 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%

25%

75%

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

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

100%
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.



Pantone **209 C** Pantone **200 C** Pantone **Warm Red C**

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.



Pantone **209 C** Pantone **Warm Gray 1 C** Pantone **Warm Red C**



Pantone **200 C** Pantone **Warm Gray 1 C** Pantone **200 C 50%**



Pantone **209 C 25%** Pantone **7464 C** Pantone **209 C**

Typografi

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

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Rubrik/brödtext
Adelle Basic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Brödtext
Adelle Basic Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

AaBbCc

Bildtext/info/ingress
Guardian Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Bildtext/info/ingress
Guardian Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Bildtext/info/ingress
Guardian Sans Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Sajt

Rubrik
Adelle Basic Bold/Adelle Basic Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Brödtext
Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Kontorstypografi
(Word, Powerpoint)

Rubrik
Cambria Bold/Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Brödtext
Cambria Regular. Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

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%

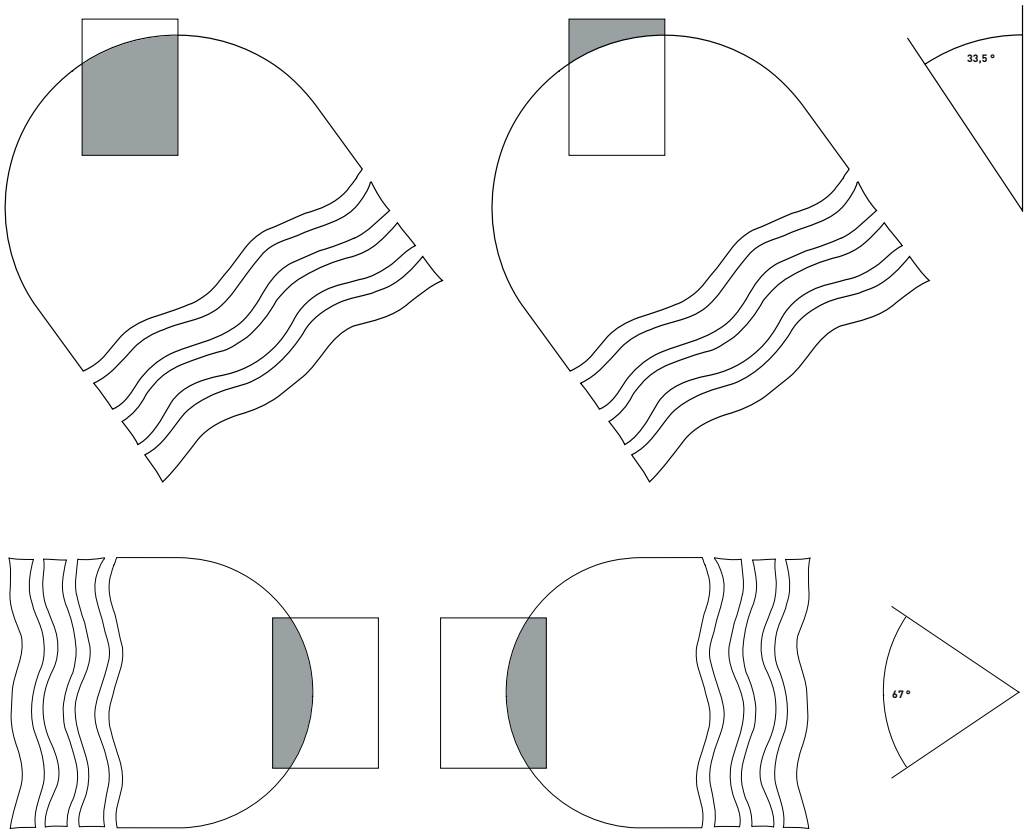
Grafiska element

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

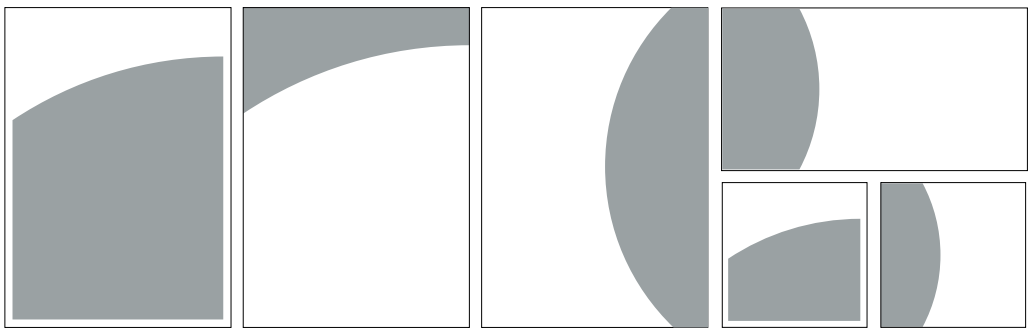
Grafiska element
Exempel

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



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



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

Inforutor 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 utbildningar

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



Annons



Tygpåse

Bildspråk

Bilderna vi använder ska i första hand ge en känsla av närvaro. Uttrycket ska vara vackert och stilfullt. 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. Bilden ovan är ett exempel på hur en synbart trist miljö fotad på rätt sätt kan kännas inspirerande.



Kort skärpedjup bidrar till en drömsk känsla och hjälper samtidigt ögat att sålla 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

Kontorsmaterial

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

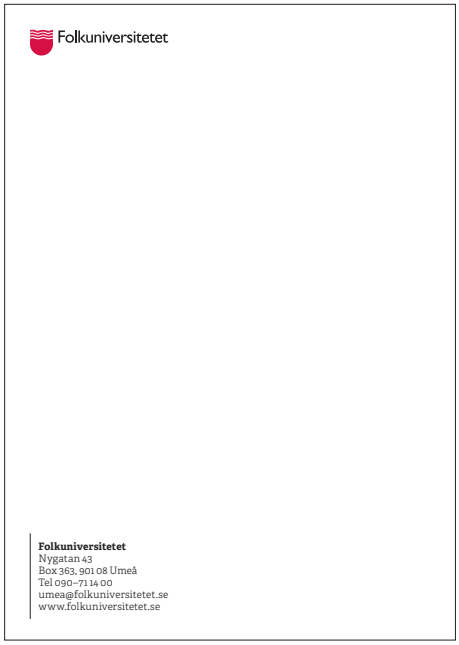


Framsida. 85x55 mm.
Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.



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

Korrespondensblock

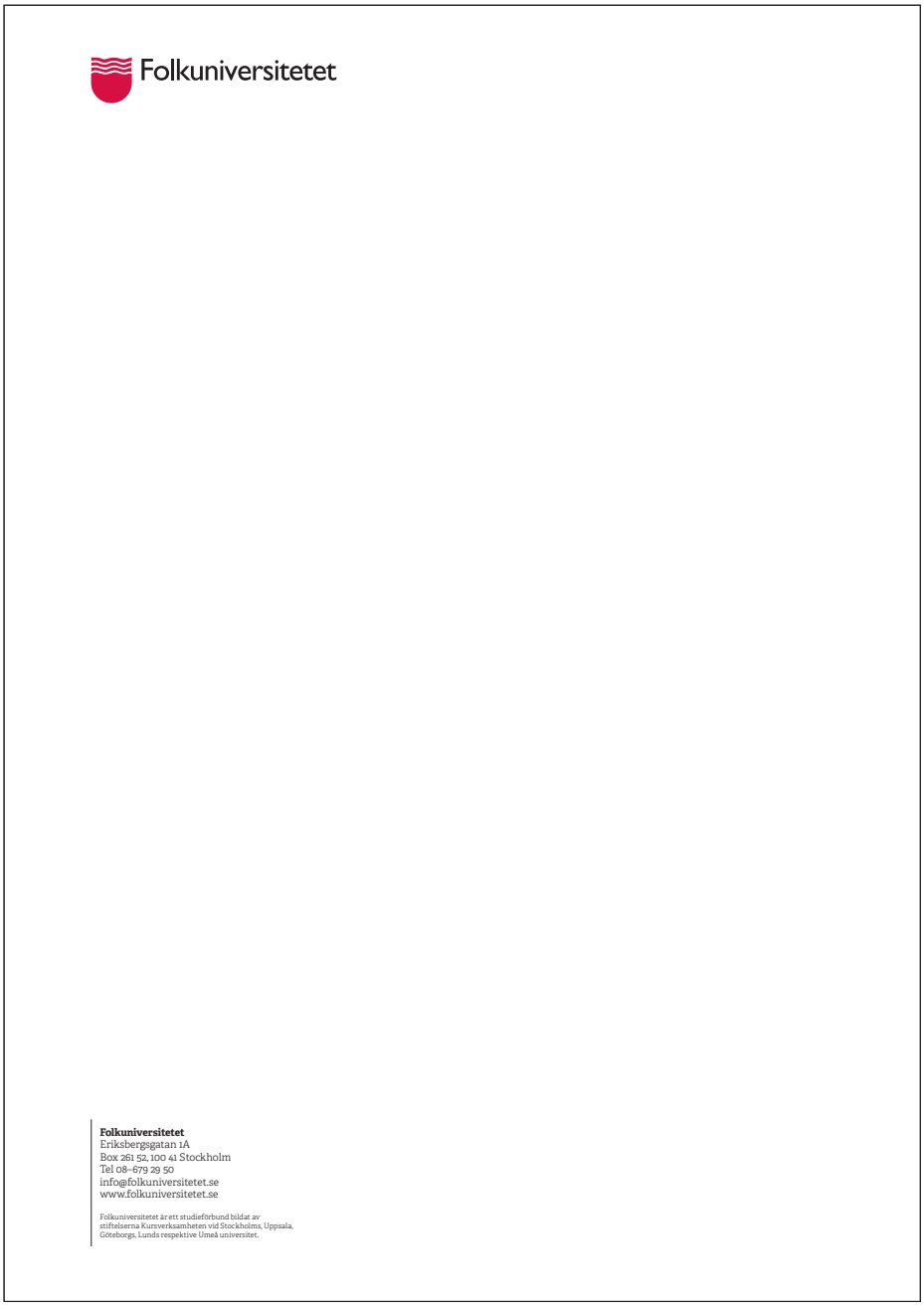


A5. Framsida. Adelle Basic Bold/Light 6,75 pkt/8 pkt.
Logotyp placeras i övre vänstra hörnet för att få variation i de olika enheterna.



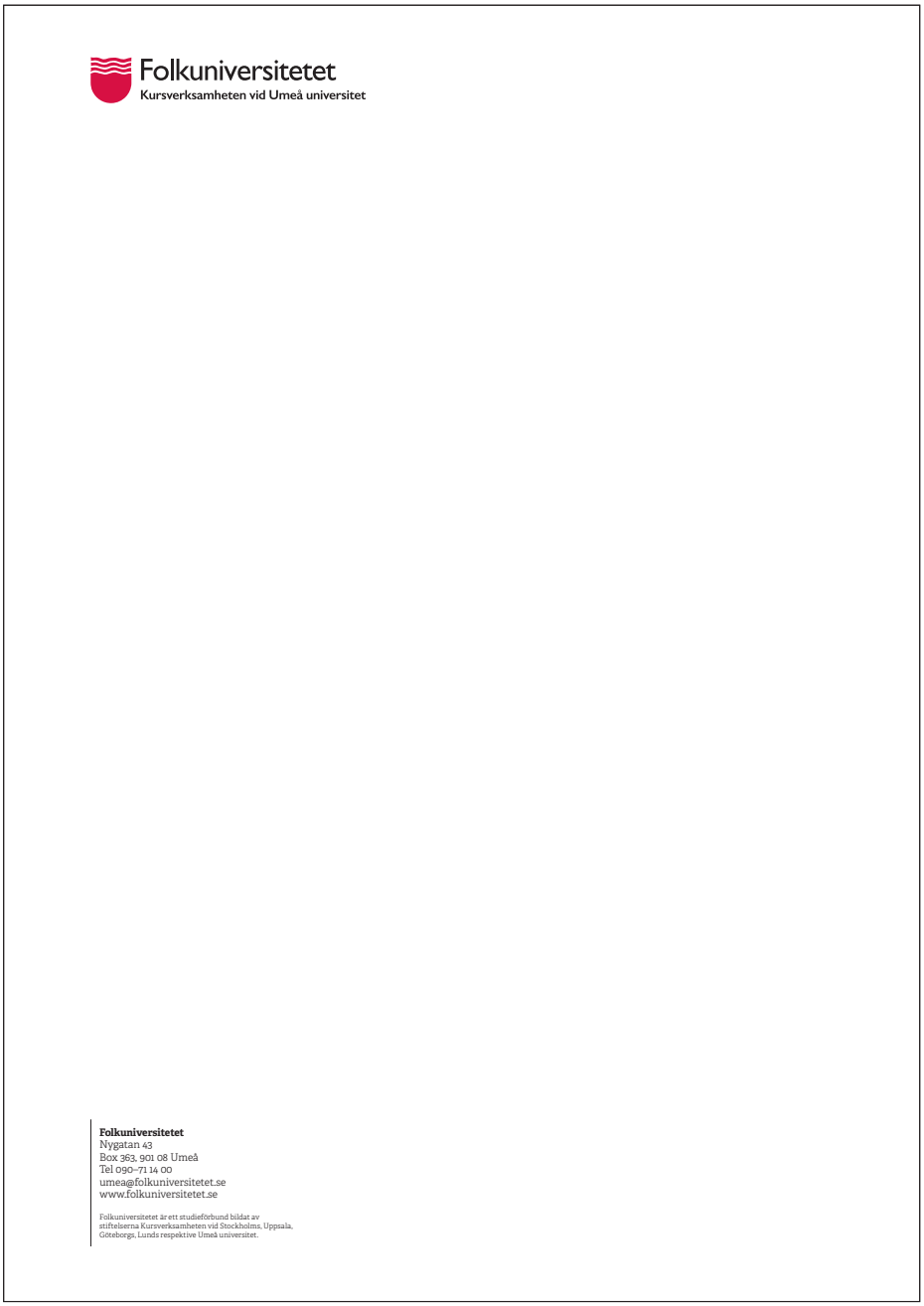
A5. Baksida.
Antingen med färg eller utan färg.

Brevpapper



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.

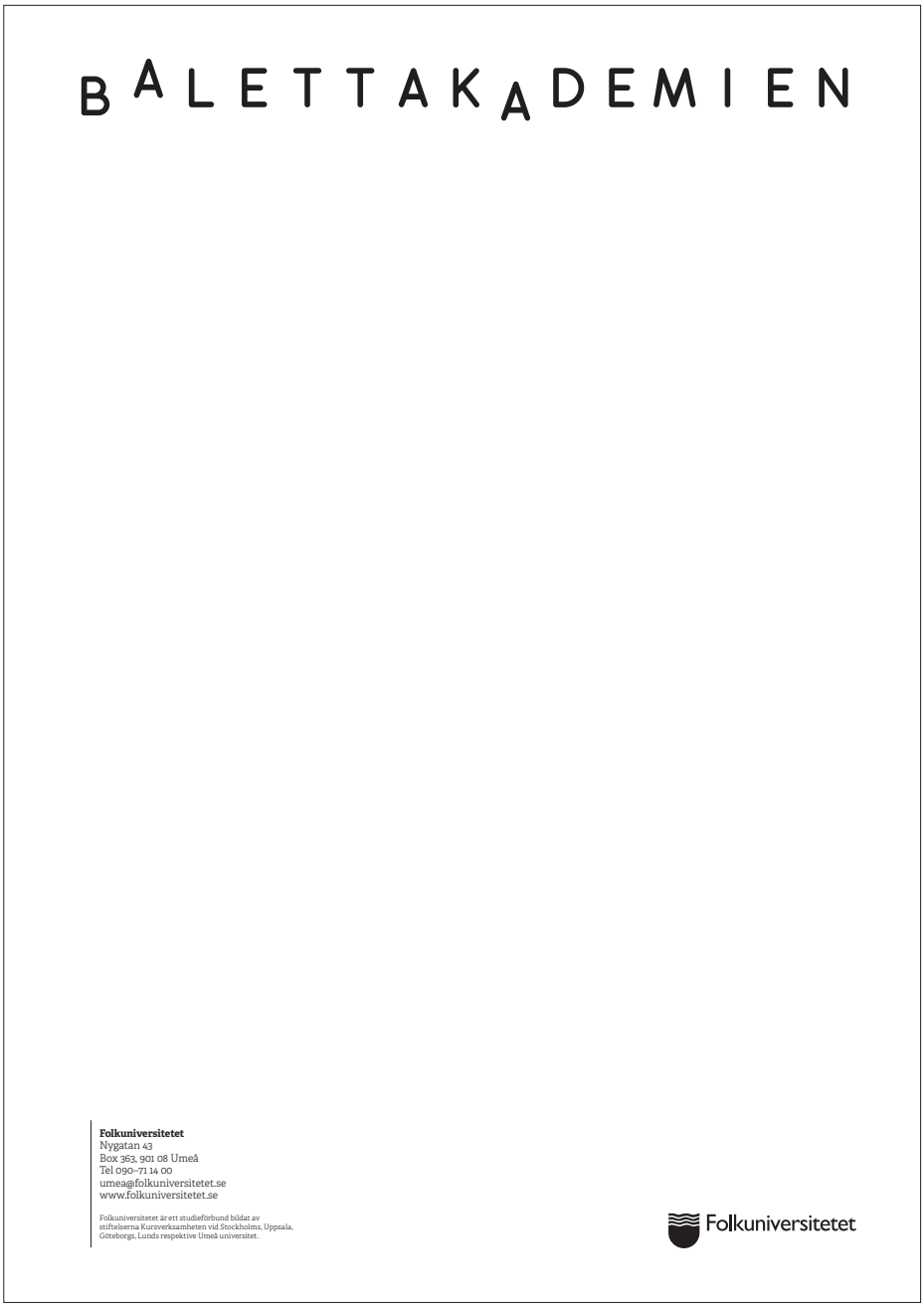
Brevpapper regionalt



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.

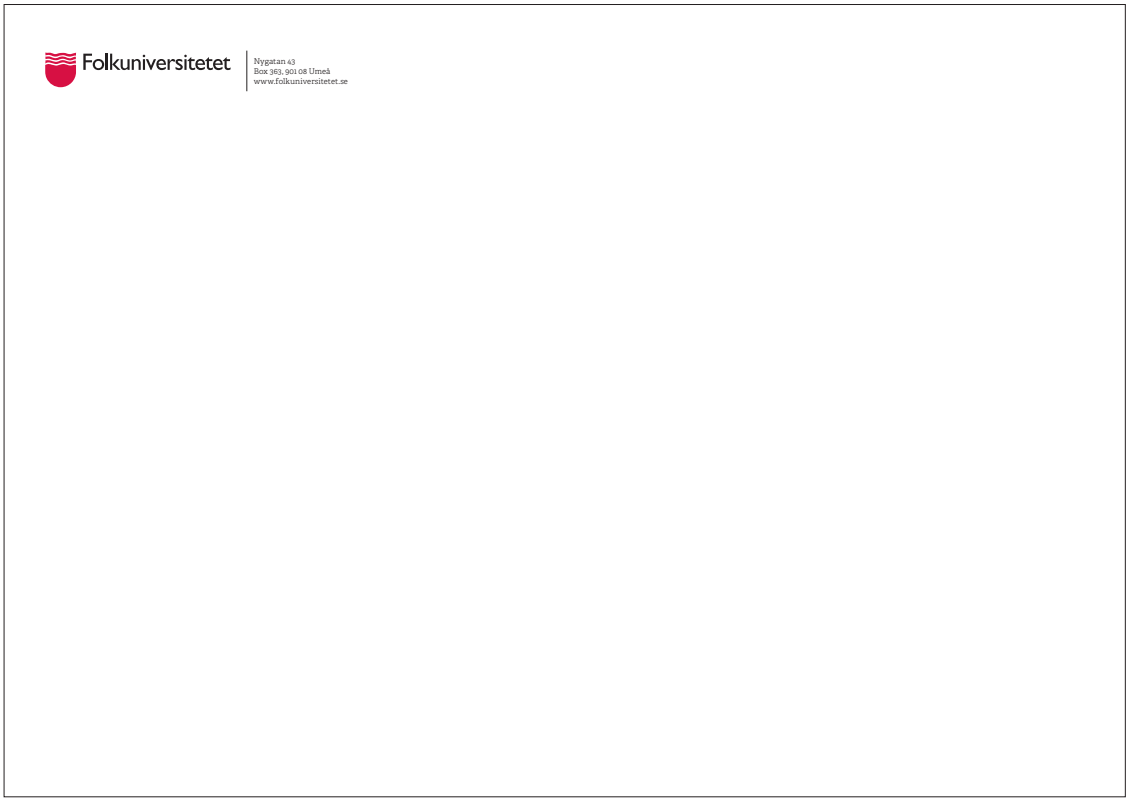
Wordmall.
Ärendemening/Rubrik: Cambria Bold 12 pkt 1,0 Radavstånd.
Brödtext: Cambria Regular 12 pkt 1,0 Radavstånd.
Text typograferas 13cm ned på sidan.

Brevpapper undervarumärke/produktnamn



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

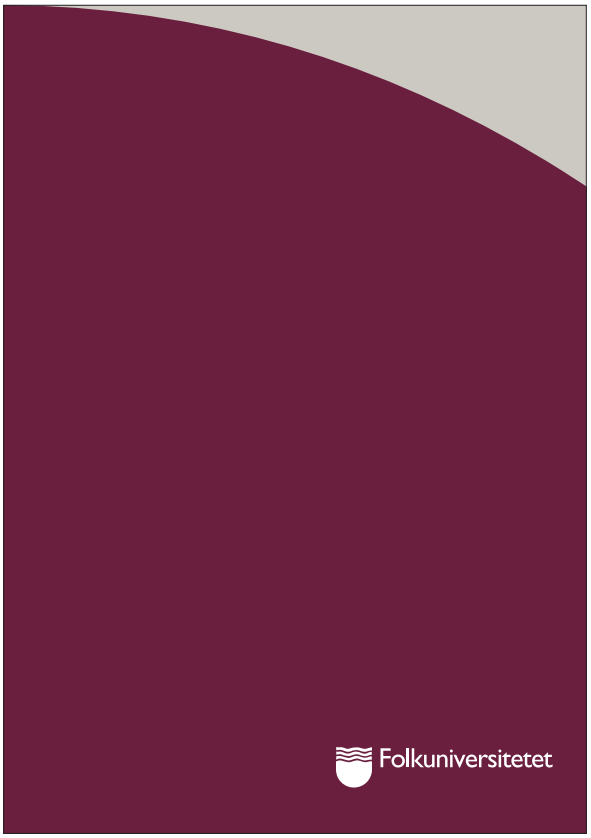
Brevpapper: 90 g Scandia 2000 White

Trycksaker

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



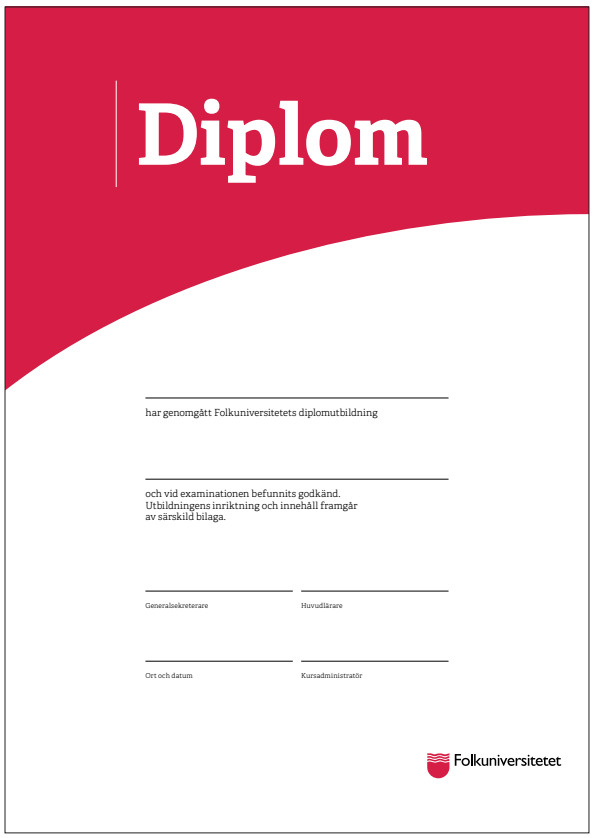
215x305 mm

Namnskylt



65x35 mm

Diplom

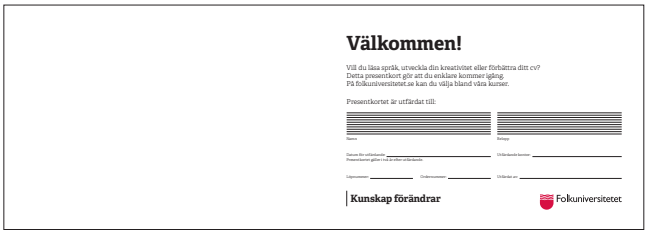


A4. Trycks på papper: Scandia 2000 White. 200 g.
Rubrik: Adelle Basic Bold.
Övrig information: Adelle Basic Light.

Presentkort



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



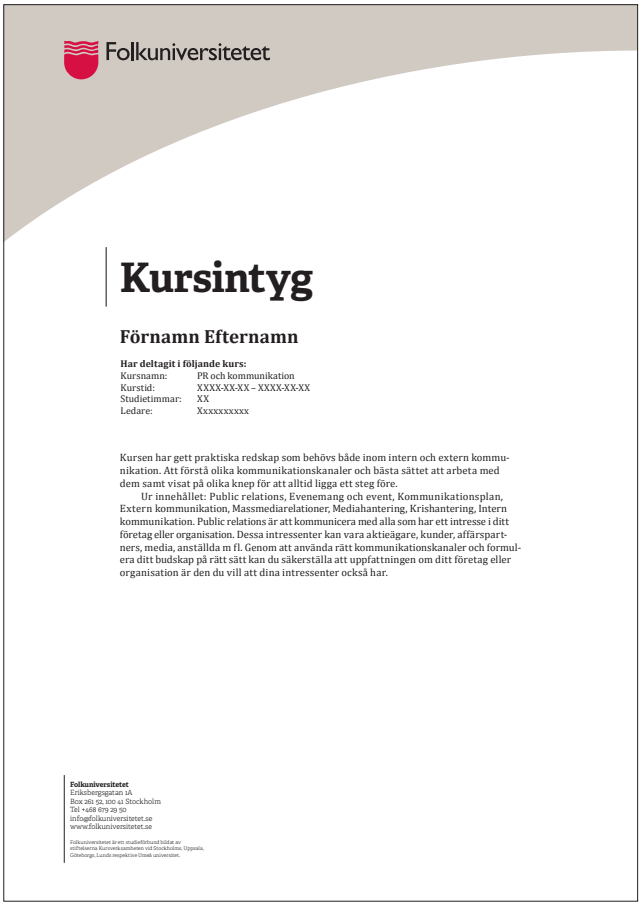
A6 folder. Insida.
Rubrik: Adelle Basic Bold.
Brödtext: Adelle Basic Light.

Produktblad



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

Kursintyg



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: 048-691 83 00
Webb: folkuniversitetet.se/stockholm
Instagram: @folkuniversitetetstockholm
Facebook: folkuniversitetetstockholm
Twitter: folkuniversitet

Platsannons

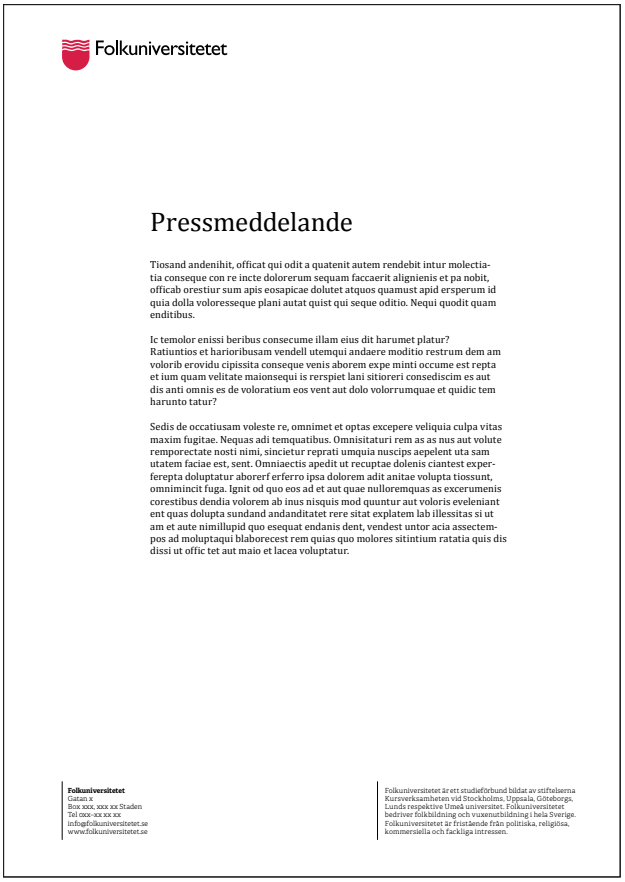


A6. Rubrik: Adelle Basic Bold 40/37 pkt.
Brödtext: Light 9,5 pkt/12 pkt.



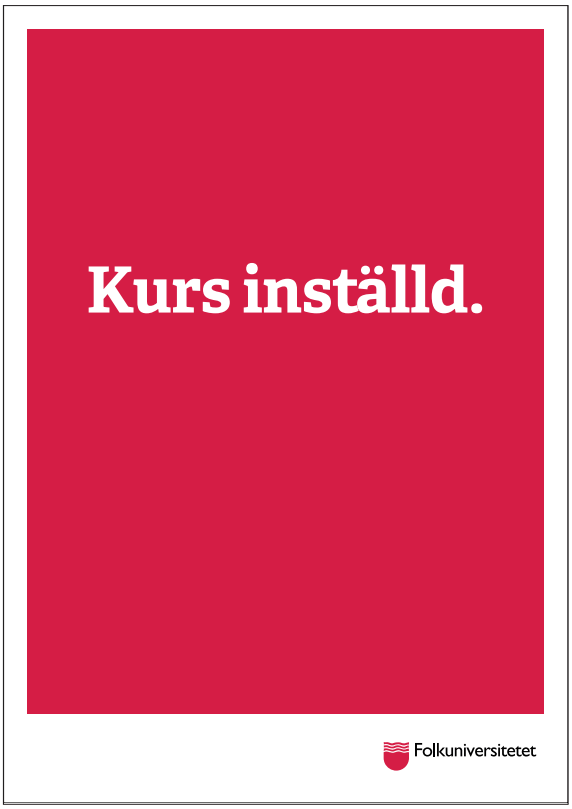
A5. Rubrik: Adelle Basic Bold 44/40 pkt.
Brödtext: Light 9,5 pkt/12 pkt.

Pressrelease



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

Anslag



A3.



A3.

Affisch



500x700 mm.



500x700 mm.

Digitalt

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
#DF7F96

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

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Brödtext
Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Powerpoint

Rubrik
Cambria Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Brödtext
Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZÅÄÖ($.:+=!?&")0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

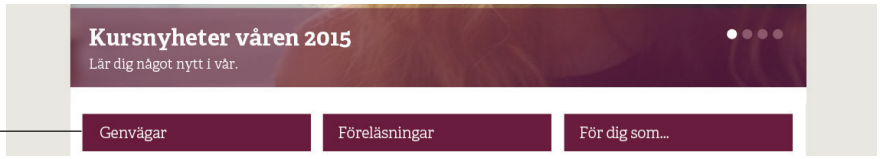
Riktlinjer för olika digitala plattformar som t ex webb, nyhetsbrev, bloggar, appar etc.

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.



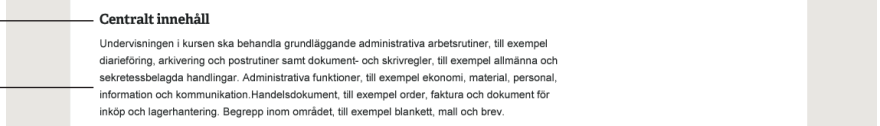
Rubriker sätts i Adelle Basic Bold.

Ingresser sätts i Adelle Basic Light.



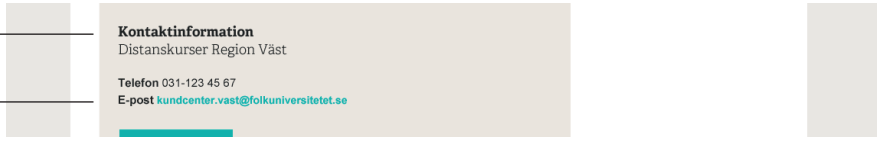
Mellanrubriker sätts i Adelle Basic Bold.

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.

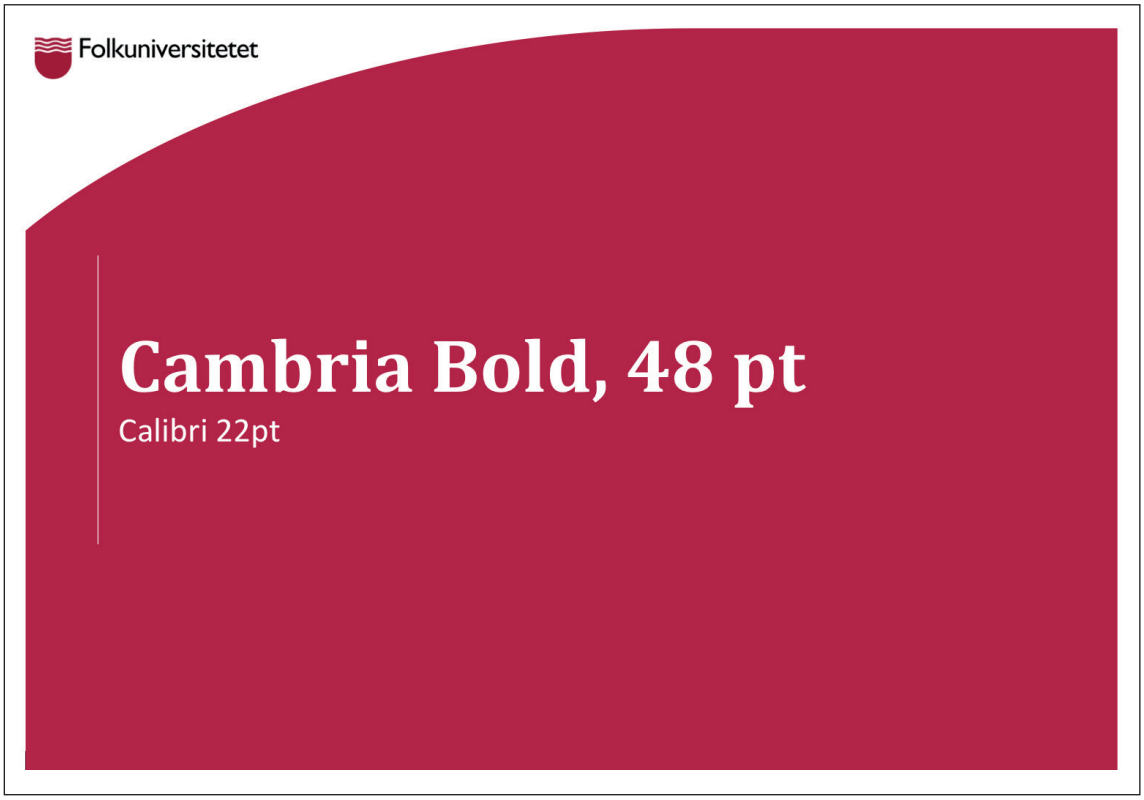


Exempel på banner



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.

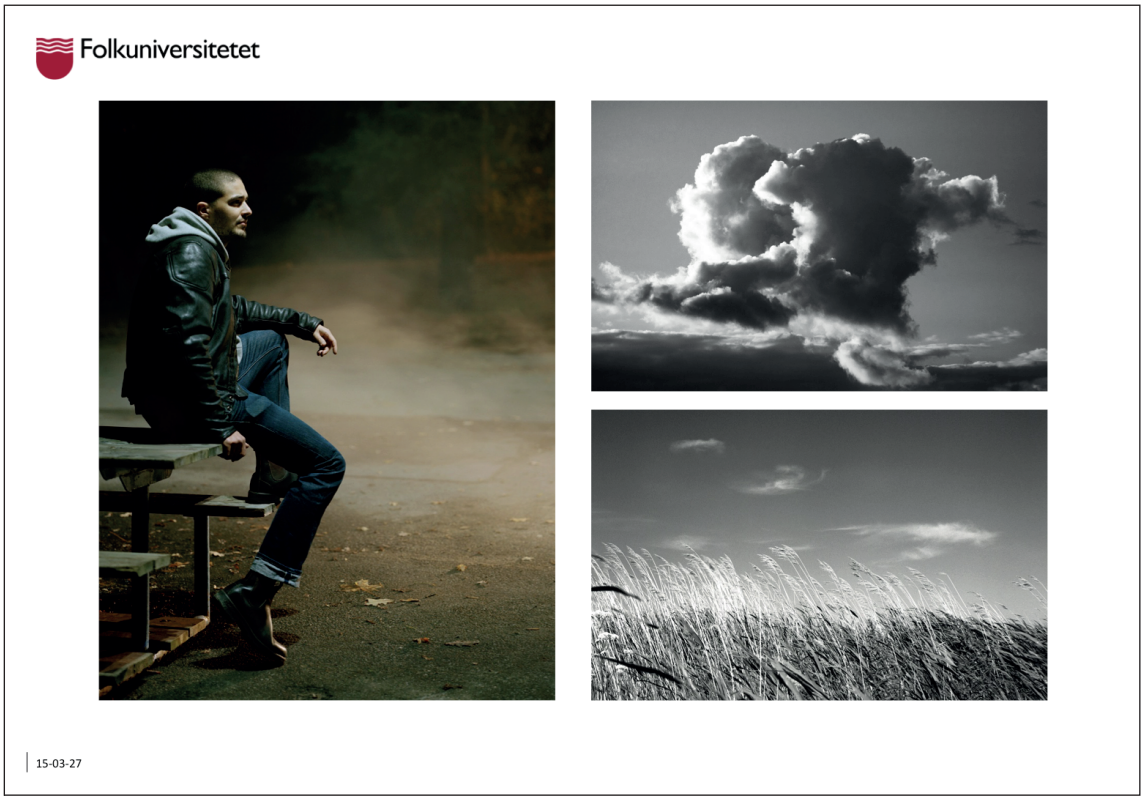


Ren textsida. Rubriker i Cambria Bold. Löptext i Calibri Regular.

Powerpoint



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

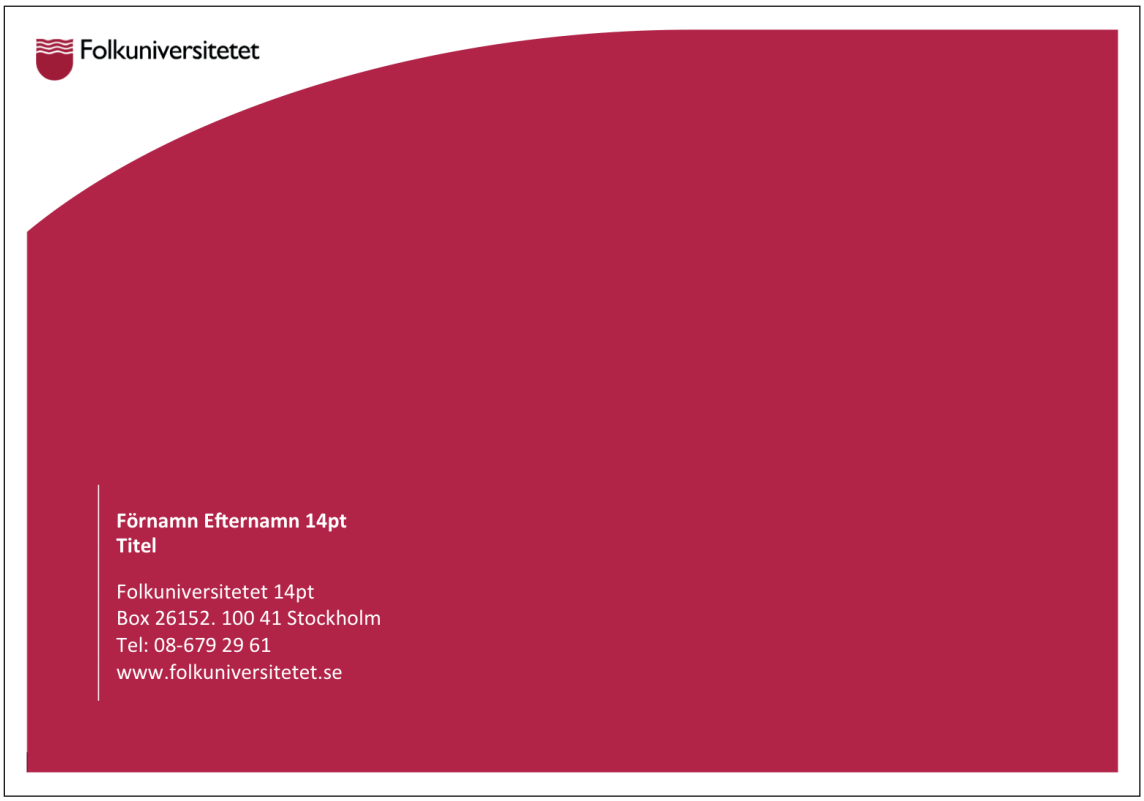


Ren bildsida. Återigen används kolumner för att arrangera sidan. Använd gärna en större huvudbild för att ge ett lugn i layouten.

Powerpoint

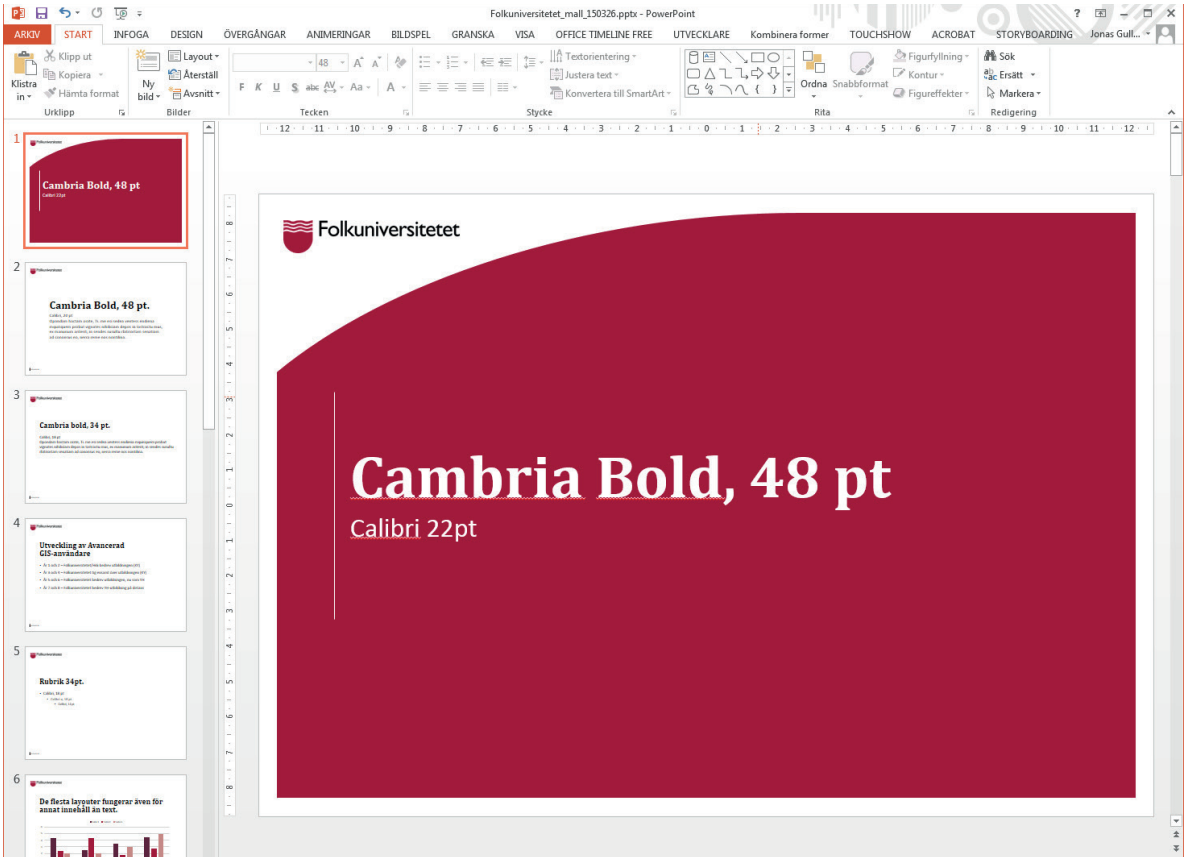


Punktsida. Rubrik sätts i Cambria Bold. Punktlista sätts i Calibri Regular.

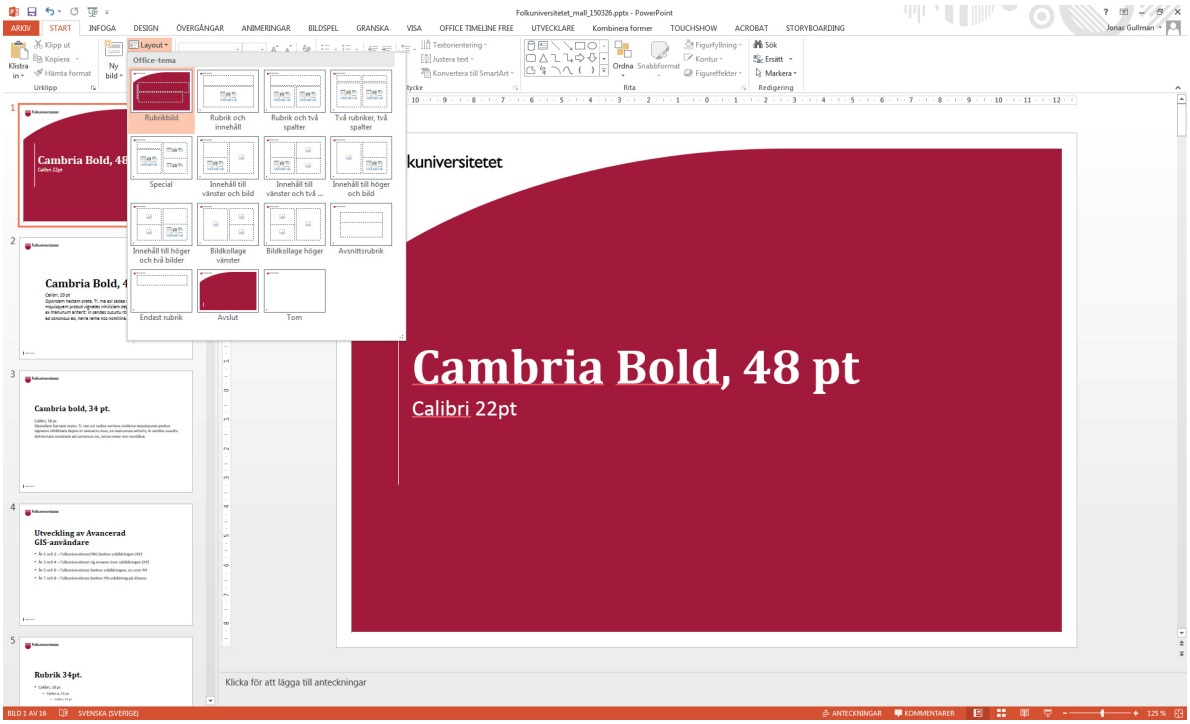


Sista sida: Logotyp genomgående längst upp till vänster. Sköldens båge som grafiskt element.
Kontaktinformation sätts helt i Calibri Regular.

Powerpoint

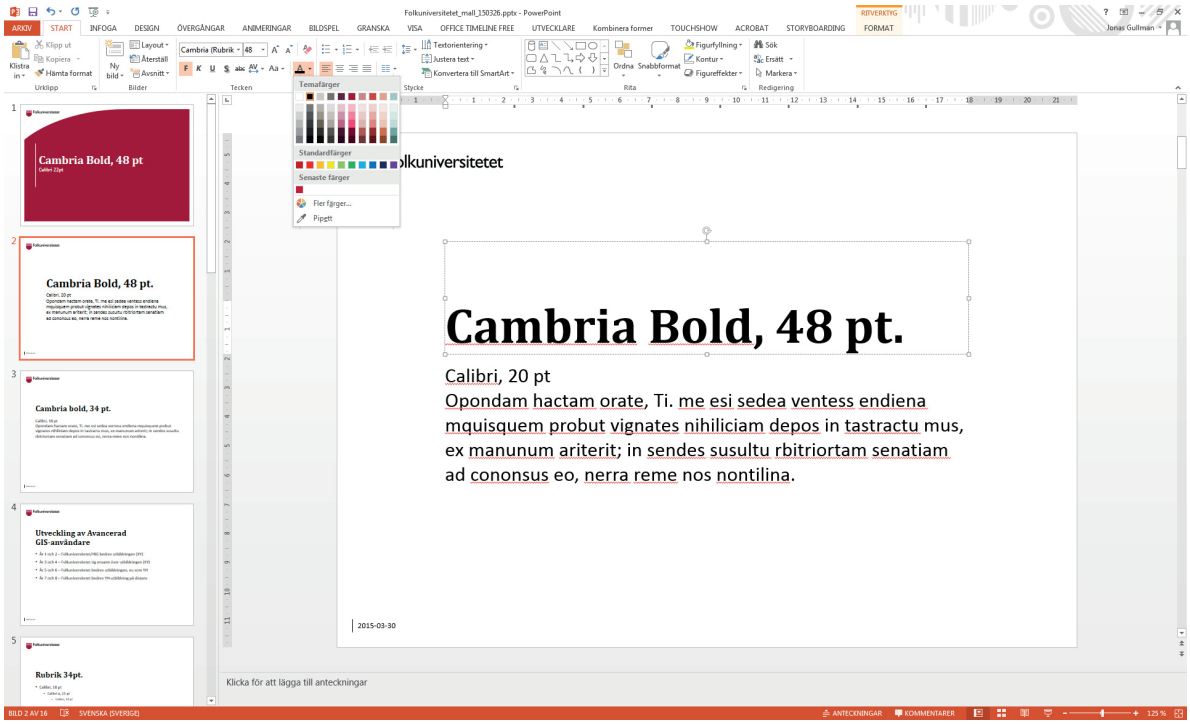


Om du öppnar mallen ser du direkt ett antal exempel på olika sidor. Arbeta vidare med de som är aktuella för dig.
Typsnitt och storlek är fördefinierade på alla mallsidor.



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

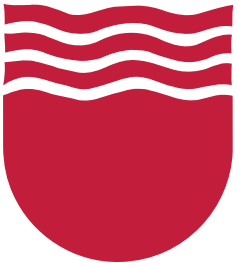
Folkuniversitetet
Calibri Regular 11 pkt.
Om radavstånd kan anges, använd 12,5 pkt.

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

BALETTAKADEMIEN
Folkuniversitetet

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.

Profilmaterial

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 kampanjdevis ”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.

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

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

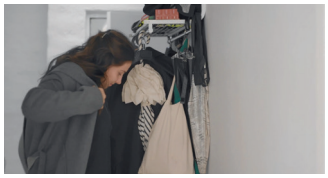


Cross dissolves



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.

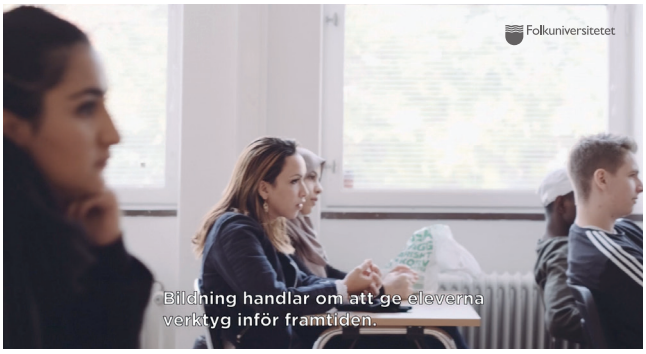
Undantag finns alltid. Behöver man visa en logotyp i början av filmen så läggs den ovanpå, centrerad och i direkt anslutning till början av filmen. Använd vit logotyp men vid väldigt ljusa bilder används svart logotyp.



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%.







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

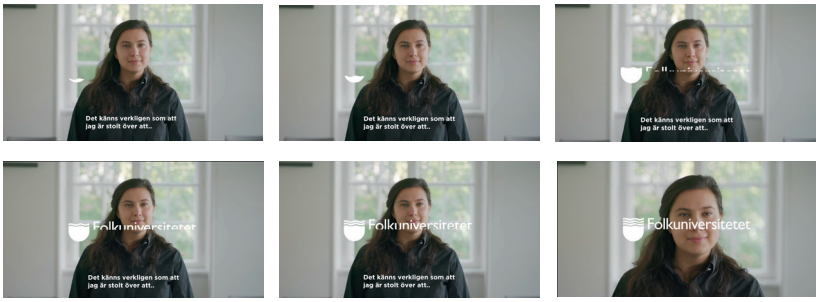
Logotypen läggs direkt på slutet över filmen. Utan toningar och övergångar. Den bör ligga kvar minst 4 sekunder innan filmen slutar.



2. Logotyp - Animerad

Logotypen animeras över filmen i slutet. Symbol och ordmärke maskas ut ne-difrån och upp.

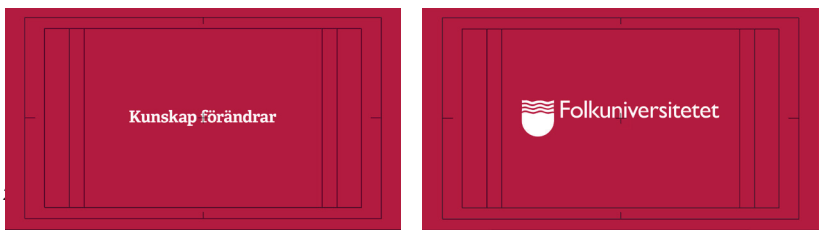
Mallar finns att tillgå för olika upplös-ningar samt i svart och vitt.



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***

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 vänster 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









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 *Essiential 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)

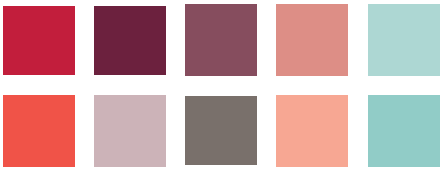
För installation och användning av Templates se filmen: ***instructions.mp4***

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

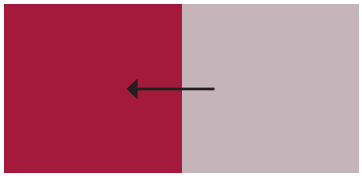
När det gäller animerad film bör Folkuniversitetets färgskala användas i den mån det går. Här är man även friare att använda olika färgplattor och bakgrunder. Övergångar är också friare beroende på typ av film.

Några tips

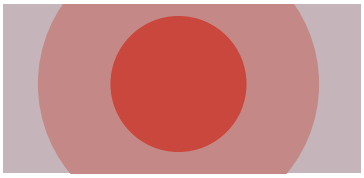
- Låt filmen få ett bra flyt och tempo. Det får inte bli stelt och stillastående. Skapa sammanhängande övergångar
- Jobba med att det ska finnas lite rörelse i varje frame
- Använd gärna populärkulturella referenser
- Arbeta gärna med humor, charm och överdrivna proportioner
- För att skapa mer värme 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



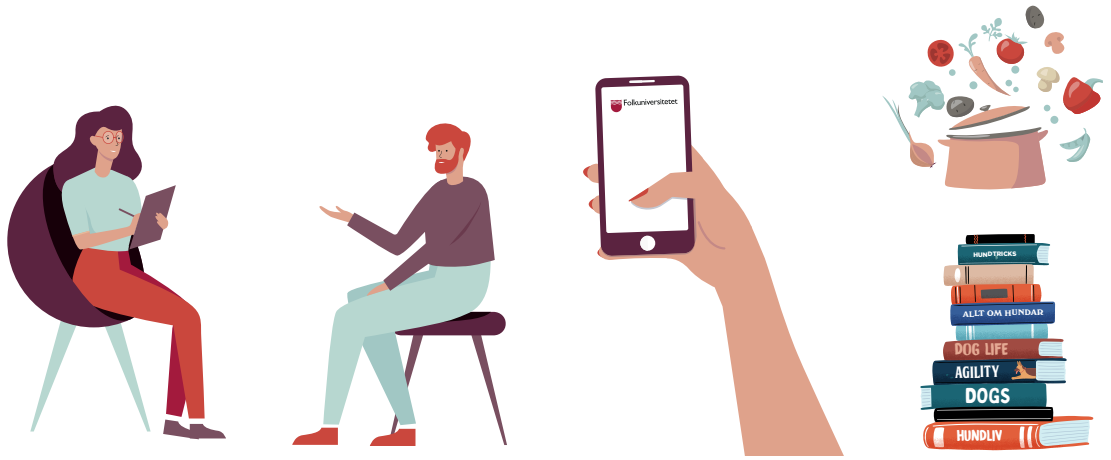
Folkuniversitetets färger.



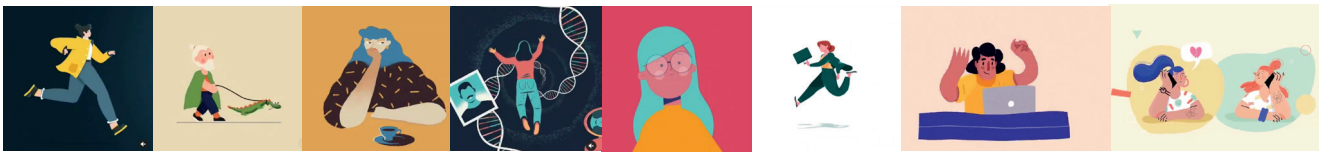
En typ av övergång kan vara att man skjuter bilden åt sidan för att ta sig till nästa scen.



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 *Essiential 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 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.

Folkuniversitetet