



PIONÝR

GRAFICKÝ MANUÁL K JEDNOTÍCÍM PRVKŮM

Obsah manuálu

Co je grafický manuál	3
Proč má Pionýr jednotný vizuální styl	4

1 LOGOTYP

Varianty logotypu	6
Varianty logotypu – vertikální varianta	7
Varianty logotypu – horizontální varianta	8
Varianty logotypu – samotný znak	9
Varianty logotypu – charakteristika znaku	10
Ochranný prostor logotypu – vertikální varianta	11
Ochranný prostor logotypu – horizontální varianta	12
Minimální velikost logotypu	13
Poměrová kodifikace logotypu	14
Zakázané varianty logotypu	15

2 BAREVNOST

Definice spolkových barev – základní barvy (barvy znaku)	16
Definice spolkových barev – doplňkové barvy	17
Pravidla používání barevných verzí logotypu	18
Pravidla používání barevných verzí logotypu na fotografiích	19

3 TYPOGRAFIE

Definice spolkového a doplňkového písma	20
Definice spolkového a doplňkového písma	21

4 MASKOT

Maskoti	22
Ukázka aplikace znaku a maskota	24

5 SPOLKOVÉ TISKOVINY

Spolkový dopisní papír – oficiální	26
Spolkový dopisní papír – neoficiální – 1. varianta	29
Spolkový dopisní papír – neoficiální – 2. varianta	32
Dopisní obálky DL	35
Vizitky	36
Šablona tiskové zprávy	38
Edice publikací	39
Ediční řada 1 – Co dělat	40
Ediční řada 2 – Kdo a jak	41
Ediční řada 3 – Pionýr – Curriculum	42
Mozaika Pionýra	43
Razítko	44
Pionýrská vlajka	45
Slovníček pojmů	46

Co je grafický manuál

Grafický manuál (dále jen manuál) je nedílnou součástí jednotného vizuálního stylu (corporate identity) každé firmy, občanského sdružení nebo produktu.

Náš manuál slouží jako základní informační zdroj o celostátně užívaných jednotlicích prvcích spolku Pionýr a jejich použití. Je vhodné jej do důsledků dodržovat. Jednotné používání loga zaručuje jednotnou prezentaci ve všech oblastech a je důležitou součástí vytváření vizuální podoby spolku Pionýr.

Při výrobě propagačních materiálů (ev. předmětů) se proto řiďte pokyny tohoto manuálu.

Manuál je nástrojem pro konkrétní práce v oboru firemní (spolkové) a reklamní grafiky a propagace.

Grafický manuál řeší tyto základní prvky:

- 1/ definice jednotlivých grafických a typografických prvků
- 2/ tvarové a barevné kodifikace jednotlivých grafických prvků
- 3/ pravidla pro aplikaci všech definovaných prvků

Hlavním úkolem manuálu je definovat a kodifikovat klíčové prvky vizuální podoby občanského sdružení: grafickou značku a její varianty, spolkové písmo, spolkové barvy. Tyto prvky nazýváme konstantami spolkového designu. Na jejich základě se tvoří prezentační a podpůrné prostředky, které doplňují celou oblast spolkového designu a prezentace v kontextu s globální koncepcí vizuálního projevu. Manuál jednoznačně definuje originál grafické značky, její existující varianty a verze, spolkové barvy a písmo používané pro celou oblast komunikace. Publikace obsahuje pokyny, jak s grafickými konstantami pracovat a zásady, které se nesmí při jejich aplikaci porušit. Důležité je respektování technických parametrů a technologických postupů v oblasti digitálního a polygrafického zpracování jednotlivých aplikací. V manuálu jsou všechny prvky grafického designu řešeny v kontextu s jasně definovanou pionýrskou identitou, a práce s manuálem proto vyžaduje koncepční přístup a důslednost.

Pokyny a informace týkající se konkrétního spolkového designu jsou na jednotlivých stranách manuálu.

Důsledné dodržování jednotlivých zásad při práci s grafickým designem, vycházejících z jasně definované koncepce vizuální identity, je nutným předpokladem pro zajištění jednotné a kompaktní vizuální prezentace a komunikace.

V Praze dne 16. 10. 2008

© Kafka design www.kafka.cz

Proč má Pionýr jednotný vizuální styl?

Základní terminologie v oblasti Corporate Identity

Termín Corporate Identity byl poprvé použit ve Spojených státech v 50. letech a dal by se přeložit jako jednotný firemní styl nebo podniková identita. Vlastní koncepčně řešenou identitu (tvář, podobu) může mít ale nejen firma, jak se mylně zobecňuje (a jak sám původní termín napovídá), ale také jakákoliv jiná organizace nebo spolek, produkt (značka, brand), akce nebo událost (konference, veletrh, výstava, výročí). Svůj jednotný styl si vytvářejí také celé státy nebo jejich části (kraje, města, turistická místa). Vlastní Corporate Identity si dnes budují i hudební skupiny, ale existuje i identita třeba jen pro jedno koncertní turné (jednotné charakteristické prvky: logo turné, vzhled plakátů a reklam, oblečení muzikantů, úvodní znělka, výběr písní, architektura pódia, světelné efekty, design bookletu CD) a takto by se dalo pokračovat. Jak vidíte, jednotný firemní styl je všude kolem nás.

Zjednodušeně lze říci, že se jedná o koncepčně dlouhodobě budovanou prezentaci, sloužící k odlišení daného subjektu od jiných subjektů pomocí sady unikátních a nezaměnitelných vizuálních atributů – grafické značky (loga), barevnosti, typografie (používané písmo), typických grafických prvků, layoutu, maskota atd.

Tato prezentace (nejčastěji vizuální – Corporate Design) musí být jednotná (což napomáhá identifikaci mezi množstvím dalších subjektů) a kvalitní – jde o referenci (aby si třeba vizitky nevytvářeli zaměstnanci sami, podle svého „vkusu“).

Profesionálně řešená identita je logický promyšlený systém, často multidisciplinární projekt, na kterém spolupracují nejen zkušený designéři, ale i architekti (vzhled budov a interiérů) nebo třeba i hudebníci (hymny, znělky) a módní návrháři (uniformy). Striktní dodržování těchto závazných pravidel má za cíl zabránit amatérským zásahům – deformacím, nejen zaměstnanců, kteří nemají estetické (typografické) a další odborné znalosti.

Cílem CI je, aby okolí (cílová skupina, zákazníci, partneři) daný subjekt vnímalo tak, jak si daný subjekt přeje (dynamický, vtipný, konzervativní, kvalitní, spolehlivý aj. – dle tzv. vize) a na základě byt jen krátkého vjemu by měla cílová skupina subjekt identifikovat (jen žluto-červené pruhy na čerpací stanici řidič za jízdy podvědomě identifikuje se značkou Shell, i když logo ještě nevidí) a vybavit si hodnoty, které daný subjekt reprezentuje.

Corporate Identity jakožto organizovaný systém jednotného firemního stylu a kultury musí profesionálně komunikovat vizi firmy (značky, akce, města) jak navenek (ke klientům, dodavatelům, partnerům...), tak i směrem dovnitř – nikdy nebude dostatečně funkční, pokud se nestane „problémem“ všech členů organizace (ti ho musí pochopit, vzít za svůj a důsledně dodržovat).

Kromě kvalitní a jednotné prezentace má jednotný systém pravidel i finanční efekt – řada aplikací má jasně danou podobu, není potřeba stále znova skenovat logo, nebo vymýšlet, jaké písmo použít. Kvalitní systém vizuálního stylu funguje jako stavebnice – grafici navrhnu základní kostky, ze kterých pak již každý může po řadu let sestavovat jednotlivé aplikace (vizitky, webové stránky, plakát...). Ať se takto „sestaví“ cokoliv, bude to rychle, jednotně a funkčně.

Logo

Grafická značka je nejdůležitější vizuální prvek, podle její podoby a kvality si zákazník podvědomě vytváří představu o daném subjektu nebo produktu. Cílem je přesně kodifikovat kvalitní logo, které bude moderní a současně nadčasové, aby mohlo sloužit řadu let. Svým stylem a barevností pak musí logo evokovat zaměření (obor působení) subjektu.

Logo musí být nezaměnitelné (aby jej bylo možné registrovat jako ochrannou známku), čitelné a srozumitelné, kvalitní i v detailech kresby a mělo by mít i nějaký nápad (obsah), který pomůže jeho snadnější zapamatovatelnosti.

Současně je třeba vyjasnit vztah značky a značek produktů nebo dceřiných firem, podívat se, jak komunikují nejdůležitější konkurenční subjekty na trhu a zohlednit i další kritéria, která mohou mít vliv na výslednou podobu a barevnost značky (u redesignu je to míra návaznosti na dosavadní podobu značky nebo například vyřešení sloganu pod logem, užívání samostatného piktogramu atd.).

Grafický manuál

Jedná se o vícestránkovou publikaci – návod, který je nezbytným nástrojem určujícím základní závazná pravidla vizuální komunikace daného subjektu. Systematicky popisuje tvarové i barevné verze loga a veškeré další grafické prvky – jako je firemní písmo a barvy, ev. maskotek nebo další grafické prvky, ze kterých se vizuální styl subjektu bude skládat.

V další části manuál již popisuje základní aplikace těchto prvků – akcideny (vizitky, dopisní papíry, fax, obálky, razítka...), orientační systémy v budovách, označení dopravních prostředků, layouty inzerce a důležitých firemních dokumentů, může obsahovat také třeba popis firemního oblečení, zásady pro tvorbu propagačních předmětů, webových stránek a mnohé další aplikace podle potřeb konkrétní společnosti. Je nutné se s tímto materiálem ztotožnit a bezpodmínečně jej dodržovat – jedná se o jakousi bibli firemního designu. Grafický manuál musí inspirovat – ukazuje, na čem stojí vizuální

styl značky a firemní kultura. Manuál je možné začít řešit až ve chvíli, kdy si jsme jisti kvalitou loga a dalších základních prvků firemního stylu!

V případě propagačních a reklamních aktivit je třeba vždy zpracovat konkrétní prvky (od prospektů přes inzeráty, obaly produktů, polepy aut až po dárkové předměty) v souladu s výše popsaným grafickým manuálem. V jednotném stylu musí vznikat jak nové webové stránky, tak třeba expozice na výstavách.

Je nezbytné uplatňovat zásady komunikačního stylu a v jeho duchu (vize firmy) pracovat kreativně se všemi výhodami a „lákadly“ tak, aby dopad na klienta byl maximální (například posoudit míru „techničnosti“ komunikace, případně její polidštění vhodnými fotografiemi lidí nebo ilustracemi atd.).

Pechlivě promyšlený systém CI může vnést do této oblasti řád, jednotnost a profesionalitu a může vést i k výrazným finančním úsporám. Odborné studie dokazují jednoznačný vliv kvalitní CI na ziskovost podniku, loajalitu zaměstnanců (hrdost na svou organizaci) i klientů.

Dosavadní situace ve sdružení

Dosavadní jednotící prvky Pionýra byly velmi různorodé a bylo jich tolik, že nemohly Pionýra jasně vizuálně definovat. Jednou se použila jako značka duha, jinde vlaštovka, ručně psaný nápis Pionýr nebo původní znak s knihou. Značky měly různé barvy, materiály doprovázely různé podoby maskotka pejska atd. Nekoncepčně se pracovalo s typografií – na různých materiálech bylo i několik různých druhů písma. Takový stav jednak neumožňuje veřejnosti Pionýr jednoznačně vnímat (roztržštěná komunikace), na druhé straně neexistují mantinely, ve kterých se mají tvůrci různých tiskovin pohybovat a mohou pak snadno vznikat i věci esteticky nebo technicky nekvalitní.

V čem spočívají změny?

V zadání grafickému studiu proto bylo řečeno, že je potřeba omezit a jasně definovat vybrané jednotící prvky. Již se nebudou užívat různé podoby vlaštovky, ručně psaného nápisu Pionýr, zeměkoule nebo duhy. Toto omezení identifikačních motivů je logickým krokem a nezbytnou podmínkou zavedení funkčního jednotného vizuálního stylu organizace (úkolem nyní bude tyto prvky postupně nenásilně odstranit ze všech materiálů Pionýra). Hlavní vizuální konstantou tedy nadále bude jen logo (kombinovaná grafická značka z nápisu Pionýr a znaku) a k tomu sympatický maskotek pes.

Konstrukce značky byla při této příležitosti podrobena důkladné analýze (bylo by nesmyslné investovat do tvorby vizuálního stylu, který by stál na špatných základech, třeba na nekvalitní značce). Na základě této analýzy vznikla tzv. kombinovaná značka – znak doplněný o závazně umístěný název Pionýr z písma Syntax v modré barvě. Kresba znaku (vlaštovky) pak byla i nepatrně opticky vyčištěna (počítačové narovnání křivek kresby). Bylo nutné omezit a jasně definovat kompoziční varianty loga – v dosavadním zbytečně velkém množství různých povolených verzí loga bylo těžké se orientovat a uhlídat jeho jednotné používání. Kromě loga (kombinace nápisu Pionýr a znaku) v podobě na výšku a na šířku, se nadále může používat i samostatný znak. Od každé z těchto tvarových variant existuje i základní sada barevných verzí (barevné, černé, bílé – negativní). Manuál přesně popisuje, kdy kterou variantu použít.

Barevnost v logu zůstala zachována – jde o státní barvy, kterými se Pionýr hlásí k České republice. Červená a modrá (potažmo navíc s černou) jsou ale příliš výrazné, ostré barvy. Nově bylo proto definováno jejich rozšíření o další vhodné doplňkové barvy (přátelštější – pastelové), které prezentaci organizace zjemní a oživí (zelená a žlutá).

Stávající podoba maskota

Stejně jako u značky, byl i maskot nejednoznačný a nedotažený. V posledních letech se při jeho kresbě vystřídal několik (byť kvalitních) kreslířů. Maskot proto zde nemohl plnit svou roli – identifikační funkci. Jednou má boty, jindy ne, někde má tři prsty a jinde čtyři, čumák je pokaždé jiný, oblečení se mění... Jak může nějaké dítě psa Pionýra poznat v záplavě jiných ilustrací kolem sebe? Aby byly dobře rozeznat jiné známé kreslené postavičky (od Pífilka a Čtyřlístku až po Supermana nebo panáčka Michelina), musí mít po mnoho let stále stejný styl kresby, tvar, barevnost i oblečení.

Bylo proto nutné v manuálu jasně popsat i závaznou konstrukci kresby maskota – psa (tvar očí, hlavy, rukou, oblečení, použité barvy). Nejde o omezování tvůrčí práce – tu lze rozvíjet v mnoha dalších ilustracích – ale o vytvoření jednoho rozpoznatelného a pro Pionýr typického maskotka (resp. kromě psa je zde i podoba holky – fenky).

Součástí manuálu Pionýra je pak také grafické řešení akcidence (dopisní papíry, vizitky, obálky), razítek, layoutu (rozmístění prvků) publikací (různé ediční řady), zpravodaje Mozaika a dalších opakujících se důležitých materiálů sdružení.

Ondřej Kafka

ředitel grafického studia Kafka Design

Varianty logotypu

Grafický manuál definuje tři varianty logotypu Pionýr.

1. vertikální varianta loga (kombinace znaku a nápisu Pionýr na výšku)
2. horizontální varianta loga (kombinace znaku a nápisu Pionýr na šířku)
3. znak – samotný znak – vlašťovka

Všechny tvarové varianty mají čtyři povolené barevné verze:

C (CMYK) – čtyřbarvotisk, třibarevná verze

P (PANTONE) – tři přímé barvy, třibarevná verze

B (Black) – černá pozitivní verze

W (White) – bílá negativní verze

V komunikaci upřednostňujeme používání barevných variant loga před jednobarevnými zobrazeními.

Na této straně jsou zobrazeny varianty logotypu.



cmyk

pantone

černá

bílá

pionyr1_c

pionyr1_p

pionyr1_b

pionyr1_w



pionyr2_c

pionyr2_p

pionyr2_b

pionyr2_w



pionyr3_c

pionyr3_p

pionyr3_b

pionyr3_w

Varianta logotypu č. 1 – vertikální varianta

Vertikální (kombinace znaku a nápisu Pionýr na výšku) variantu logotypu vždy upřednostňujeme! Pouze tam, kde je prostor pro logo výrazně úzký (např. na propisce), použijeme doplňkovou horizontální (šířkovou) variantu – viz další strana.



základní verze logotypu v barvách CMYK
pionyr1_c



základní verze logotypu v barvách PANTONE
pionyr1_p



černá pozitivní verze logotypu
pionyr1_b



bílá negativní verze logotypu
pionyr1_w

Varianta logotypu č. 2 – horizontální varianta

Horizontální (kombinace znaku a nápisu Pionýr na šířku) variantu logotypu použijeme pouze tam, kde je prostor pro logo výrazně úzký (např. na propisce).



základní verze logotypu v barvách CMYK
pionyr2_c



základní verze logotypu v barvách PANTONE
pionyr2_p



černá pozitivní verze logotypu
pionyr2_b



bílá negativní verze logotypu
pionyr2_w

Varianta logotypu č. 3 – samotný znak

Kromě předchozích kombinovaných variant loga (spojení znaku a nápisu Pionýr) je možné využívat i samotný znak bez nápisu. Pokud by ale hrozilo nebezpečí, že na dané aplikaci diváci nepoznají, že tento znak patří sdružení Pionýr, je pro identifikaci organizace lepší použít logo ve verzi s nápisem Pionýr.



základní verze logotypu v barvách CMYK
pionyr3_c



základní verze logotypu v barvách PANTONE
pionyr3_p



černá pozitivní verze logotypu
pionyr3_b



bílá negativní verze logotypu
pionyr3_w

Varianta logotypu č. 3 – charakteristika znaku

Znak vyjadřuje Ideály Pionýra:

Základní kruhová stylizace znázorňuje planetu Zemi a vyjadřuje demokratický princip rovnosti práv a povinností členů Pionýra. Ve tvaru znaku je vidět i stylizovaný list lípy.

Vlaštovka je symbolem štěstí a jara, počátku nového života. Směr letu vzhůru znamená úsilí o naplnění Ideálů Pionýra, pokrok a poznávání. Připomíná ptačí let, hravost i lidský um a nápaditost. Zvýrazňuje, že pionýři jsou tvořiví, bystří a odvážní. Skládání papírových vlaštovek je tradiční hrou a soutěží.

Bílá spolu s červenou a modrou barvou národní trikolóry zdůrazňuje i myšlenku vlastenectví a občanství. Převažující bílá symbolizuje pravdu, mír a naději.

Použití znaku

Z logotypu je možné vyjmout a samostatně aplikovat znak – vlaštovku. Ten lze aplikovat na vybrané akcidenční spolkové tiskoviny a propagační materiály jako např. karty s pozdravem, spolkové desky či tašky, kde může sloužit jako zajímavá dekorace a přitom vizuálně odkazovat k logotypu občanského sdružení Pionýr.



Vlevo nový – opticky vyčištěný znak. Vpravo původní podoba, která již nebude užívána!

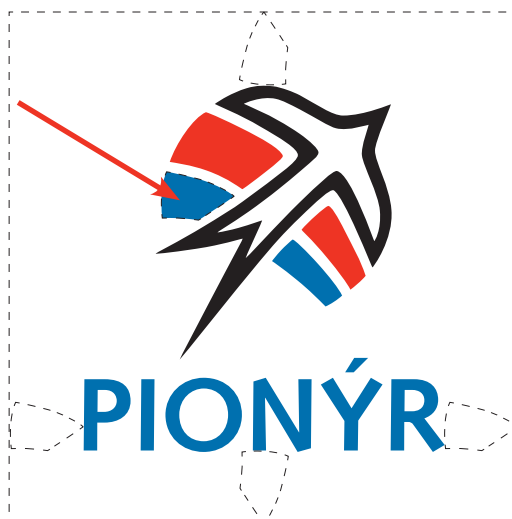
Ochranný prostor logotypu – vertikální varianta

Aby nedocházelo k nevhodnému ovlivnění identifikace značky nebo ke zhoršení čitelnosti jinými nežádoucími grafickými prvky (písmy, logy, fotografiemi atd.) v její bezprostřední blízkosti, musí být značka aplikována na klidnou plochu o minimální velikosti, která je kodifikována na této straně.

Minimální ochranný prostor definuje šířka modrého tvaru z levé části znaku, viz šipka. Ochranný prostor zajišťuje dobrou čitelnost logotypu.

Minimální velikost logotypu – vertikální varianta

Minimální šířka logotypu je 10 mm. Záleží ale na použité technologii tisku, vždy je třeba čitelnost individuálně posoudit.



Minimální velikost logotypu – vertikální varianta



Ochranný prostor logotypu – horizontální varianta

Aby nedocházelo k nevhodnému ovlivnění identifikace značky nebo ke zhoršení čitelnosti jinými nežádoucími grafickými prvky (písmy, logy, fotografiemi atd.) v její bezprostřední blízkosti, musí být značka aplikována na klidnou plochu o minimální velikosti, která je kodifikována na této straně.

Minimální ochranný prostor definuje šířka modrého tvaru z levé části znaku viz šipka. Ochranný prostor zajišťuje dobrou čitelnost logotypu.

Minimální velikost logotypu – horizontální varianta

Minimální šířka logotypu je 18 mm. Záleží ale na použité technologii tisku, vždy je třeba čitelnost individuálně posoudit.



Minimální velikost logotypu – horizontální varianta



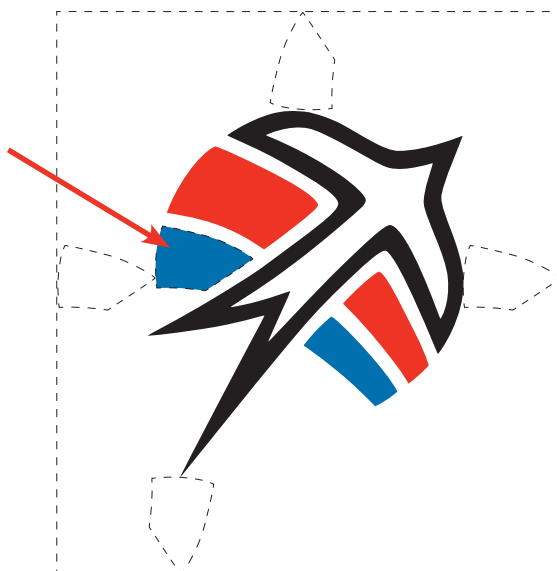
Ochranný prostor znaku – vlašťovka

Aby nedocházelo k nevhodnému ovlivnění identifikace značky nebo ke zhoršení čitelnosti jinými nežádoucími grafickými prvky (písmy, logy, fotografiemi atd.) v její bezprostřední blízkosti, musí být znak aplikován na klidnou plochu o minimální velikosti, která je kodifikována na této straně.

Minimální ochranný prostor definuje šířka modrého tvaru z levé části znaku viz šipka. Ochranný prostor zajišťuje dobrou čitelnost znaku.

Minimální velikost znaku – vlašťovka

Minimální šířka znaku je 8 mm. Záleží ale na použité technologii tisku, vždy je třeba čitelnost individuálně posoudit.

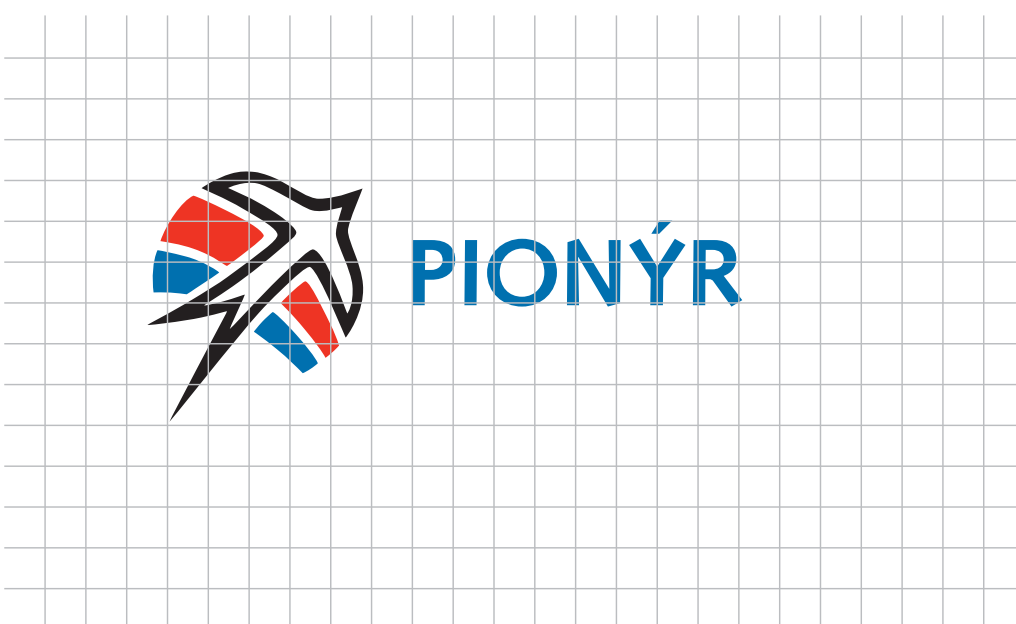
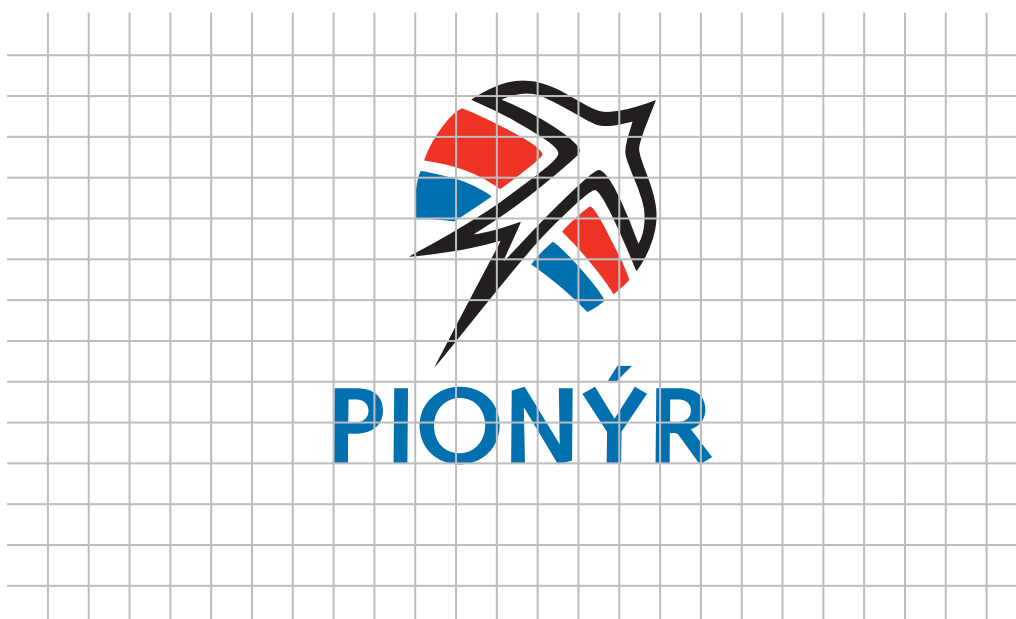


Minimální velikost znaku – vlašťovka



Poměrová kodifikace logotypu

Poměrová a obrysová kodifikace logotypu slouží jako vodítko pro případnou realizaci značky nestandardními metodami (např. malba na fasádu), a také pro lepší pochopení jejího tvarového a poměrového charakteru. Všechny prvky tvořící značku Pionýr mají ve všech aplikacích vždy stejné proporce kodifikované čtvercovou pravoúhlou sítí. Značku je zakázáno jakkoli měnit a je vždy nutné používat pouze takové verze logotypu, které kodifikuje tento manuál.



Zakázané varianty logotypu

Tato pravidla platí pro všechny typy logotypu a znak.

Je zakázáno měnit tvar logotypu a znaku. Při používání se musejí respektovat zásady uvedené v tomto manuálu.

V žádném případě se logotyp nesmí deformovat horizontálně ani vertikálně (1). Není přípustné měnit typ písma (2).

Přesouvat jednotlivé části logotypu a jinak s nimi manipulovat (3, 4). Je zakázáno měnit směr vlašovky (5) a jakkoli měnit barevnost (6, 7, 8).

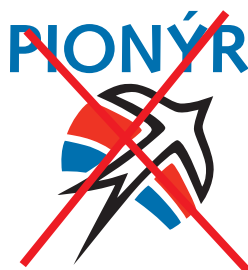
(1)



(2)



(3)



(4)



(5)



(6)



(7)



(8)



Definice spolkových barev – základní barvy (barvy znaku)

V oblasti vizuální prezentace hrají barvy důležitou a nezastupitelnou roli. Jednotná spolková identita není možná bez přesného definování spolkových barev, jejich důsledného dodržování a upřednostňování před černobílým zobrazením. Základní i doplňkové barvy se doporučují přednostně využívat na všech aplikacích spolku Pionýr. Tento manuál je vytištěn na digitálním tiskovém stroji, barvy tedy nemusí vždy odpovídat výslednému vzhledu při tisku např. na ofsetové tiskárně. Pro přesnou identifikaci barev je nutné využít některého ze vzorníků společnosti PANTONE.

Barva modrá

Definice pro stabilizovaný čtyřbarvotisk:

C – Cyan (azurová)	100%
M – Magenta (purpurová)	38%
Y – Yellow (žlutá)	0%
K – Black (černá)	15%

Definice pro tisk přímými barvami PANTONE: 2945

Definice v systému RGB: R 0, G 112, B 175

Signmaking:

3M 50 – 50-862

RAL 5005 Signal blue



Barva červená

Definice pro stabilizovaný čtyřbarvotisk:

C – Cyan (azurová)	0%
M – Magenta (purpurová)	94%
Y – Yellow (žlutá)	100%
K – Black (černá)	0%

Definice pro tisk přímými barvami PANTONE: 1795

Definice v systému RGB: R 238, G 52, B 36

Signmaking:

3M 50 – 50-48

RAL – 3020 Traffic red



Barva černá

Definice pro stabilizovaný čtyřbarvotisk:

C – Cyan (azurová)	0%
M – Magenta (purpurová)	0%
Y – Yellow (žlutá)	0%
K – Black (černá)	100%

Definice pro tisk přímými barvami PANTONE: Black

Definice v systému RGB: R 0, G 0, B 0

Signmaking:

3M 50 – 50-12

RAL – 9011 Graphite black



Odstíny spolkových barev s rozpětím 10%

Pantone 2945

100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%

Pantone 1795

100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%

Pantone Black

100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%

Definice spolkových barev – doplňkové barvy

Kromě základní spolkové barevnosti, která vychází z barev v logotypu, definuje tento grafický manuál také další doplňkové barvy. Tyto barvy se využívají při různých příležitostech k oživení vizuálního stylu Pionýra. Žlutá barva symbolizuje léto nebo slunce a je vhodná jako podtisková barva i na velké plochy. Zelená barva symbolizuje přírodu, les nebo barevnost pionýrského oblečení (je aplikována i na oblečení maskotka a tím jej může vizuálně propojovat s jinými propagačními materiály). Základní i doplňkové barvy se doporučují přednostně využívat na všech aplikacích spolku Pionýr.

Barva žlutá

Definice pro stabilizovaný čtyřbarvotisk:

C – Cyan (azurová)	0%
M – Magenta (purpurová)	15%
Y – Yellow (žlutá)	70%
K – Black (černá)	0%

Definice pro tisk přímými barvami PANTONE: 122

Definice v systému RGB: R 255, G 216, B 79

Signmaking:

3M 50 – 50–24

RAL 1018 Zinc yellow



Barva zelená

Definice pro stabilizovaný čtyřbarvotisk:

C – Cyan (azurová)	70%
M – Magenta (purpurová)	0%
Y – Yellow (žlutá)	100%
K – Black (černá)	0%

Definice pro tisk přímými barvami PANTONE: 361

Definice v systému RGB: R 87, G 170, B 39

Signmaking:

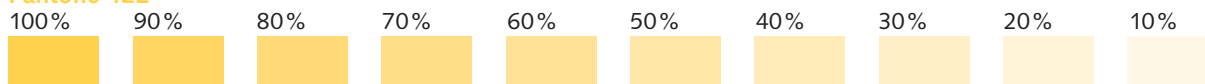
3M 50 – 50–73

RAL – 6018 Yellow green

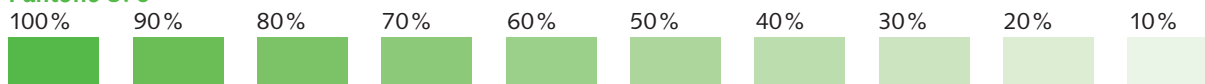


Odstíny doplňkových barev s rozpětím 10%

Pantone 122



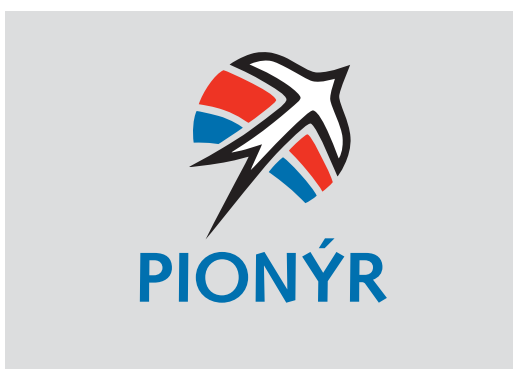
Pantone 376



Pravidla používání barevných verzí logotypu

Barevné verze logotypu je povoleno aplikovat na bílou plochu nebo na klidné plochy světlých odstínů (1). V barevném logu musí být vždy výplň vlaštovky v bílé barvě! Je nevhodné umisťovat logotyp na podklady, kde by se opticky ztrácel (2, 3). V případech, kdy je podklad shodný s modrou nebo červenou barvou z logotypu nebo je plocha neklidná, lze aplikovat negativní nebo černou pozitivní verzi logotypu (4, 5). Při jejich výběru je třeba individuálně posoudit, která verze bude čitelnější. Značky v černé pozitivní nebo bílé negativní podobě aplikujeme samozřejmě i tam, kde není možné tisknout spolkové barvy (6). Pokud tiskneme na barevný papír použijeme černou pozitivní verzi logotypu (5).

(1)



(2)



(3)



(4)



(5)



(6)

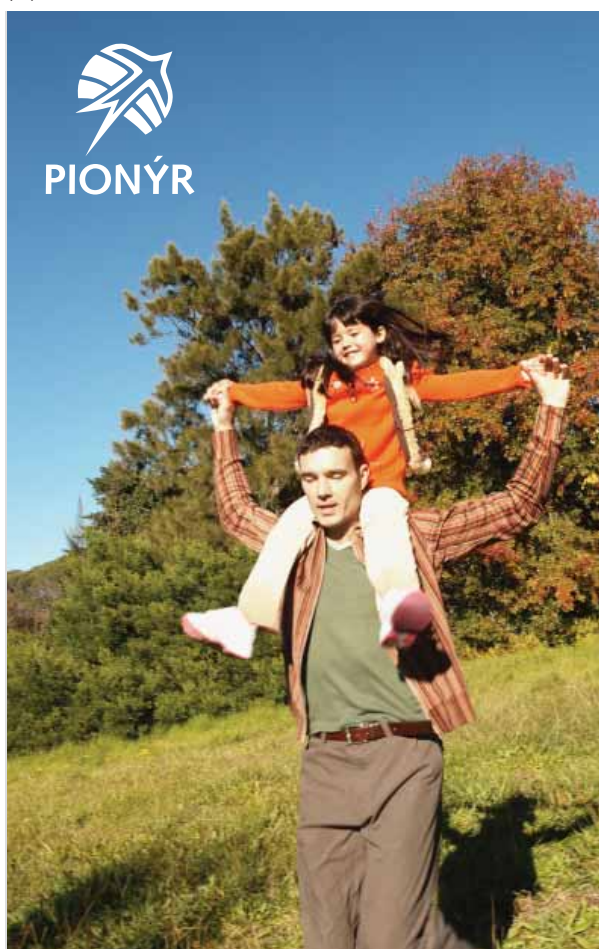


Pravidla používání barevných verzí logotypu na fotografiích

Barevné verze logotypu je povoleno aplikovat také na fotografie. V případech, kdy je barva podkladu blízká některé barvě z logotypu nebo je plocha neklidná, lze aplikovat negativní nebo černou pozitivní verzi logotypu (1). Při jejich výběru je třeba individuálně posoudit, která verze bude čitelnější.

Pokud je pozadí fotografie „klidnější“ tzn. logotyp neztratí svou čitelnost, aplikujeme jeho barevnou verzi s bílou vlašťovkou! Bílá barva je nedílnou součástí trikolory! (2).

(1)



(2)



Definice spolkového a doplňkového písma

Spolkovým písmem (písmem logotypu) ke značce Pionýr je písmo **Syntax LT CE**. Tímto písmem je v logotypu vysázen název Pionýr.

Hlavním doplňkovým písmem ke značce Pionýr je bezpatkové písmo **Trebuchet MS**, které v komunikaci upřednostňujeme.

V případě, že tímto písmem nedisponujeme, lze využít také všechna bezpatková systémová písma Windows, jako např.: **Arial, Tahoma, Verdana**.

Všechna doplňková písma disponují širokou škálou řezů a používají se pro všechny profesionálně tištěné prezentace organizace Pionýr. Je zakázáno používat jiné typy písem s výjimkou atypických grafických řešení (např. novoročenka).

Na této straně je ukázka všech znaků a základních řezů spolkového písma Syntax LT CE.

Spolkové písmo

Syntax LT CE Roman

aábcčddeéěfghiijklmnňoópqrřssttúúůvwxyýžž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~' „ ” «» ¶ × \

Syntax LT CE Roman Italic

aábcčddeéěfghiijklmnňoópqrřssttúúůvwxyýžž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~' „ ” «» ¶ × \

Syntax LT CE Bold

aábcčddeéěfghiijklmnňoópqrřssttúúůvwxyýžž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~' „ ” «» ¶ × \

Syntax LT CE Black

aábcčddeéěfghiijklmnňoópqrřssttúúůvwxyýžž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~' „ ” «» ¶ × \

Definice spolkového a doplňkového písma

Na této straně je ukázka všech znaků a několik základních řezů **hlavního doplňkového písma Trebuchet MS** a také ukázka ostatních doplňkových systémových písem Windows, Arial a Tahoma.

Hlavní doplňkové písmo

Trebuchet MS Regular

aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'uúůvwxyýzž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYZŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~/' „“«»»¶\

Trebuchet MS Bold

aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'uúůvwxyýzž
 aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'Uúůvwxyzž
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~/' „“«»»¶\

Ukázka systémových písem

Arial Regular

aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'uúůvwxyýzž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYZŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~/' „“«»»¶\

Arial Bold

aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'uúůvwxyýzž
 AÁBCČDĎEĚĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRŘSŠTŤUÚŮVWXYZŽ
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~/' „“«»»¶\

Tahoma Regular

aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'uúůvwxyýzž
 aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'Uúůvwxyzž
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~/' „“«»»¶\

Tahoma Bold

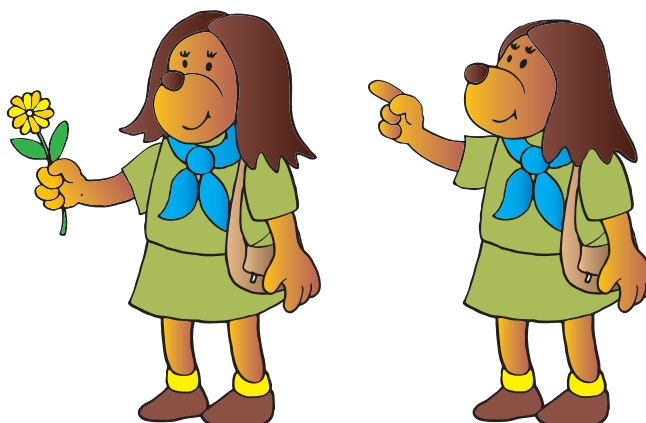
aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'uúůvwxyýzž
 aábcčdd'eéěfghiíjklmnňoopqrrsstt'Uúůvwxyzž
 1234567890 ()*+,.--!#\$%&[]_ '{|}~/' „“«»»¶\

Maskoti

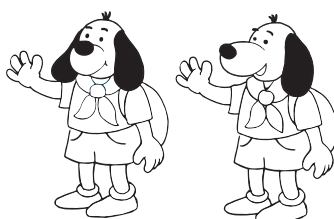
Aby mohl maskotek plnit svou základní identifikační funkci, musí být jeho vzhled (podoba) jednotný. Díky závazně definovaným atributům (tvar, barva, styl kresby) musí být na první pohled rozpoznatelný od ostatních kreseb pejsků. K tomuto účelu vznikla i základní sada maskotků k okamžitému použití, která je na přiloženém CD.



Základní podoby psa (je možné jej zrcadlově převracet, zmenšovat a zvětšovat, měnit natočení hlavy atd.)



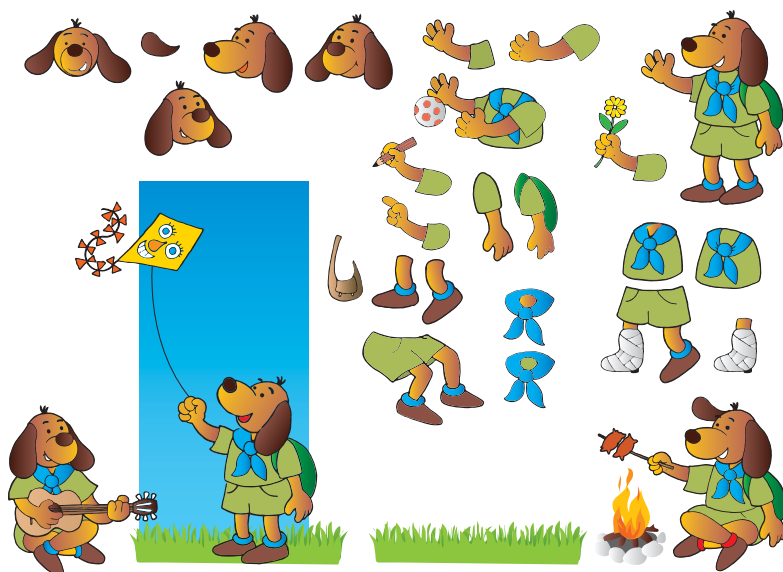
Ukázky holky – fenky, která může maskotka psa doprovázet.



Odbarvením vzniká snadno i černobílá podoba.

Maskoti

Maskotek je vytvářen jako skládačka, existují různé části (ruce, nohy, hlava), které je možné v grafickém programu snadno kombinovat a tím vytvářet množství dalších pozic maskota. Při tom je ale potřeba dát na výslednou podobu velký pozor – aby třeba levá ruka nebyla místo pravé, aby se „neztratila“ nějaká část nebo aby bylo vše ve správném poměru!



Na přiloženém CD naleznete i soubory s připravenými pozadími za maskota (letní tábor u vody a maskot na lyžích v zimě). Z nich můžete jednotlivé části kresby vyjímat (třeba jen trávu nebo strom a různě je kombinovat).

Do různých ilustrací je v budoucnu samozřejmě možné vždy znovu kreslit nové pozice maskota. Každý kreslíř musí ale dodržet jednotný vzhled maskota (podoba hlavy, očí, uší, barevnost, oblečení se šátkem, čtyři prsty), aby byl takový pejsek vždy i dětmi snadno identifikovatelný jako maskot Pionýra (ukázka vpravo je i na přiloženém CD).



Tyto ilustrační letáky slouží jako ukázka, jak lze na spolkových tiskovinách pracovat s logotypem a maskotem. Logotyp i maskot by měly být umístěny na klidné pozadí, neměly by se nikdy aplikovat přes sebe – vždy dodržovat ochranný prostor kolem logotypu. Text letáku je vysazen písmem Syntax. Celkové ladění letáku by mělo vizuálně podpořit novou identitu Pionýra.



Spolkové tiskoviny

Spolkové tiskoviny spolku Pionýr jsou takové, které se používají při oficiálním písemném nebo osobním styku (nepovažujeme je za propagační materiál). Patří mezi ně: vizitky, dopisní papíry, obálky apod. Je důležité používat zvolený druh papíru a gramáž, aby komunikace působila jednotně.

Na aplikaci běžných spolkových tiskovin doporučujeme papír matná křída o následujících gramážích.

Vizitky – 250 g/m²

Dopisní papír – 90 g/m²

Spolkový dopisní papír

Na tisk dopisních (hlavičkových) papírů používáme běžný kancelářský papír o gramáži 90 g/m².

Spolkový dopisní papír – oficiální

Kodifikace:

Logotyp Pionýr má šířku 25 mm, je umístěn na střed dopisního papíru, od horního okraje stránky je vzdálený 10 mm. Text v zápatí, charakteristika Pionýra a kontaktní údaje, je zarovnán na levou stranu stránky, od spodního okraje je vzdálený 10 mm a od levého okraje stránky je vzdálený 8 mm. Text je vysazen písmem Syntax LT CE Medium a Syntax LT CE Regular – velikost 8 b/13 b s 80% prostrkáním. Kontaktní údaje jsou vysazeny řezem Syntax LT CE Regular. Znak (vlaštovka), který je umístěn do pravého spodního rohu má velikost 118 × 137 mm je od spodního okraje stránky vzdálený 15 mm. Znak je zprůhledněn na hodnotu 8 %.

Dopisní papír vyplňujeme písmem Trebuchet MS o velikosti 10 b/13 b. Nadpisy zvýrazňujeme písmem Trebuchet MS Bold. Vždy se snažíme pro zvýraznění textu využít samostatného řezu písma Trebuchet – Trebuchet Bold. Tento postup upřednostňujeme před ztučňováním písma funkcí BOLD, např. v MS Word. Text dopisu začíná 60 mm od horního okraje stránky. Je vzdálený od levého a pravého okraje stránky 20 mm. Je zarovnán na levý praporek. Text nekončí níže než 50 mm od spodního okraje stránky. Na dalších stránkách dopisu, nebo v případě, že v dopisu neuvádíme adresáta, začíná text již 50 mm od horního okraje stránky. V případě dalších stran dopisu použijeme čistý papír.

Na následující stránce naleznete kodifikaci dopisního papíru v 80% zmenšení, na další straně pak dopisní papír ve 100% velikosti.

10	25	59
		
Oslovení V Praze dne 00. 00. Jméno a příjmení Název firmy Adresa		
Dobrý den, Rero od dolore dit adigna faciduisi blan ut lobortin vullan henim alit am ilismod oluptat, sectet iuscipis at. Ut alis nis niat praessim do ea faci tat, quipit praeseq uatuer sectem incilis alit vel ing euguer irit iliquatum quat. Ro eugait ut lorerae ssenit lore commy nulluptatue conse magna consed eugiam zzriliq uatinibh erillan henibh eugait praesse tem zzrit wisi blaor sed enim dolor se ver sectem zzriure core doloreet iustrud tatem zzriure dolore consecet lortionse tat nonulla conse molore dolessit aute vel delismod dipit, veniam, suscidunt loreet, vel ipis dolor sequatue conulla feu faccum zzriuscidunt non hendigna faccum quat, conulla consenisis aute etuerat autat. Ibh eriuscillam zzrit, velenit aci blaor ad tet in hendit la facip er ad dunt nos at adionsequam, vel ulla faccum odor sim dip eratet am amet, commy nit atinim et loreet, veliquat alit luptat iliquisl dolore feugait incipis sequis num augiam, veriure magna cor senim zzriliq uismodo lesenisci eum dolum ex et accum alit augait wis dignim augue eui endrem do ea con vercili quis autatem aliquat. Voluptat luptat. Ut praesed tionsenit lumsan hent aliquis alis nim veros dolorpe riuscip eu feugiatue molorper ad te voloreet ero dolumsan exerius tincinisis am digna at dio dolorpe raestisi. Feum dunt ad tis alit eugait wis nulla feuis nullaorper sum augait ad dolore dunt alit lore ent at dolorper sis nos del do exerit, con henis ex exeros nos auguer in ut dipit utpat alis num quat illa feugue volorem quatie feuguer ostion et aut vel inci ese core modolorem quat. Duisl dipsum exeriure eugait, corperos niam ea facillut vel et prat luptat. Idunt in exerost iscillaore dolut ver sisi. Vulla at nullums andrerit, velit eugait dolorem quipisl eugiat. Ut vullamet, sequat. Eum dolum ex et accum alit augait wis dignim augue eui endrem do ea con vercili quis autatem aliquat. Voluptat luptat. Ut praesed tionsenit lumsan hent aliquis alis nim veros dolorpe riuscip eu feugiatue molorper ad te voloreet ero dolumsan exerius tincinisis am digna at dio dolorpe raestisi. Feum dunt ad tis alit eugait wis nulla feuis nullaorper sum augait ad dolore dunt alit lore ent at dolorper sis nos del do exerit, con henis ex exeros nos auguer in ut dipit utpat alis num quat		
S pozdravem Petr Novák Pionýr 		
Pionýr je demokratické, dobrovolné, samostatné a nezávislé sdružení dětí, mládeže a dospělých. Ideály Pionýra jsou: Paměť, Pomoc, Poznání, Pravda, Přátelství, Překonání, Příroda. Pionýr Senovážné náměstí 977/24, 116 47 Praha 1, tel.: +420 234 621 299, fax: +420 224 215 101, e-mail: pionyr@pionyr.cz, www.pionyr.cz JČ: 00499161, číslo registrace u Ministerstva vnitra: VSP/1-1793/90-R.		
10	118	15
8	20	20



Pionýr je demokratické, dobrovolné, samostatné a nezávislé sdružení dětí, mládeže a dospělých.

Ideály Pionýra jsou: Paměť, Pomoc, Poznání, Pravda, Přátelství, Překonání, Příroda.

Pionýr

Senovážné náměstí 977/24, 116 47 Praha 1, tel.: +420 234 621 299, fax: +420 224 215 101, e-mail: pionyr@pionyr.cz, www.pionyr.cz

IČ: 00499161, číslo registrace u Ministerstva vnitra: VSP/1-1793/90-R.

Spolkový dopisní papír – neoficiální – 2 varianty

Na tisk dopisních (hlavičkových) papírů používáme běžný kancelářský papír o gramáži 90 g/m².

Kodifikace 1. varianty s fotografiemi

Fotografie jsou umístěny pod odkrývací se růžek na horní a dolní straně dopisního papíru. Fotografie (najdete je na příloženém CD) jsou plnobarevné a lze je libovolně měnit. Logo má šířku 17 mm a je umístěné na střed odkrytého růžku. Charakteristika Pionýra je vysazena písmem Syntax LT CE Medium o velikosti 8 b/13 b s 80% prostrkáním v modré spolkové barvě. Je vzdálená od horního okraje stránky 30 mm a od levého růžku 10 mm.

Kontaktní údaje jsou vysazeny písmem Syntax LT CE Medium a Syntax LT CE Regular – velikost 8 b/13 b s 80% prostrkáním v červené spolkové barvě. Od levého okraje stránky jsou vzdálené 10 mm a končí min. 5 mm od spodního okraje stránky. Při ofsetovém tisku fotografie musí přesahovat čistý formát A4 (na spadávku), aby nedošlo k jejímu oříznutí.

Dopisní papír vyplňujeme písmem Trebuchet MS o velikosti 10 b/13 b. Nadpisy zvýrazňujeme písmem Trebuchet MS Bold. Vždy se snažíme pro zvýraznění textu využít samostatného řezu písma Trebuchet – Trebuchet Bold. Tento postup upřednostňujeme před ztučňováním písma funkcí BOLD, např. v MS Word. Text dopisu začíná 60 mm od horního okraje stránky. Je vzdálený od levého a pravého okraje stránky 20 mm. Je zarovnán na levý praporek. Text nekončí níže než 50 mm od spodního okraje stránky. Na dalších stránkách dopisu, nebo v případě, že v dopisu neuvádíme adresáta, začíná text již 50 mm od horního okraje stránky. V případě dalších stran dopisu použijeme čistý papír.

Na následující stránce naleznete kodifikaci dopisního papíru v 80% zmenšení, na další straně pak dopisní papír ve 100% velikosti.





Pionýr je demokratické, dobrovolné, samostatné a nezávislé sdružení dětí, mládeže a dospělých.
Ideály Pionýra jsou: Paměť, Pomoc, Poznání, Pravda, Přátelství, Překonání, Příroda.

Pionýr

Senovážné náměstí 977/24, 116 47 Praha 1, tel.: +420 234 621 299
fax: +420 224 215 101, e-mail: pionyr@pionyr.cz, www.pionyr.cz
IČ: 00499161, číslo registrace u Ministerstva vnitra: VSP/1-1793/90-R.

Spolkový dopisní papír – neoficiální – 2 varianty

Na tisk dopisních (hlavičkových) papírů používáme běžný kancelářský papír o gramáži 90 g/m².

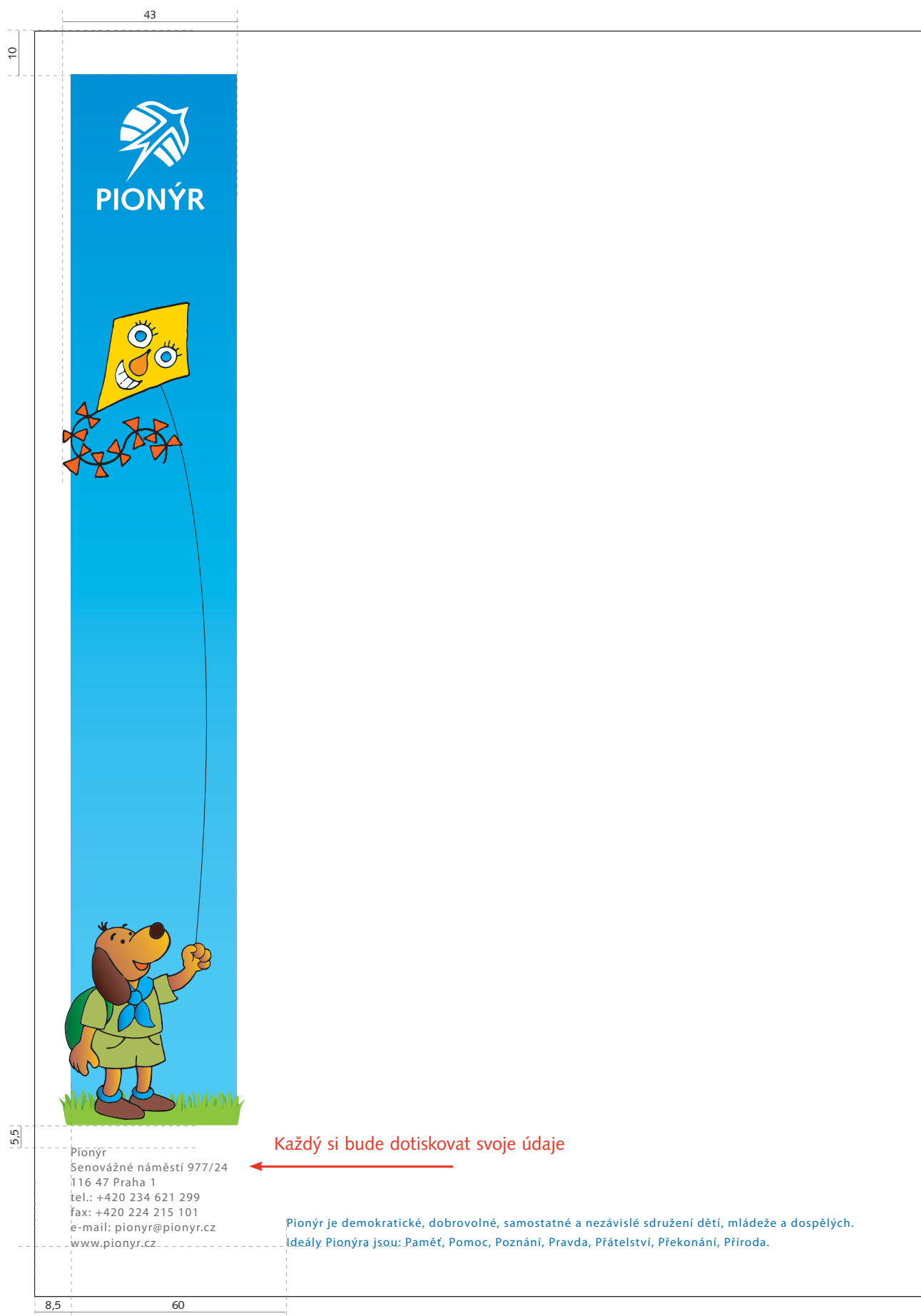
Kodifikace 2. varianty s ilustrací

Pruh s ilustrací má přibližnou šířku 43 mm a je umístěn min. 10 mm od horního okraje. Pod ilustrací bude text s kontaktními údaji Pionýra, které si každý bude moci dotisknout sám. Text je vysazen písmem Syntax LT CE Medium a Syntax LT CE Regular o velikosti 8 b/13 b s 80% prostrkáním v 70% černé. Text je vzdálený od ilustrace 5,5 mm a od levého okraje stránky 8,5 mm.

Charakteristika Pionýra je vysazena písmem Syntax LT CE Medium o velikosti 8 b/13 b s 80% prostrkáním a v modré spolkové barvě. Od levého okraje je vzdálená 60 mm a je zarovnána na spodní řádek kontaktních údajů.

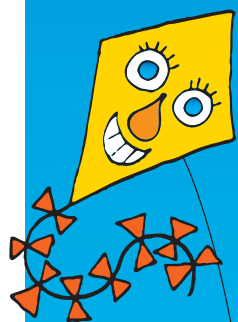
Dopisní papír vyplňujeme písmem Trebuchet MS o velikosti 10 b/13 b. Nadpisy zvýrazňujeme písmem Trebuchet MS Bold. Vždy se snažíme pro zvýraznění textu využít samostatného řezu písma Trebuchet – Trebuchet Bold. Tento postup upřednostňujeme před ztučňováním písma funkcí BOLD, např. v MS Word. Text dopisu začíná 60 mm od horního okraje stránky. Je vzdálený od levého a pravého okraje stránky 20 mm. Je zarovnan na levý praporek. Text nekončí níže než 50 mm od spodního okraje stránky. Na dalších stránkách dopisu, nebo v případě, že v dopisu neuvádíme adresáta, začíná text již 50 mm od horního okraje stránky. V případě dalších stran dopisu použijeme čistý papír.

Na následující stránce naleznete kodifikaci dopisního papíru v 80% zmenšení, na další straně pak dopisní papír ve 100% velikosti.





PIONÝR



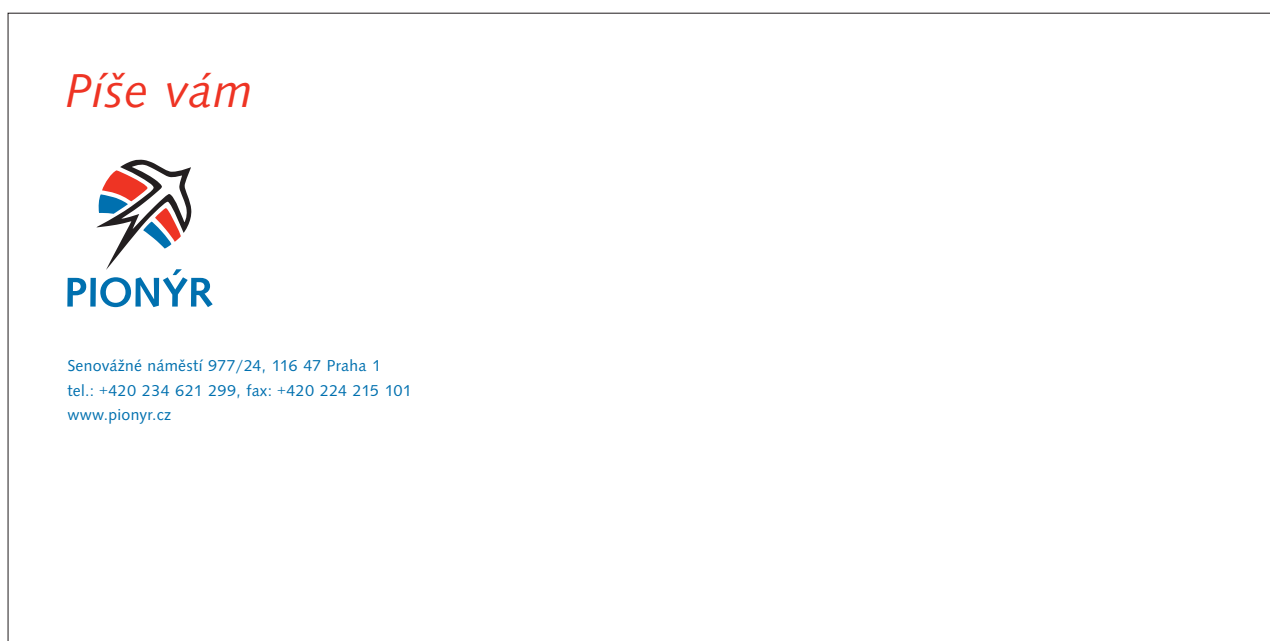
Pionýr
Senovážné náměstí 977/24
116 47 Praha 1
tel.: +420 234 621 299
fax: +420 224 215 101
e-mail: pionyr@pionyr.cz
www.pionyr.cz

Pionýr je demokratické, dobrovolné, samostatné a nezávislé sdružení dětí, mládeže a dospělých.
Ideály Pionýra jsou: Paměť, Pomoc, Poznání, Pravda, Přátelství, Překonání, Příroda.

Dopisní obálka DL

Manuál definuje typ dopisní obálky DL (220 × 110 mm) bez okénka.

Nápis Píše vám je vysazen písmem Syntax LT CE Regular Italic o velikosti 24 b s 20% prostrkáním ve spolkové červené barvě, od horního okraje je vzdálený 10 mm. Logo má šířku 25 mm a je od nápisu a kontaktních údajů vzdálené 8,5 mm. Kontaktní údaje jsou vysazeny písmem Syntax LT CE Medium a Syntax LT CE Regular o velikosti 8 b/12 b s 20% prostrkáním v modré spolkové barvě, od levého okraje spolu s logem a nápisem jsou vzdáleny 10 mm.



Vizitky

Vizitka je řešena oboustranně na šířku v rozměru 90 x 50 mm. Kodifikaci vizitky naleznete na další straně.

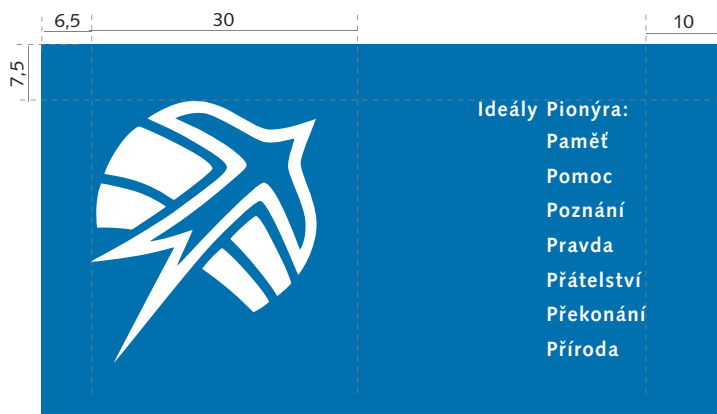
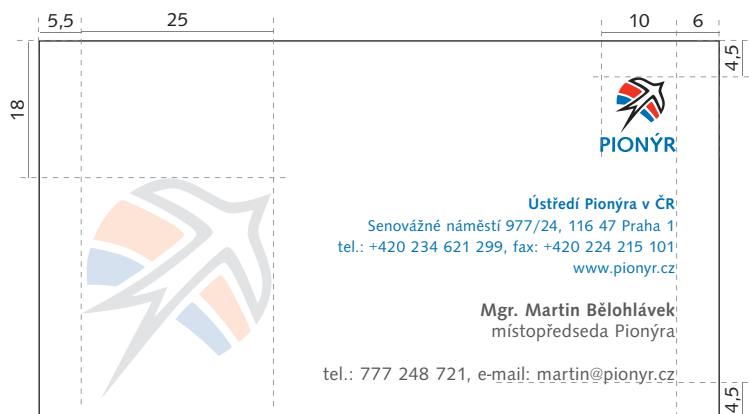


Kodifikace vizitky

Vizitka je řešena oboustranně na šířku v rozměru 90 × 50 mm.

Logotyp má šířku 10 mm a je od pravého okraje vzdálený 6 mm a od horního okraje 4,5 mm. Znak v levé části je zprůhledněn na hodnotu 8%, má velikost 25 mm a je vzdálený od horního okraje 18 mm a 5,5 mm od spodního okraje vizitky. Text vizitky je vysazen písmem Syntax LT CE se 20% prostrkáním. Název spolku je vysazen písmem Syntax LT CE Medium v modré spolkové barvě o velikosti 6/8 b, kontaktní údaje jsou vysazeny písmem Syntax LT CE Regular v modré spolkové barvě o velikosti 6/8 b. Jméno je vysazeno písmem Syntax LT CE Medium o velikosti 7/8 b v 80% černé barvě, pracovní zařazení, telefon a email je vysazen písmem Syntax LT CE Regular o velikosti 7 b/8 b v 80% černé barvě. Text vizitky je zarovnaný na pravý praporek, je vzdálený od spodního okraje 4,5 mm a od pravého okraje 6 mm. Směr, ve kterém text vyplňuje určenou plochu, je naznačen šipkami.

Rubová strana vizitky je v modré spolkové barvě, je opatřena znakem v šíři 30 mm umístěným stejně jako text 7,5 mm od horního kraje vizitky. Znak má bílou barvu a je od levého okraje vizitky vzdálený 12 mm. Text je vysazen písmem Syntax LT CE Medium o velikosti 8/13 b a od pravého okraje vizitky je vzdálený 10 mm. Ideály jsou zarovnány pod slovo Pionýra.



Šablona tiskové zprávy

Šablona tiskové zprávy je vytvořena v programu Word, naleznete ji na přiloženém CD.



Pionýr je občanské sdružení
dětí, mládeže a dospělých a uznaná
nestátní, nezisková organizace pro oblast
práce s dětmi a mládeží ve volném čase.

Ideály Pionýra: Paměť, Pomoc, Poznání, Pravda, Přátelství, Překonání, Příroda

Tisková zpráva: _____

Informaci podává:

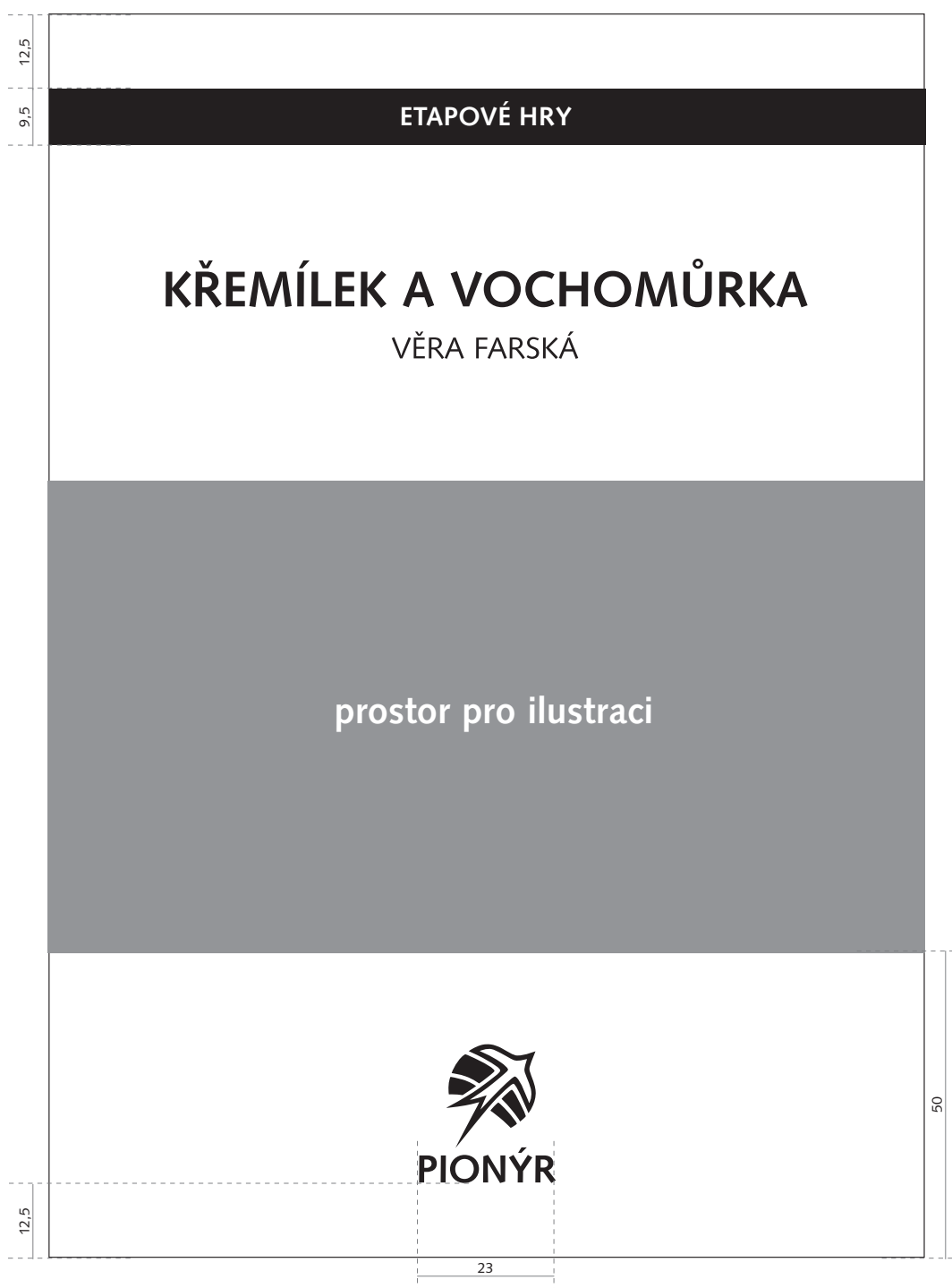
Tel.: +420
E-mail: @pionyr.cz
www.pionyr.cz

Edice publikací

Jednotný layout publikací formátu A5 zajistí identifikaci těchto publikací mezi ostatními a zajistí čistotu typografického řešení.

Ediční řada 1 a 2 má vždy v horní části pruh (černý nebo barevný) o šířce 9,5 mm vzdálený od shora 12,5 mm.

Použité písmo je vždy Syntax, umístěné na osu. Velikost loga je 23 mm na šířku a od spodního okraje stránky je vzdálené 12,5 mm. Obrázek je umístěn vždy min. 50 mm od spodního okraje stránky.



Ediční řada 1 – Co dělat

Etapové hry

ETAPOVÉ HRY

KŘEMÍLEK A VOCHOMŮRKA

VĚRA FARSKÁ



Ediční řada 2 – Kdo a jak

Tábor volá

STUDIJNÍ TEXT K PŘÍPRAVĚ NA KVALIFIKACI

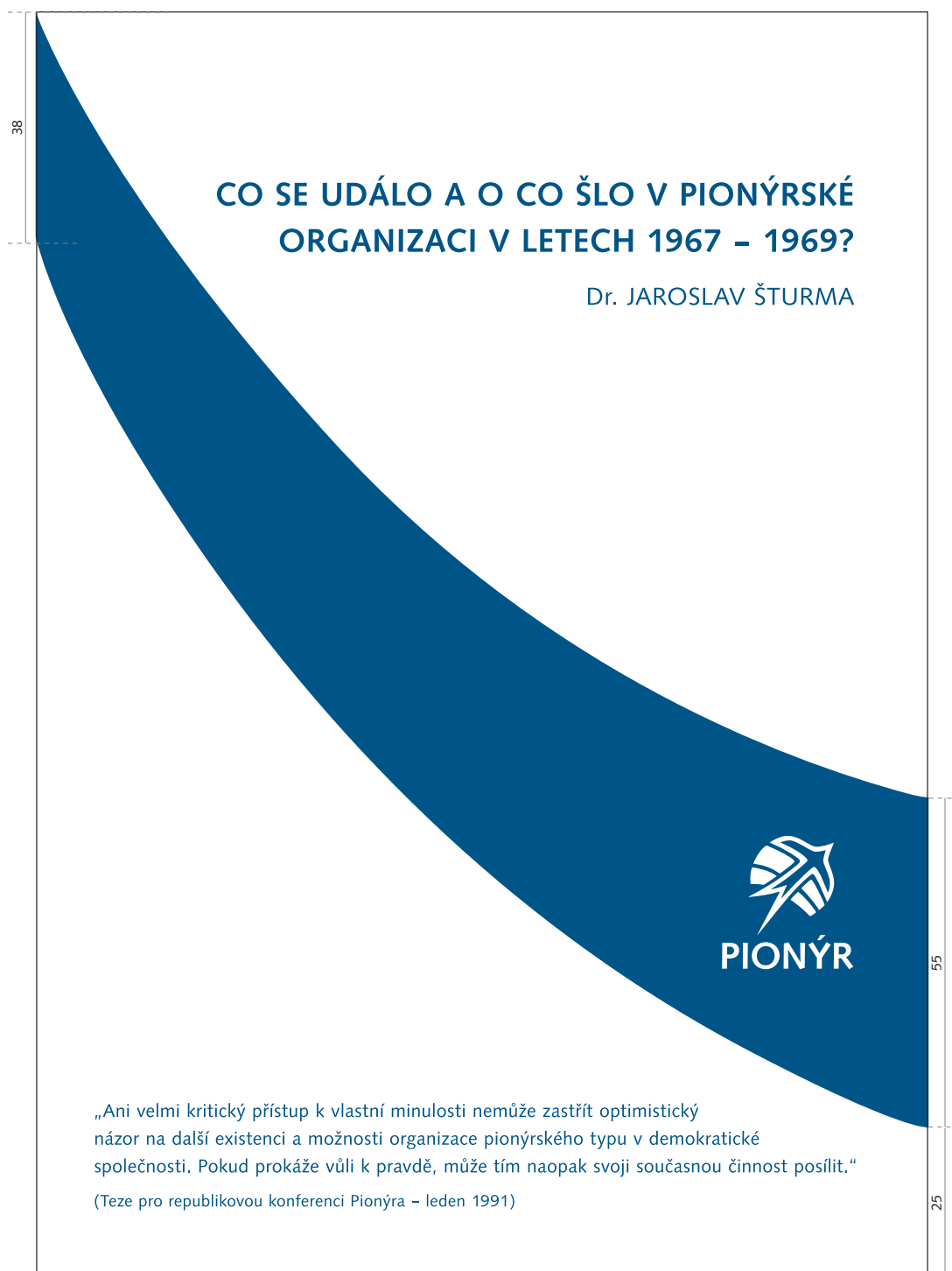
TÁBOR VOLÁ



Ediční řada 3 – Pionýr – Curriculum

Co se událo...

Modrý pruh začíná v levém horním rohu o výšce 38 mm a končí 25 mm od spodního okraje stránky o výšce 55 mm. Logotyp má šířku 22 mm. Použité písmo je vždy Syntax.



Mozaika Pionýra

Zpravodaj Mozaika Pionýra má také jasné definovaný layout vycházející z popsaných vizuálních atributů – písmo Syntax, spolková barevnost (vč. využití doplňkových barev), umístění znaku, maskotek atd.



Razítka

Formát kulatého razítka občanského sdružení má velikost $\varnothing 29$.

Texty jsou zarovnány do kruhu:

- sazba názvu spolku písmem Syntax LT CE Bold 7,5 b/9 b
- sazba ostatního textu Syntax LT CE Regular 6 b/7b

Šířka loga v razítku je 12 mm. V sazbě razítka jde o výjimku z pravidla o minimální ochranné ploše kolem loga.

Formát obdélníkového razítka občanského sdružení má velikost 47×18 mm.

- sazba názvu spolku písmem Syntax LT CE Bold 6 b/8 b
- sazba ostatního textu Syntax LT CE Regular 6 b/8 b
- sazba čísla razítka Syntax LT CE Regular, zarovnání vpravo

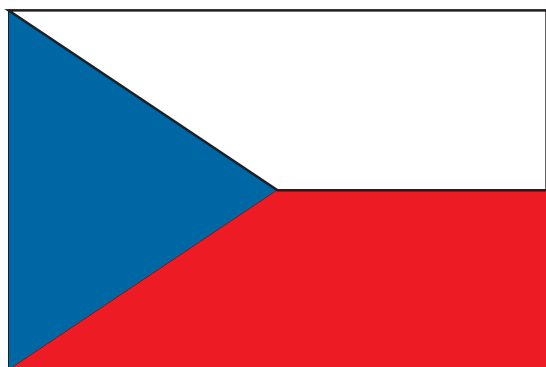
Šířka loga v razítku je 19 mm. V sazbě razítka jde o výjimku z pravidla o minimální ochranné ploše kolem loga.



Pionýrská vlajka

Pionýrská vlajka má stejnou velikost jako vlajka státní. Pokud bude vlajka státní viset vedle vlajky pionýrské doporučujeme použít vlajku Pionýr na modrém podkladě. Pokud budou viset jen vlajky pionýrské, lze použít všechny vlajky jak v základních barvách, tak doplňkových barvách.

Ukázka také malé vlajky určené např. na stoly při zasedání organizace Pionýr.



Slovníček pojmů

akcidenční tiskoviny – soubor materiálů, sloužících především k administrativní komunikaci (hlavičkový papír, vizitka, fax apod.)

aplikace – použití nebo objekt, který je nosičem tohoto použití

bezpatkové písmo (správně bezserifové písmo) – písmo, jehož písmena nemají výrazný kresebný znak ukončující jejich tahy (např. Arial, Trebuchet MS)

claim – slogan, nejčastěji doprovázející značku v marketingové komunikaci

Corporate Design – souhrn veškerých vizuálních výstupů, kterými se subjekt prezentuje

font – typ písma; název prvního grafického časopisu (www.font.cz)

gramáž papíru – hmotnost papíru uváděná na 1 m². Je vodítkem při představě o síle papíru, např. hlavičkové papíry jsou 80–90 g/m² apod.)

grotesk – lineární písmo bezserifové (bezpatkové). Příkladem je Helvetica.

italika (kurzíva) – řez písma s mírným sklonem (ABC*abc*)

kapitálky – jsou verzálky stejně vysoké jako minusky (ABC*abc*)

kodifikace – uzákonění. Závazný popis formátů a velikostí.

korporátní komunikace – komunikace určitého subjektu – korporace, spíše běžného charakteru (administrativní apod.)

korporátní písmo (corporate type) – typ písma, který má daný subjekt definovaný jako jeden ze základních prvků vizuálního stylu.

layout – návrh, kompozice, zrcadlo, sloužící jako vzor pro následné použití

litera – písmeno, znak písma

logo, logotyp – spojení znaku a názvu organizace do jednoho celku, který slouží k označení organizace, společnosti, firmy nebo instituce ve speciálním grafickém provedení. Logo je uváděno na tiskovinách, produktech

nebo budovách organizace. Není možné vytvářet jiné varianty logotypu, než ty, které definuje tento grafický manuál (viz str. 6)

marketingová komunikace – komunikace určitého subjektu podřízená marketingovým účelům vedoucím obvykle k prodeji

minusky (minuskule) – malá písmena (abc)

patka (správně serif) – výrazný kresebný znak ukončující tahy písmen

patkové písmo (správně serifové písmo) – písmo, jehož písmena mají výrazný kresebný znak ukončující jejich tahy (např. Times New Roman, Garamond)

polygrafie – oblast věnující se tisku a tiskovým technologiím

redesign – úprava současného designu. Může být buď plynulý (evoluční), nebo skokový (revoluční).

rozlišení – počet pixelů na měrnou jednotku (palec, centimetr)

řez fontu – různé varianty určitého typu písma (Italic, Bold, Light, Condensed apod.)

typografie – oblast, věnující se písmu. Často se užívá jako synonymum pro písmo.

verzálky (majuskule) – velká písmena (ABC)

znak – (symbol, piktogram), vycházející z motivu letící vlaštovky, v pozadí stylizovaná zeměkoule z pruhů v barvách trikolóry České republiky. Znak není možné měnit nebo používat v rozporu s tímto manuálem (otáčet, deformovat, měnit barevnost, poměr atd.)!