



- 1. WPROWADZENIE**
 - 1.1 Wstęp
- 2. LOGO**
 - 2.1 Geneza powstania
 - 2.2 Dozwolone wersje
 - 2.3 Budowa
 - 2.4 Pole ochronne
 - 2.5 Skalowanie
 - 2.6 Kolorystyka Podstawowa
 - 2.7 Kolorystyka Dodatkowa
 - 2.8 Zastosowanie na tłach
 - 2.9 Nieprawidłowe zastosowanie na tłach
 - 2.10 Niedozwolone Modyfikacje
- 3. KOLORYSTYKA**
 - 3.1 Kolory marki
 - 3.2 Dozwolone modyfikacje kolorystyki
- 4. TYPOGRAFIA**
 - 3.1 Inter
 - 3.2 Montserrat
- 5. MATERIAŁY FIRMOWE**
 - 4.1 Wizytówka
 - 4.2 Papier firmowy

1. WPROWADZENIE

1.1 WSTĘP

Poniższa księga znaku została stworzona, aby wyznaczyć zasady do prezentowania loga, logotypu i sygnetu Redakcji “Głos Pokolenia”, zwanej dalej Redakcją, w sposób spójny, rozpoznawalny i prawidłowy.

Księga znaku to zbiór reguł opisujących stosowanie znaku oraz wynikające z tego ograniczenia. Zawiera ona wszelkie odmiany oraz wersje kolorystyczne wraz z przykładami. Stosowanie się do przedstawionych zasad pozwoli zachować spójność wizerunku.

2. LOGO

LOGO

2.1 GENEZA POWSTANIA

Elementami składowymi sygnetu są trzy kształty, ukryte w nim litery "g" i "p" nawiązują do skróconej formy nazwy marki.

Znak cechuje minimalistyczna forma, adekwatna do panujących trendów.

Umieszczenie w sygnecie liter początkowych nazwy nawiązuje do tendencji posługiwania się tymże skrótowcem przez odbiorców.

Wykorzystanie odcieni fioletu również nie jest dziełem przypadku. Zastosowanie tego koloru bezpośrednio nawiązuje do idei z jakimi utożsamia się Redakcja, tj. poszukiwanie wolności.



LOGO

2.2 DOZWOLONE WERSJE

Kompletny znak Głosu Pokolenia składa się z sygnetu umieszczonego z lewej strony oraz logotypu, który jest nazwą marki.

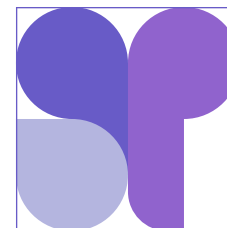
Logotyp powstał na bazie fontu **Montserrat**. Litery czcionki zostały dodatkowo zmodyfikowane w celu zwiększenia spójności.

W uzasadnionych przypadkach dopuszczalne jest stosowanie samego sygnetu.

WERSJA PODSTAWOWA



SYGNET



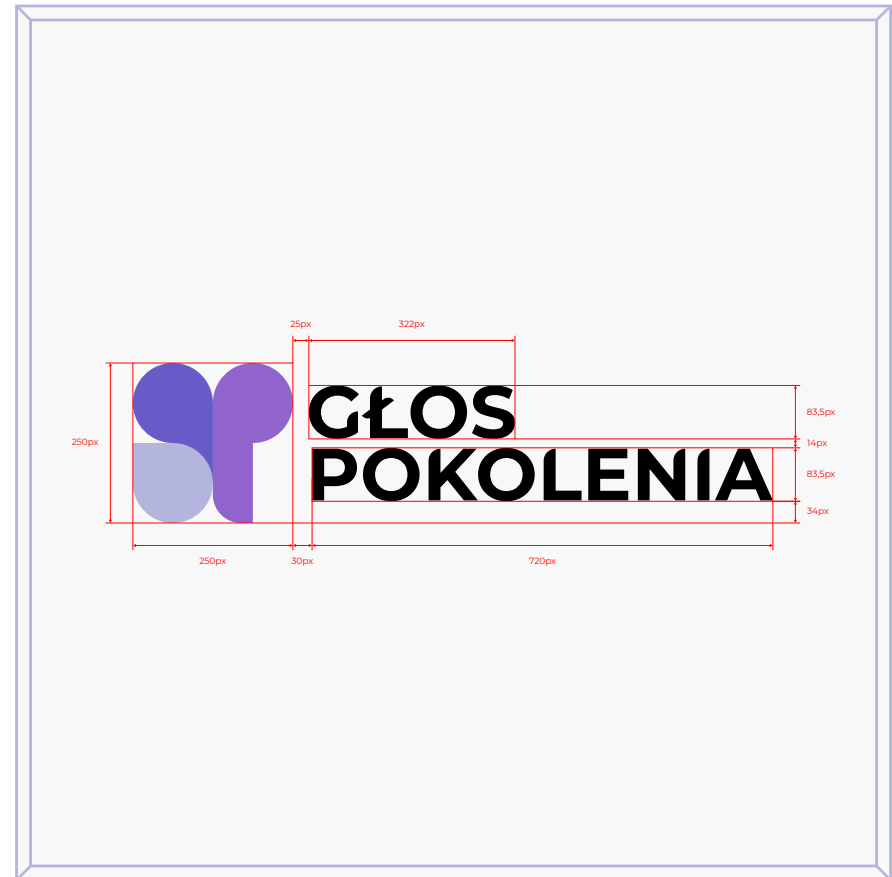
LOGO

2.3 BUDOWA

Znak został zaprojektowany z zachowaniem odpowiednich proporcji, posiada ściśle określoną konstrukcję.

Jednostką miary określającą odpowiednie wymiary znaku na podanym przykładzie jest pixel.

Zabronione jest jakiekolwiek modyfikowanie wspomnianych proporcji.

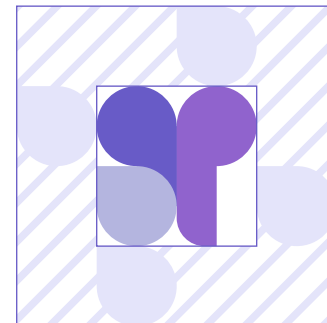


LOGO

2.4 POLE OCHRONNE

Wszystkie dozwolone wersje znaku posiadają pole ochronne, które wynosi 50% wysokości oraz szerokości sygnetu.

Zabrania się naruszania pola ochronnego innymi elementami.



LOGO

2.5 SKALOWANIE

Zastosowanie odpowiedniego rozmiaru pozwala na czytelność oraz pozytywny odbiór znaku. Jego wielkość powinna być zawsze skalowana proporcjonalnie.

Minimalna wielkość wszystkich dozwolonych wersji znaku została przedstawiona obok.



LOGO

2.6 KOLORYSTYKA PODSTAWOWA

Wszystkie dozwolone wersje znaku posiadają taką samą kolorystykę podstawową oraz dodatkową.

Zaleca się stosowanie głównie dwóch przedstawionych obok wersji kolorystycznych.



#8463C9



PANTONE:
265 C

#645BC3



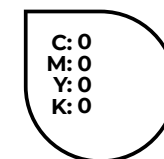
PANTONE:
2725 C

#B3B4DD



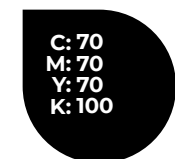
PANTONE:
270 C

#FFFFFF



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 0

#000000



C: 70
M: 70
Y: 70
K: 100

LOGO

2.7 KOLORYSTYKA DODATKOWA

W przypadku braku możliwości zastosowania podstawowej wersji kolorystycznej istnieje alternatywa przedstawiona obok.

Rekomenduje się stosowanie kolorystyki podstawowej.



#000000

C: 70
M: 70
Y: 70
K: 100

#333333

C: 68
M: 64
Y: 64
K: 62

#666666

C: 58
M: 51
Y: 51
K: 20



#FFFFFF

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 0

#E5E5E5

C: 8
M: 7
Y: 7
K: 0

#CCCCCC

C: 18
M: 15
Y: 15
K: 0

LOGO

2.8 ZASTOSOWANIE NA TŁACH

Zaleca się stosowanie znaku na jednolitych tłach i jeśli to możliwe to w podstawowej wersji kolorystycznej.

Znak w podstawowej wersji kolorystycznej należy używać tylko i wyłącznie na tłach pozbawionych jakichkolwiek domieszek kolorystycznych innych niż czarny i biały.

W innym wypadku można skorzystać z alternatywnej kolorystyki.

Znak musi być czytelny i nie powinien zaburzać jego widoczności.

PRZYKŁADY PRAWIDŁOWEGO ZASTOSOWANIA LOGO NA TŁACH



PRZYKŁADY PRAWIDŁOWEGO ZASTOSOWANIA LOGO NA TŁACH FOTOGRAFII



LOGO

2.9 NIEPRAWIDŁOWE ZASTOSOWANIE NA TŁACH

Zabrania się używania znaku o podstawowej kolorystyce na kolorowych tłach.

W przypadku fotografii znak musi być użyty w taki sposób, aby odznaczające się elementy tła nie naruszały jego pola ochronnego.

PRZYKŁADY NIEPRAWIDŁOWEGO ZASTOSOWANIA LOGO NA TŁACH



PRZYKŁADY NIEPRAWIDŁOWEGO ZASTOSOWANIA LOGO NA TŁACH FOTOGRAFII



LOGO

2.10 NIEDOZWOLONE MODYFIKACJE

Zabronione jest wszelakie modyfikowanie znaku. Nakazuje się przestrzegania zasad w celu zachowania spójności wizerunku marki.

Każdorazowo należy używać plików zamieszczonych na oficjalnej stronie Głosu Pokolenia.

PRZYKŁADY NIEDOZWOLONYCH MODYFIKACJI ZNAKU

ZMIANA PROPORCJI



ZMIANA KOMPOZYCJI



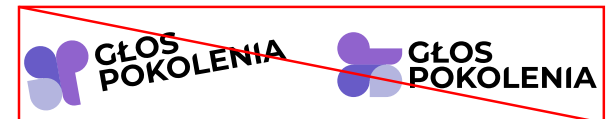
DODANIE CIENIA CZY OBRYSU



ZMIANA KOLORYSTYKI



INNE MODYFIKACJE



3. KOLORYSTYKA

KOLORYSTYKA

3.1 KOLORY MARKI

Marka Głos Pokolenia posługuje się trzema głównymi kolorami, widnieją one również w logo.

W celu zwiększenia tożsamości marki, zaleca się używanie kolorystyki przy wszelkiego rodzaju publikacjach.

Zezwala się na drobne modyfikację, tj. zmiany przezroczystości koloru, która dokładnie została opisana w punkcie 3.2.

#8463C9

PANTONE:
265 C

#645BC3

PANTONE:
2725 C

#B3B4DD

PANTONE:
270 C

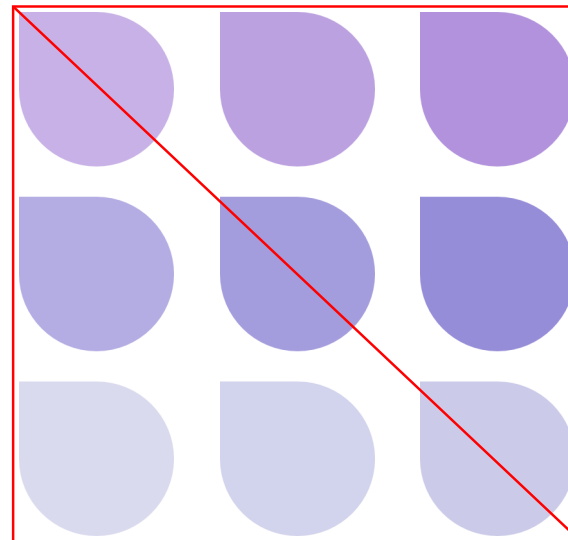
KOLORYSTYKA

3.2 DOZWOLONE MODYFIKACJE KOLORYSTYKI

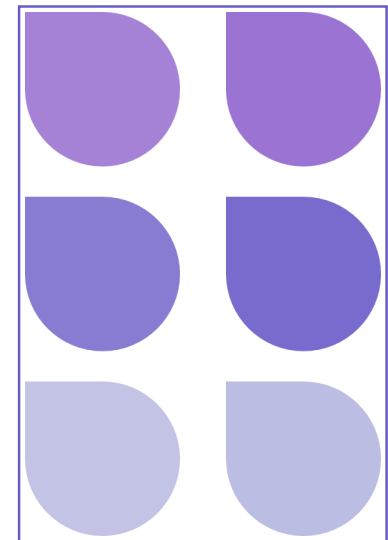
Zezwala się na zmianę przezroczystości tylko w uzasadnionych przypadkach.

Dopuszcza się tylko modyfikacje zamieszczone obok.

**ZABRANIA SIĘ USTAWIANIA
PRZEZROCZYSTOŚCI
NIŻSZEJ NIŻ 80%**



**DOZWOLONY ZAKRES
PRZEZROCZYSTOŚCI
OD 99% DO 80%**



4. TYPOGRAFIA

4.1 INTER

Jednym z krojów pisma jest font **Inter**, owy font należy stosować głównie w publikacjach internetowych. Jest on również używany na stronie internetowej Głosu Pokolenia.

Inter Regular

AaAaBbCcCcDdEeEeFfGgHhIiJjKkLlLlMmNn
OoOoPpQqRrSsSsTtUuWwXxYyZzZzZz

Inter Medium

AaAaBbCcCcDdEeEeFfGgHhIiJjKkLlLlMmNn
OoOoPpQqRrSsSsTtUuWwXxYyZzZzZz

Inter SemiBold

AaAaBbCcCcDdEeEeFfGgHhIiJjKkLlLlMmNn
OoOoPpQqRrSsSsTtUuWwXxYyZzZzZz

Inter Bold

AaAaBbCcCcDdEeEeFfGgHhIiJjKkLlLlMmNn
OoOoPpQqRrSsSsTtUuWwXxYyZzZzZz

Inter ExtraBold

AaAaBbCcCcDdEeEeFfGgHhIiJjKkLlLlMmNn
OoOoPpQqRrSsSsTtUuWwXxYyZzZzZz

Inter Black

AaAaBbCcCcDdEeEeFfGgHhIiJjKkLlLlMmNn
OoOoPpQqRrSsSsTtUuWwXxYyZzZzZz

4.2 MONTSERRAT

Kolejnym fontem marki, który można stosować zarówno w druku jak i w publikacjach internetowych jest **Montserrat**.

Montserrat Regular

AaAąBbCcCcDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMmNn
OoÓóPpQqRrSsŚśTtUuWwXxYyZzŻżŻź

Montserrat Medium

AaAąBbCcCcDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMmNn
OoÓóPpQqRrSsŚśTtUuWwXxYyZzŻżŻź

Montserrat SemiBold

AaAąBbCcCcDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMmNn
OoÓóPpQqRrSsŚśTtUuWwXxYyZzŻżŻź

Montserrat Bold

AaAąBbCcCcDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMmNn
OoÓóPpQqRrSsŚśTtUuWwXxYyZzŻżŻź

Montserrat ExtraBold

AaAąBbCcCcDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMmNn
OoÓóPpQqRrSsŚśTtUuWwXxYyZzŻżŻź

Montserrat Black

AaAąBbCcCcDdEeEęFfGgHhIiJjKkLlŁłMmNn
OoÓóPpQqRrSsŚśTtUuWwXxYyZzŻżŻź

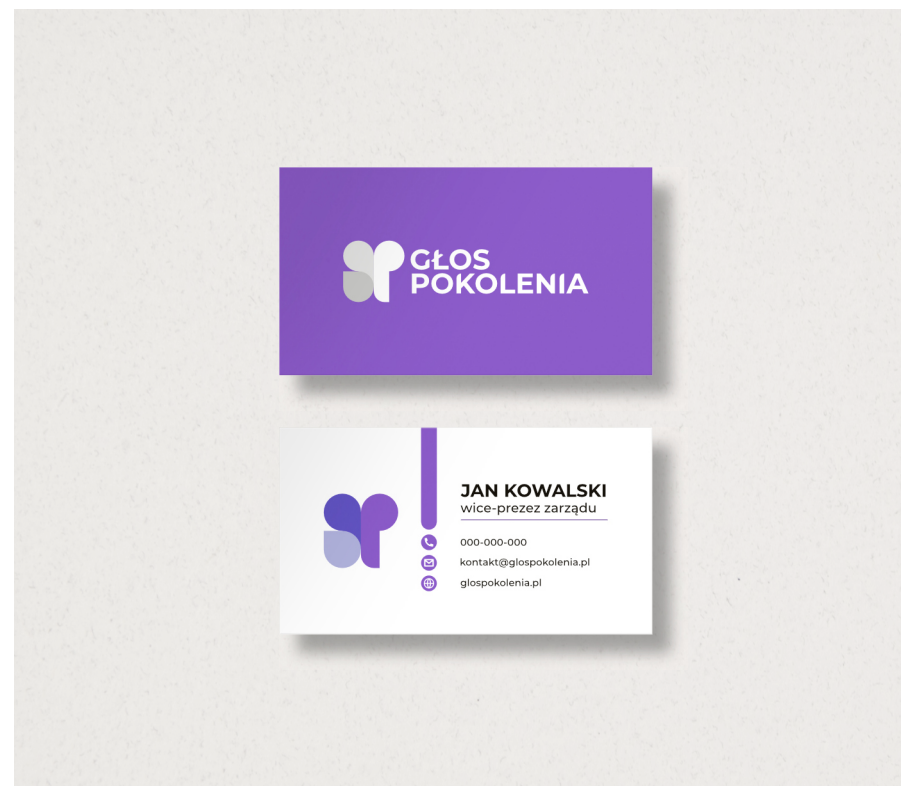
5. MATERIAŁY FIRMOWE

MATERIAŁY FIRMOWE

5.1 WIZYTÓWKA

Przykładowy projekt wizytówki.

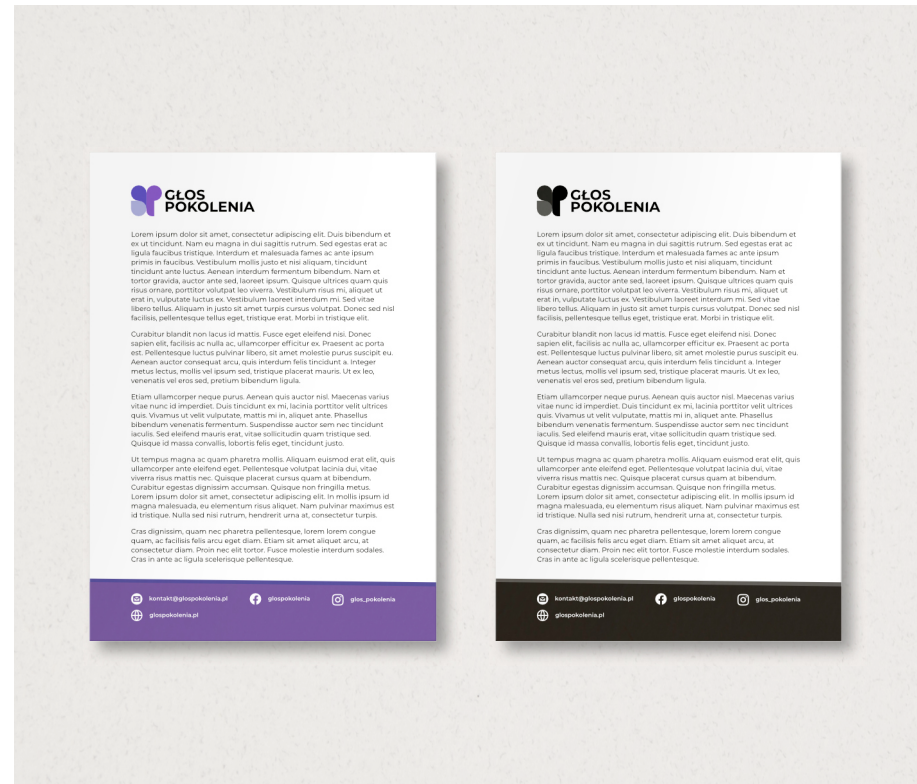
Logo, sygnet oraz kolorowe akcenty mogą dodatkowo zostać pokryte lakierem UV.



MATERIAŁY FIRMOWE

5.2 PAPIER FIRMOWY

Przykładowy projekt papieru firmowego.



KSIĘGA ZNAKU GŁOSU POKOLENIA

E-mail: kontakt@glospokolenia.pl

www.glospokolenia.pl

OPRACOWANIE

Dominik Grochot