

Elementy graficzne w reklamach

Słownika błędów językowych

! Wydawca serii udostępnia zestaw różnorodnych elementów graficznych – do użycia w internecie i w materiałach drukowanych. Ich **WYKAZ** (oraz układ katalogów) przedstawiono na 2. stronie tego opracowania. Poszczególne elementy mają odpowiednie formaty plików i liczne przydatne wersje.

A. ZASADY UŻYCIA

- TYTUŁ słownika** należy zapisywać ciemnoczerwoną czcionką Ubuntu bold (bez cudzysłowu): **Słownik błędów językowych**


W dłuższych tekstach, aby uniknąć częstych powtórzeń pełnej wersji tytułu (i gdy nie będzie na nią miejsca), można użyć skrótu **SBJ**. Nie dotyczy to banerów, nagłówek, tytułów artykułów itp.



- NAZWA marki** (= adres strony wydawcy) winna być podawana w logotypie. Tam, gdzie to niemożliwe i w tekstach ciągłych należy stosować czcionkę Ubuntu bold w odpowiednich kolorach: **ZnamPolski.pl**

- LOGOTYP nazwy marki** ma trzy wersje:

		Wymiary minimalne	
		druk	internet
a) ze sloganem na dole		22 mm	62 px
b) ze sloganem z tyłu		36 mm	102 px
c) bez sloganu		15 mm	45 px

UWAGI:

- Jeśli można zastosować logotyp w rozmiarach pozwalających odczytać slogan „bez lupy”, **należy użyć wersji ze sloganem** (tagline’em) – **najlepiej na dole**.
 - Jeśli to możliwe, logotyp powinien mieć – z każdej strony – margines (pole ochronne) równy wysokości dużej litery. W zestawie grafik są wersje z marginesem i bez.
- LOGO marki** jest tarcza ze strzałą:  Jego zastosowanie nie jest obowiązkowe. Może to być graficzne urozmaicenie („ozdobnik”) dłuższych tekstów – pod warunkiem, że wystąpi w nich logotyp. Logo nie powinno jednak sąsiadować z logotypem (np. być umieszczone przed nim).

- SYMBOLE GRAFICZNE**  |  to główny motyw wizualny i formalny słownika. Należy je wykorzystywać – zawsze razem i oddzielone pionową ciemnoszarą kreską – jako podstawowy element graficzny reklam. Jest on ważniejszy niż logo marki!

- FRONT OKŁADKI** powinien być pokazany, gdy obraz nie będzie tak mały, że jedynym dobrze czytelnym elementem tekstowym byłby tytuł.

Alternatywą jest użycie wykadrowanego fragmentu okładki (dostępny w zestawie grafik) albo normalne zapisanie tytułu (Ubuntu bold czerwony) i dodanie symbolicznej kompozycji graficznej, o której mowa w punkcie 5.



7. **WIZUALIZACJE** można stosować zamiast frontu okładki słownika (lub jej wykadrowanego fragmentu). Ukazują one słownik leżący na biurku lub e-book wyświetlony na różnych urządzeniach.
8. **KOLORY** logotypu, logo, elementów graficznych i czcionek:







	CMYK	Pantone	RGB
czerwony	2 100 84 6	186 C	200 116 46
zielony	100 0 93 29	348 C	0 111 75
szary	45 25 16 59	7546 C	91 103 112

Podstawową wersją logotypu, symboli i logo jest wersja 3- lub 2-kolorowa (zależnie od elementu). Wersji jednokolorowej (białej bądź czarnej) można użyć tylko wtedy, gdy kolor lub deseń tła (np. zdjęcia) uniemożliwia dobrą ekspozycję wersji różnokolorowej.

9. **CZCIONKA TEKSTÓW:** podstawowa – Roboto, poboczna – Roboto Condensed. Tej drugiej można użyć dla treści drugorzędnych (np. dodatkowe informacje). Kolor najlepiej taki, jak podany w tabeli.

B. WYKAZ UDOSTĘPNIONYCH ELEMENTÓW GRAFICZNYCH

- Elementy do druku zostały przygotowane w modelu barw CMYK, a do zastosowań internetowych – RGB. Jeśli potrzebny jest element w modelu Pantone, prosimy o kontakt: media@znampolski.pl
- Cały zestaw elementów graficznych został posegregowany w odpowiednio ułożonych katalogach. Jest ich sporo – ze względu na liczbę elementów i wersji.
- Jeśli materiały graficzne są wysyłane przez wydawcę, a nie pobierane ze strony, najprawdopodobniej ich zestaw będzie ograniczony – wg potrzeb danego odbiorcy (np. bez wersji do druku).

<i>Istota podziału</i>	<i>Katalogi</i>			
Zastosowanie elementu graf. [katalogi główne]	WWW		DRUK	
Rodzaj elementu graficznego [takie katalogi są w każdym z katalogów głównych]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logotyp ze sloganem na dole:  2. Logotyp ze sloganem z tyłu:  3. Logotyp (bez sloganu):  4. Symbole   5. Wizualizacja (różne warianty) 6. Okładka (cała front, kadr front, kadr tył) 7. Logo  8. Zestaw liczb 			
Wersje grafik z logotypem [podkatalogi]	1. z tłem i z marginesem (polem ochronnym)	2. z tłem bez marginesu	3. bez tła, z marginesem	4. bez tła, bez marginesu
Wersje grafik z symbolami i z logo [podkatalogi]	1. z tłem		2. bez tła	