

KSIĘGA ZNAKU

Źródło inspiracji i wiedzy o Austrii, Tyrolu i
alpejskim życiu...

Dawka konkretnych informacji, dzięki którym będziesz mógł świadomie
delektować się pobytem w Austrii, kiedy już tam zawitasz.
<http://polkawtyrolu.com/>

Polka w Tyrolu

O BLOGU / ABOUT THE BLOG

„Polka w Tyrolu” to obecnie jedyny polskojęzyczny blog o Tyrolu, i jeden z niewielu blogów na temat Austrii w polskiej blogosferze. Czytelnicy otrzymują po pogłębione informacje, których brakuje na ogólnodostępnych portalach. Dowiadują się co robić, aby poznać „prawdziwą” Austrię.

„Polka w Tyrolu” („Polish girl in Tyrol”) is at present the only one blog about Tyrol run in Polish language. It’s also one of the very few blogs within the whole Polish blogosphere which concerns the topic of Austria. The readers come here to find detailed information, which is not possible to be found on the common websites. In my blog, I’m talking about what to do to meet „the real Austria”.

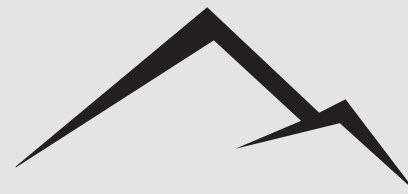
SPIS TREŚCI

WSTĘP	02
O firmie/blogu	
LOGO - znak marki	04
Sygnet Konstrukcja	
Logo Wersja Podstawowa	
Logo - wymiarowanie	
Logo - skalowanie	
KOLORY	09
Wersja pełnokolorowa (monochromatyczna)	
Wersja achromatyczna	
Logo w kontrze	
TYPOGRAFIA	12
POLE OCHRONNE ZNAKU	13
Wykorzystanie znaku	
AKCYDENSY	15

LOGO

Znak marki

Problemem z jakim spotkał się blog to przede wszystkim brak jasno określonej przestrzeni komunikacyjnej, która pozwoliłaby na dostrzeżenie potencjału i tym samym jednoznaczne zidentyfikowanie działalności i grupy docelowej.



POLKA W TYROLU

BLOG O AUSTRII, TYROLU I ŻYCIU W ALPACH

04

Zaproponowane logo łączy w sobie prosty przekaz aktywizujący nie tylko obecnych czytelników (odbiorców / klientów) treści, ale jest również skierowany do nowych czytelników oraz osób potencjalnie zainteresowanych tematyką.

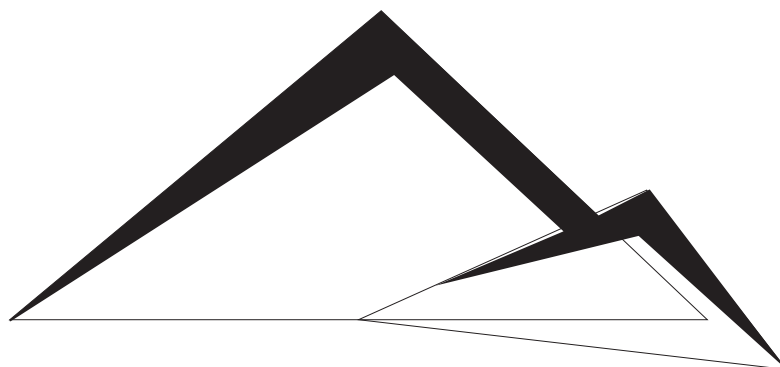
Sygnet został zaprojektowany na bazie trójkątów, jako metafora nauki i harmonii ze względu na wspomaganie wizerunku autorki jako tłumacza języka niemieckiego, ponadto zbiega się z obszarem zainteresowań (Austria, Alpy, Tyrol). Natomiast całe logo na powierzchni prostokąta.

Sygnet - konstrukcja

Dopuszcza się stosowanie samego sygnetu w projektach graficznych jedynie przy założeniu, że występuje wspólnie z pełną wersją logo lub nazwą, pozwalającą na identyfikację bloga / marki.

Dodatkowo możliwe jest również użycie samodzielnie sygnetu, jednak z zachowaniem zasad wymiarowania znaku.

Nie dopuszczalen natomiast jest użycie poszczwólnych części sygnetu rozdzielnie.



Logo - wersja podstawowa

Podstawowa forma znaku zawiera czarny zapis nazwy: Polska w Tyrolu oraz także dopisek: Blog o Austrii, Tyrolu i życiu w Alpach oraz sygnet w postaci dwóch złączonych elementów wpisanych w trójkąty. Wszystkie elementy logo znajdują się na białym tle.

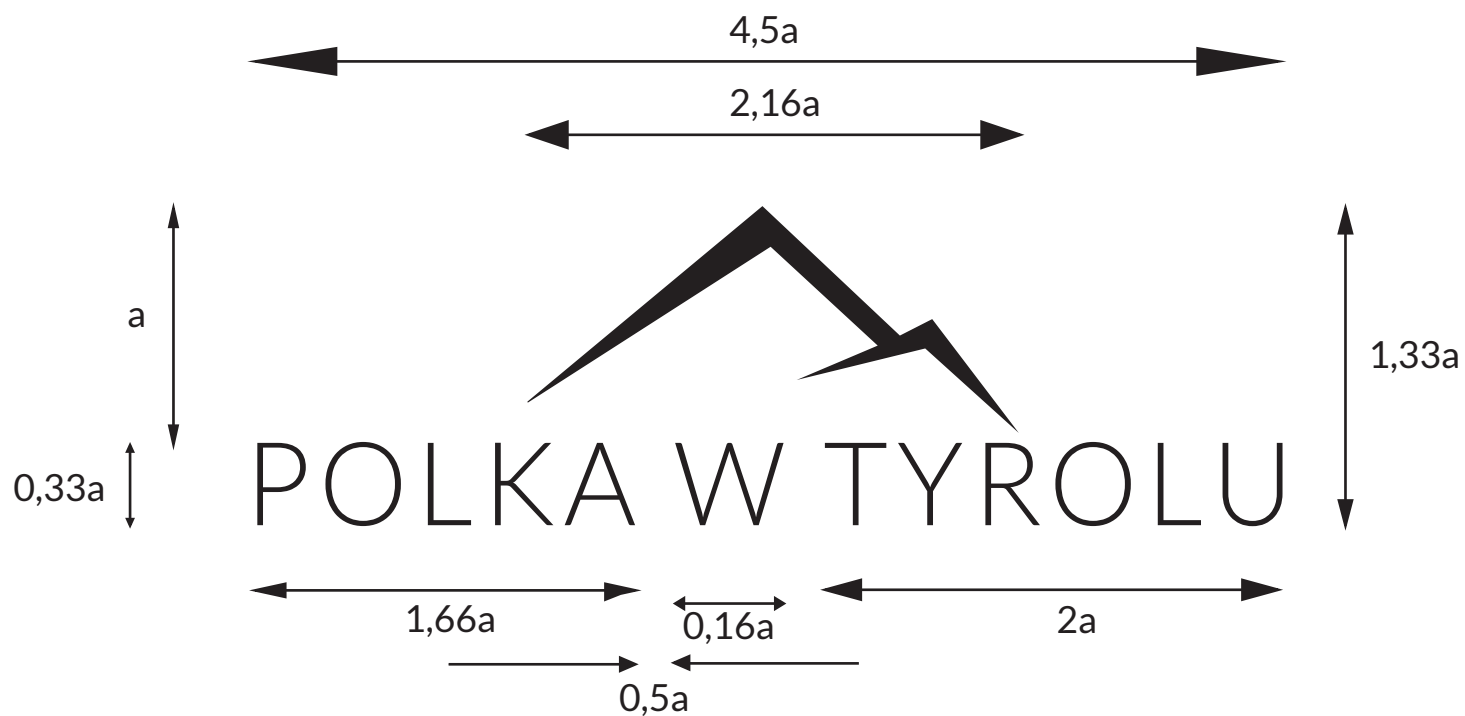
Użyty został font Lato Light oraz Lato Thin.

Jeżeli tło, na którym stosujemy znak marki jest w kolorze białym to stosujemy znak uwolniony z zachowania pola ochronnego.



Logo - wymiarowanie

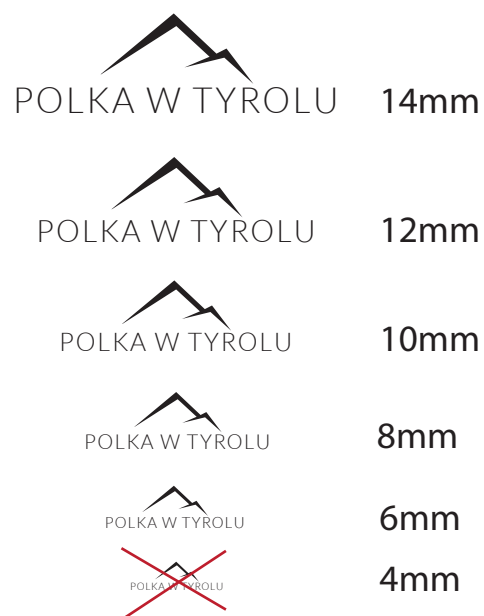
Powyższy rysunek przedstawia sposób konstrukcji oraz proporcje znaku. Stosunek wielkości i rozmieszczenie poszczególnych elementów znaku określono za pomocą wielkości podstawowej "a", która równa jest wysokości wskazanego elementu. Część typograficzna wyrównana jest poziomo do sygnetu. Znak stanowi nierozdzielny element kształtów, odległości i proporcji, które należy odwzorowywać z najwyższą precyzją.



Logo - skalowanie

Znak marki nie może być poddawany żadnym nieskalowanym deformacjom, niezależnie od przeznaczenia. Wszelkie zniekształcenia wielkości, proporcji i kolorystyki są niedopuszczalne. Przy odpowiednim skalowaniu istotne jest zachowanie odpowiednich proporcji, które nie zmieniają percepcji oraz widoczności znaku marki.

Wielkość minimalną znaku określa się poprzez jego wysokość. W przypadku zaprojektowanego logo, wielkość minimalna przyjmuje wysokość równą xx mm. Mniejszej wielkości nie zaleca się głównie z uwagi na czytelność znaku w procesie druku.



KOLORY

Wersja pełnokolorowa = wersji monochromatycznej

Użycie barw zależne jest od żądanej techniki reprodukcji oraz ekspozycji znaku. W celu uzyskania funkcjonalności należy dobrać taki opis koloru, jaki jest możliwy do odwzorowania przez przyjęty w danej sytuacji system reprodukcji (przykładowo dla druku offsetowego może być to model CMYK; na potrzeby telewizji, internetu, kolor znaku należy definiować w przestrzeni barwnej RGB; w przypadku malowania przemysłowego, zastosowanie znajdą przybliżenia koloru określone w skali RAL bądź NCS, itp.).

Uwzględniając specyfikę barwy oraz narzędzia komunikacyjne stosowane przez autorkę bloga, użycie barwy zostało podyktowane funkcjonalnością. Celem było zdefiniowanie znaku marki oraz doprowadzenie do konstrukcji pozytywnych konotacji powiązanych z profesjonalnym i fachowym aspektem działalności.

BLACK



#1d1d1b

FOR WEB USE

R: 29 G: 29 B: 27

FOR PRINTING USE

C: 60 M: 60 Y: 60 K 100

Wersja achromatyczna

Wersja achromatyczna znajduje zastosowanie szczególnie podczas reprodukcji "pozapoligraficznych", gdzie rysunek powstaje inaczej, niż poprzez nałożenie farby (hot stamp, grawerowanie, znakowanie laserem, czy piaskowanie). W wersji achromatycznej dopuszcza się użycie logo wyłącznie w kolorze białym.

WHITE



#ffffff

FOR WEB USE

R: 255 G: 255 B: 255

FOR PRINTING USE

C: 0 M: 0 Y: 0 K 0

Logo w kontrze

Możliwe jest użycie logo w kontrze wyłącznie w kolorze białym z zachowaniem odpowiedniego kontrastu z tłem.

WHITE



#ffffff

FOR WEB USE

R: 255 G: 255 B: 255

FOR PRINTING USE

C: 0 M: 0 Y: 0 K 0

TYPOGRAFIA

Znak marki stworzony został z wykorzystaniem popularnego oraz darmowego kroju pisma Lato zaprojektowanego przez Łukasza Dzięci-
ca. W całym projekcie skorzystano z dwóch wersji: Lato Light oraz Lato Thin, tworząc jednolitą typografię na wszystkich przestrzeniach
projektowych (znak, akcydensy). Wybrany font powinien być również stosowany w publikacjach na stronie internetowej, broszurach
informacyjnych i promocyjnych, celem zachowania spójności oraz harmonii linii identyfikacyjnej.

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNOÓPQRSŚTUWXYZŹŹ

aąbcćdeęfghijklłmnoópqrsśtuwxyzźź

1234567890

!@#\$%^&*()

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNOÓPQRSŚTUWXYZŹŹ

aąbcćdeęfghijklłmnoópqrsśtuwxyzźź

1234567890

!@#\$%^&*()

Pole ochronne znaku

Głównym celem pola ochronnego znaku jest zachowanie rozpoznawalności oraz zabezpieczenie przed zakłóceniem percepcji znaku od innych obiektów graficznych, takich jak zdjęcia, rysunki, tabele.

Definiuje także margines, jaki należy zachować od krawędzi dokumentu, czy innego przedmiotu, na którym znak jest umieszczony.

Użycie logo w tekście warunkuje skorzystanie z wydzielonej odległości w proporcji 2x od obranej jednostki x.

W przypadku lokalizacji logo wśród innych elementów graficznych proponowana odległość to 4x.



Wykorzystanie znaku na zróżnicowanych przestrzeniach

W zależności od przeznaczenia, znak będzie użytkowany na różnych przestrzeniach, co warunkuje jego odpowiednie przygotowanie do "samodzielnej" pracy w danych obszarach projektowych o zróżnicowanej kolorystyce.



Akcydensy

Zaprojektowane akcydensy to: wizytówka, papier firmowy oraz koperta. Akcydensy są w pełni wymiarowane. Zastosowany krój pisma to Lato, podobnie, jak w przypadku pozostałych przestrzeni projektowych.

Akcydensy zostały zaprojektowane w standardowych wymiarach europejskich.



Informacje kontaktowe:

Anna Ewa Woś
Bielany Wrocławskie

Tell: + 48 796 798 166

E-mail: anna.e.wos@gmail.com

www.designedbyann.com