



# *BASMANUAL 3.0*

EN GEMENSAM IDENTITET FÖR SVERIGES NATIONALPARKER  
VERSION 3.0 / 2012-04

# INNEHÅLL

<u>INLEDNING</u>	<u>3</u>	<u>4.0 BILD OCH ILLUSTRATION</u>	<u>29</u>
<u>TERMINOLOGI</u>	<u>4</u>	4.1 Fotografi	30
1.0 LOGOTYPEN	5	4.2 Illustration	31
1.1 Logotyp	6	4.3 Piktogram	32
1.2 Guldet i logotypen	7	4.4 Kartor - Översikt	33
1.3 Grundversioner	8	4.5 Kartor - Linje och förenklad	34
1.4 Logotyp för tryck	9	<u>5.0 PAPPER</u>	<u>35</u>
1.5 Logotyp för webb	10		
1.6 Logotyp för kontorsbruk	11		
1.7 Logotyp för dagspress	12		
1.8 Logotyp för samarbeten	13		
1.9 Friytor	14		
1.10 Bakgrund	15		
1.11 Minsta storlek	16		
1.12 Förbudet	17		
1.13 Med andra logotyper	18		
<u>2.0 FÄRGER</u>	<u>19</u>		
2.1 Färger - Identitet	20		
2.2 Färger - Information	21		
2.3 Hänvisningssystem	22		
<u>3.0 TYPOGRAFI</u>	<u>23</u>		
3.1 ID-typografi	24		
3.2 Vardagstypografi	26		
3.3 Kontrastverkan	28		

# INLEDNING

Sveriges nationalparker är själva sinnesbilden för skyddad natur i Sverige. Den visuella identiteten har som uppgift att lyfta fram och förtydliga Sveriges nationalparker som idé och attraktion. Syftet med denna basmanual är att ge en inblick i hur designkonceptet *Kronjuveler* ska fungera i praktiken och riktar sig till dig som har förkunskaper inom grafisk formgivning. Den innehåller grundläggande riktlinjer för hur logotyp, färger, typografi, bild och illustration ska hanteras.

Till Basmanualen medföljer bilagan "Komponenter".

# TERMINOLOGI

Identiteten talar om vad man är, vart man strävar och hur man vill uppfattas. Oftast kan den beskrivas genom ett antal värdeord – värden som genomsyrar verksamheten.

Den grafiska profilen stödjer identiteten visuellt. I den ingår grafiska grundelement som t ex logotyp, färger och typsnitt. En väl genomförd grafisk profil bidrar till att skapa en tydlig helhet.

En logotyp är ett bärande element i en grafisk profil. Den markerar en identitet och signalerar både innehåll och attityd. Ofta består logotypen av bild- och ordmärke i förening.

Ett bildmärke är en unikt utformad symbol som används för att symbolisera ett företag eller liknande. Ett bra bildmärke är lätt att känna igen och ger klara och positiva associationer till den verksamhet det representerar.

Ett ordmärke skapas för nationalparkens namn. Bokstäverna är speciellt utformade och anpassade för att lätt kännas igen.



# 1.0 LOGOTYPEN

Logotypen är en avsändare och garant för det vi säger och gör. För att garantera ett konsekvent och tydligt användande finns några få och enkla regler. Reglerna omfattar bla logotypens färger, storlek och dess frizon till kompletterande information. Logotypen är formskyddad.

## 1.1 LOGOTYP

Stjärnan kompletteras med ett enkelt och tydligt system med typografi på två rader. Text i stjärnan anger en aktiv, positiv riktning och ger logotypen en egen karaktär. I stjärnan berättas vilket år nationalparkerna är grundade.



## 1.2 GULDET I LOGOTYPEN

För att guld i fyrfärgstryck skall upplevas som guld behöver man skapa en illusion av att ljuset reflekteras i guld-ytan. Genom att låta naturen speglas i guldstjärnan speglas verksamheten i dubbel bemärkelse. De individuella logotyperna för respektive nationalpark får en spegling av den egna naturen.



När vi speglar olika naturtyper i respektive nationalparks guldstjärna får vi en variationsrik palett med olika landskap.

## 1.3 GRUNDVERSIONER

Samtliga logotyper finns i två grundversioner. Den ena med guldstjärna innehållandes årtal för bildande i och namnet till höger. Och den andra med namnet i guldstjärnan. Till största delen kommer vi använda den version som har namnet till höger om guldstjärnan. Versionen med namnet i guldstjärnan används mest till personalkläder, titelsidor mm.



HUVUDLOGOTYP



SEKUNDÄR LOGOTYP

Logotypen med enbart guldstjärna används sparsamt exempelvis på pins, klistermärken, titelsidor, parkmärken och på kläder.

---

LOGOTYP FÖR DEN ENSKILDA NATIONALPARKEN



## 1.4 LOGOTYP FÖR TRYCK

Dessa logotyper används för tryck på ett tryckeri.



Sveriges\_logo\_CMYK.ai



Hamra\_logo\_CMYK.ai



Sveriges\_logo\_CMYK\_W.ai



Hamra\_logo\_CMYK\_W.ai



Sveriges\_stjlogo\_CMYK.ai



Hamra\_stjlogo\_CMYK.ai

Att våra logotyper benämns olika beror på om de är för Sveriges nationalparker eller en enskild nationalpark. Namnen sätts samman av nationalparkens första (5-8) bokstäver följt av \_logo eller \_stjlogo och till sist vilken användning versionen är framtagen för. Text\_CMYK, \_RGB, \_PRESS, \_OFFICE. För negativa logotyper adderas ett \_W.

## 1.5 LOGOTYP FÖR WEBB

Dessa logotyper är gjorda i RGB. De finns i formaten ai och png. De används när du gör webb eller skärmpublicationer.



Sveriges\_logo\_WEBB.ai / Sveriges\_logo\_WEBB.png



Hamra\_logo\_WEBB.ai / Hamra\_logo\_WEBB.png



Sveriges\_logo\_WEBB\_W.ai / Sveriges\_logo\_WEBB\_W.png



Hamra\_logo\_WEBB\_W.ai / Hamra\_logo\_WEBB\_W.png



Sveriges\_stjlogo\_WEBB.ai / Sveriges\_stjlogo\_WEBB.png



Hamra\_stjlogo\_WEBB.ai / Hamra\_stjlogo\_WEBB.png

Att våra logotyper benämns olika beror på om de är för Sveriges nationalparker eller en enskild nationalpark. Namnen sätts samman av nationalparkens första (5-8) bokstäver följt av \_logo eller \_stjlogo och till sist vilken användning versionen är framtagen för. T ex \_CMYK, \_RGB, \_PRESS, \_OFFICE. För negativa logotyper adderas ett \_W.



## 1.6 LOGOTYP FÖR KONTORSBRUK

Logotyper i formatet png som används till PowerPoint och Word.



Sveriges\_logo\_OFFICE.png



Hamra\_logo\_OFFICE.png



Sveriges\_logo\_OFFICE\_W.png



Hamra\_logo\_OFFICE\_W.png



Sveriges\_stjlogo\_OFFICE.png



Hamra\_stjlogo\_OFFICE.png

Att våra logotyper benämns olika beror på om de är för Sveriges nationalparker eller en enskild nationalpark. Namnen sätts samman av nationalparkens första (5-8) bokstäver följt av \_logo eller \_stjlogo och till sist vilken användning versionen är framtagen för. T ex \_CMYK, \_RGB, \_PRESS, \_OFFICE. För negativa logotyper adderas ett \_W.

## 1.7 LOGOTYP FÖR DAGSPRESS

Dessa logotyper används för tryck i dagspress, främst annonser. De är speciellt färgjusterade för ändamålet.



Sveriges\_logo\_PRESS.ai



Hamra\_logo\_PRESS.ai



Sveriges\_logo\_PRESS\_W.ai



Hamra\_logo\_PRESS\_W.ai



Sveriges\_stjlogo\_PRESS.ai



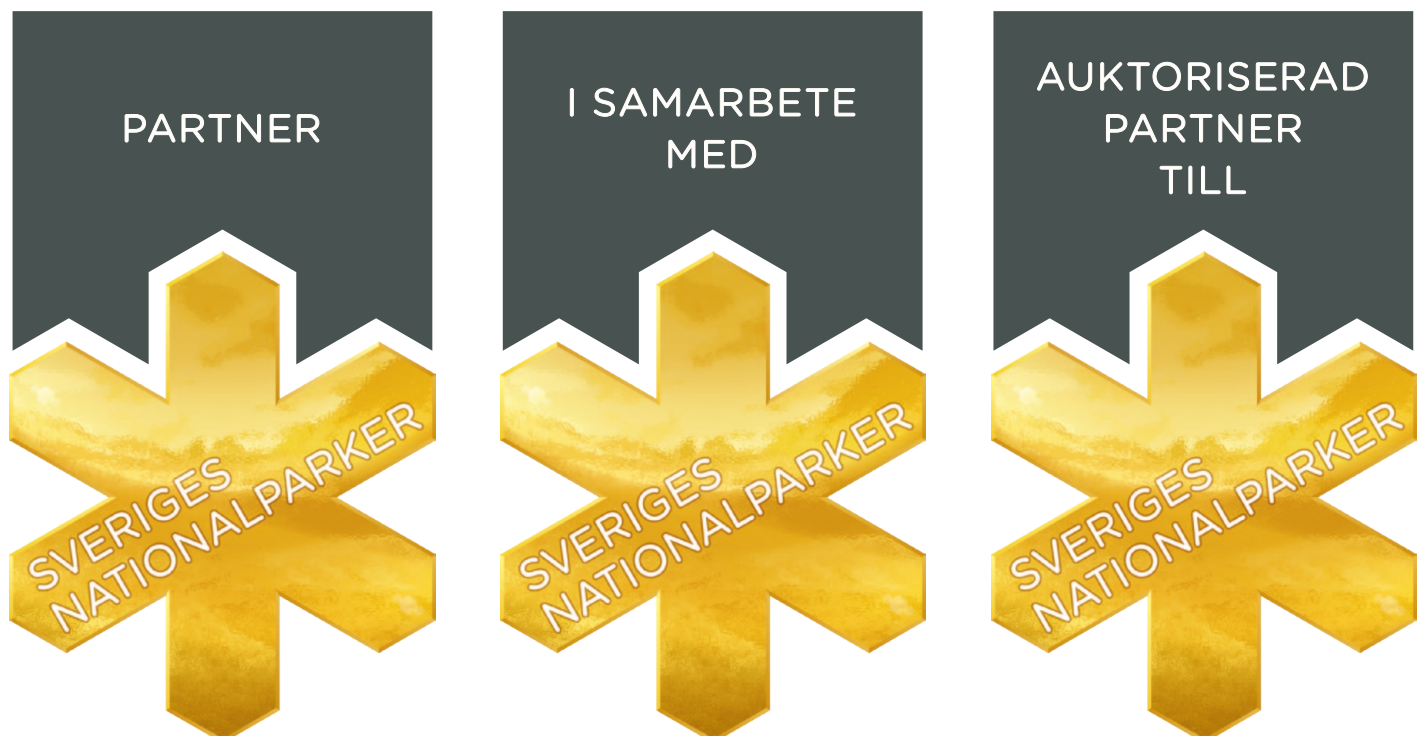
Hamra\_stjlogo\_PRESS.ai

Att våra logotyper benämns olika beror på om de är för Sveriges nationalparker eller en enskild nationalpark. Namnen sätts samman av nationalparkens första (5-8) bokstäver följt av \_logo eller \_stjlogo och till sist vilken användning versionen är framtagen för. T ex \_CMYK, \_RGB, \_PRESS, \_OFFICE. För negativa logotyper adderas ett \_W.



## 1.8 LOGOTYP FÖR SAMARBETEN

När logotypen ska synas i samarbeten eller om externa organisationer använder vår logotyp i sin verksamhet finns en särskild version.

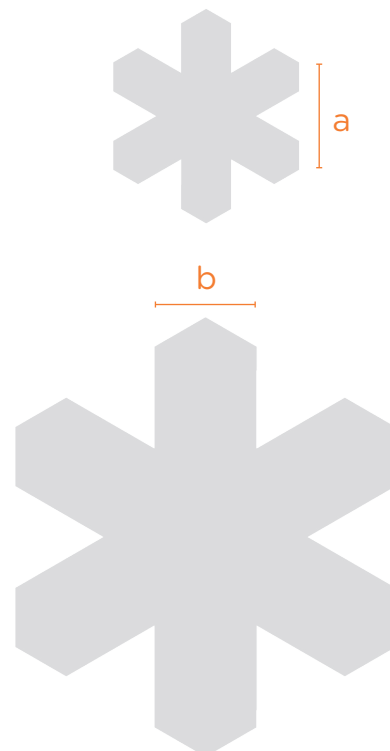
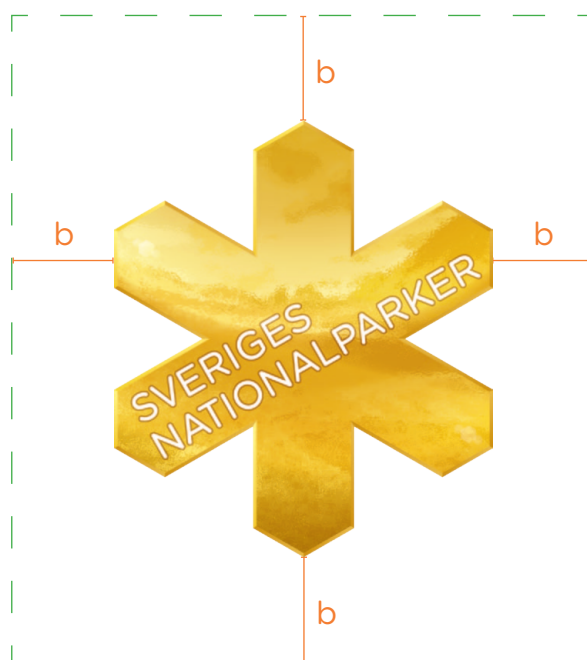


EXEMPEL:



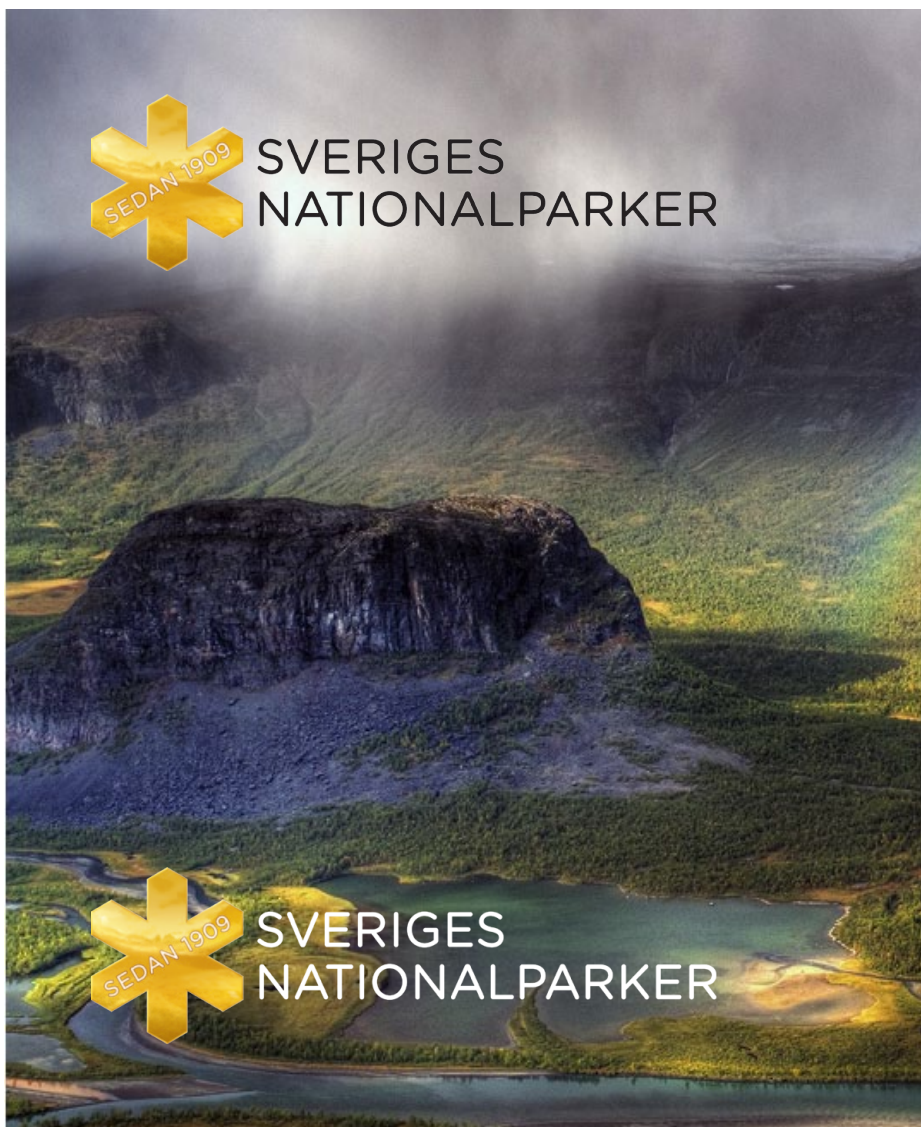
## 1.9 FRIYTOR

Logotypen finns ofta jämte annan information och grafik. För att den ska behålla sin stringens även i dessa situationer finns en bestämd friyta. På denna yta får inget annat placeras. En bra regel är att alltid hålla fritt från andra grafiska element omedelbart runt logotypen.



## 1.10 BAKGRUND

Logotypen ligger ofta på någon form av bakgrund, främst fotografier. Tänk på att det är viktigt att kontrasten mellan logotypen och bakgrunden är bra. Nedan ser du några exempel på lämpliga val mellan logotyp med svart text och vit text på olika bakgrunder.



## 1.11 MINSTA STORLEK

För att logotypen ska fungera bra i tryck får den inte vara för liten. Minsta storlek är beräknad på höjden då de enskilda nationalparkerna har olika långa namn. I de flesta fall är den nedre gränsen satt till 13 mm. Till några få tillämpningar, t ex om man vill trycka logotypen på en penna kan den vara mindre.

Minsta storlek = 13 mm





## 1.12 FÖRBJUDET

Våra logotyper är unika. Det betyder att man inte får skapa egna versioner, med liknande form eller bokstäver. De får inte heller manipuleras formmässigt på något sätt.

EXEMPEL:



Pressa aldrig ihop eller drag ut logotypen.



Förändra aldrig storlek på enskilda delar, eller på annat sätt relationen mellan delarna.



Förändra aldrig färg på logotypen.



Addera inte effekter såsom t ex skugga.



Lägg aldrig till text till logotypen.



Byt aldrig ut typsnitt eller andra delar.

### UNDANTAG

I några få undantagsfall, vid gemensamma aktiviteter för samtliga nationalparker, kan Naturvårdsverket centralt använda en guldstjärna utan text. Detta är förbjudet i andra sammanhang, eftersom det är önskvärt att öka och sprida kunskap om de olika nationalparkernas namn.

# 1.13 MED ANDRA LOGOTYPER

När vi har dubbla avsändare, i det här fallet tillsammans med Naturvårdsverket, är alltid vår logotyp störst. Till den andra avsändarens logotyp adderas en kort text som beskriver relationen till Sveriges nationalparker.

## EXEMPEL



**SVERIGES NATIONALPARKER**

1. ABISKO - Lättillgänglig fjälldal med en ovanligt rik flora.

2. STORA SJÖFALLET / STUOR MUORKE - Måktiga fjälltoppar, glaciärer och tallurskogar.

3. SAREK - Storslagen och krävande vildmark i ett unikt fjälllandskap.

4. PIELJUKAISSE - Vidsträckt orörda fjällbjörkskogar.

5. SONFJALLET - Lågfjäll och naturskog med gott om björn.

6. HAMRA - En sällsynt helhet av naturliga skogar, myrar och vattendrag.

7. ANGÖ - Genuint odlingslandskap med betesdjur och slätter.

8. GARPHYTTAN - Äldre odlingslandskap där många sängfåglar har fått en fristad.

9. GÖTSKA SANDÖN - Unik och sällsynt väcker ö med milsvida sandstränder.

10. DALBY SÖDERSKOG - Lummig lövskogslund på den skånska slätten.

11. VADVETJÄKKA - Sveriges nordligaste nationalpark är ett fjäll med djupa grottor.

12. BLÅ JUNGFRUN - Sägeromspunnen ö med slåta bergghallar, ädelövsskog och vackert utsikt.

13. NORRA KVILL - En av få urskogsartade skogar i södra Sverige.

14. TÖFSINGDALEN - Dalgång med tallurskogar, blockmarker och försände vatten.

15. MUDDUS / MUTTOS - De stora myrarnas och urskogarnas land.

16. PADJELANTA / BADJELÄNDA - Böljande fjällhedar och stora sjöar långt från närmaste väg.

17. STORE MOSSE - Det största svenska myrområdet söder om Lappland.

18. TIVEDEN - Skogslandskap med vildmarkskänsla.

19. SKULESKOGEN - Kust med storslagna utsikter och världens högsta landhöjning.

20. STENSHUVUD - Kustberg, ädelövskog, inbjudande hedar och stränder.

21. BJÖRNLANDET - Berg, stup och storskog med spår av forna tiders bränder.

22. DJURO - Skärgårdslandskap i Västeuropas största insjö.

23. TYRESTA - Orörd storskog strax söder om Stockholm.

24. HÅPARANDA SKÄRGÅRD - Skärgårdslandskap med långgrundna sandstränder.

25. TRESTICKLAN - Våglos odemark med milsvida utsikter från talkkiädda bergsryggar.

26. FÄRNEBOFJÄRDEN - Mosaik av lövrika skogar och vatten vid nedre Dalälven.

27. SÖDERÅSEN - Lövsskogar, rasbranter, strömmande vattendrag och ett rikt växt och djurliv.

28. FULUFJALLET - Här vid Sveriges högsta vattenfall möter urskogen fjället som är vitt av lav.

29. KOSTERHAVET - Artrikt havs- och skärgårdsområde med landets enda korallrev.

KONTAKT  
xxxxxxxxxxxx@lansstyrelsen.se  
Telefon: XXX-XX XX XX

naturvårdsverket.se  
Ansvarig för Sveriges nationalparker.



Baksida broschyr

Ansvarig för Sveriges nationalparker.




Logotyp

Logotyp

Logotyp

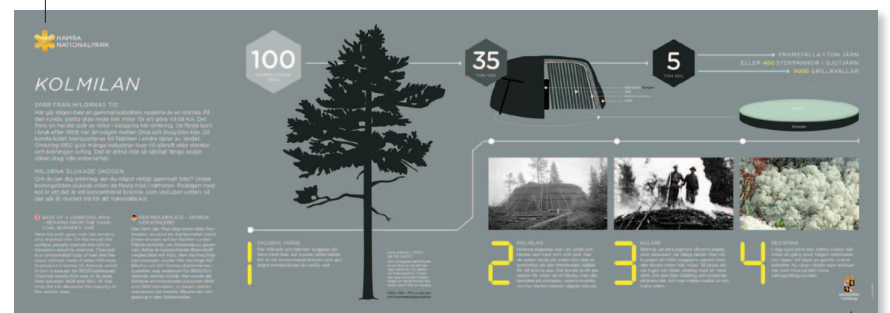
Logotyp

Logotyp

Logotyp

När logotypen skall stå tillsammans med andra logotyper åsidosätts friytan, eftersom det ofta handlar om begränsade utrymmen. Det viktigaste att tänka på, är att texten blir läsbar. Och att vår logotyp inte upplevs som för liten i förhållande till de övriga logotyperna.

Nationalparkens logotyp



**KOLMILAN**

100

35

5

2

3

4

Informationsskylt

Länsstyrelsens logotyp


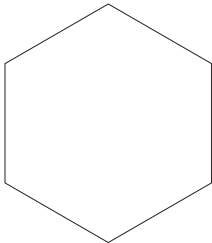




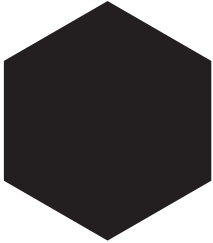

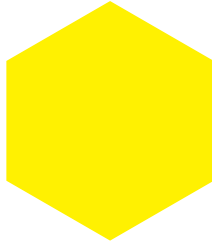
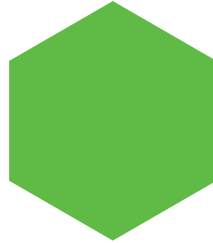
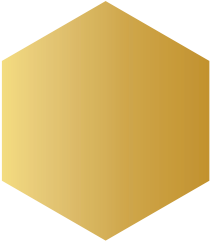
## 2.0 FÄRGER

Färger är en viktig del av vår grafiska profil. En färg kan signalera renhet, stolthet eller trygghet. Den kan också vara mer omedelbar, varna för fara eller visa på något viktigt. Grundregeln är att alltid välja färg efter ändamål. Färger uppträder olika beroende på om de är tryckta med pms eller fyrfärg; på bestruket eller obestruket papper; om de visas på skärm eller ingår i en brodyr på ett klädesplagg. För största möjliga likhet, oberoende av medium eller teknik, finns våra färger i olika färgsystem.

Färgernas roll är både att stärka identiteten och effektivt guida besökaren i naturen. Vi har två färgpaletter för olika ändamål. De är uppdelade i *Färger - Identitet* och *Färger - Information*.

## 2.1 FÄRGER - IDENTITET

Guld används sparsamt: I logotypen och på viktiga arkitektoniska element. De grå bakgrundsfärgerna ger lugn på större ytor. Accentfärger är aktiva nyanser som används för att märka ut detaljer. Identitetsfärgerna används t ex till rubriker i trycksaker, profilkläder eller annat profilmaterial.

LOGOTYP		BAKGRUNDSFÄRGER			
					
<b>LOGOTYP</b> Stjärnan i vår logotyp är framtagen för att efterlikna guld där naturen speglas i ytan. Denna trycks alltid i CMYK.	<b>VITT</b> PMS - CMYK 0/0/0/0 RGB 255/255/255 NCS S0500-N	<b>FLINTA</b> PMS 426 C CMYK 20/0/15/95 RGB 31/36/36 NCS S8502-B	<b>SKIFFER</b> PMS Cool Grey 11 CMYK 15/0/10/80 RGB 75/82/82 NCS S7502-B	<b>BASALT</b> PMS Cool Grey 9 CMYK 10/0/5/50 RGB 144/151/151 NCS S5502-B	<b>ASKA</b> PMS Cool Grey 4 CMYK 5/0/3/30 RGB 190/195/194 NCS S2502-B
ACCENTFÄRGER				GULD	
					
<b>SVART</b> PMS Proc. Black CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0 NCS S9000-N	<b>BRANDTICKA</b> PMS 1655 CMYK 0/80/100/0 RGB 250/110/66 NCS S0585-Y60R	<b>GYLLING</b> PMS Yellow C CMYK 0/0/100/0 RGB 249/227/0 NCS S0580-Y	<b>LÖVGRODA</b> PMS 369 CMYK 65/0/100/0 RGB 88/166/24 NCS S2070-G80Y	<b>GULD</b> Guld används endast i arkitektoniska detaljer så som vår markör.	

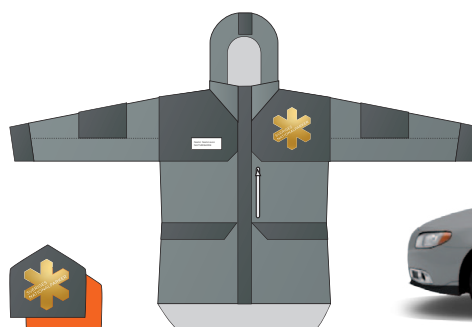
### EXEMPEL



Broschyr



Kläder

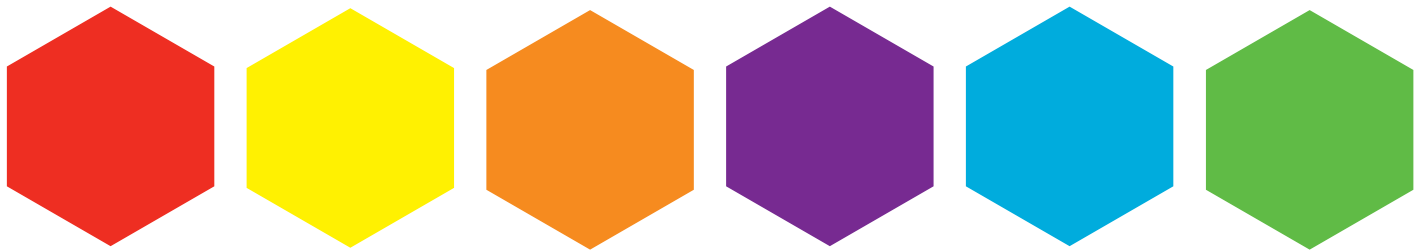


Fordon



## 2.2 FÄRGER - INFORMATION

Färgpalettens roll är att effektivt guida besökaren i naturen. Färgerna är valda som tydliga signalfärger och fungerar utan att förväxlas med varandra.



**LINGON**  
PMS 485  
CMYK 0/96/100/0  
RGB 237/45/35  
NCS S1085-Y80R

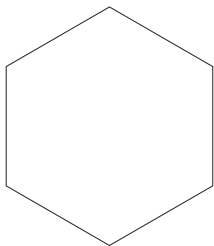
**GYLLING**  
PMS Yellow C  
CMYK 0/0/100/0  
RGB 249/227/0  
NCS S0580-Y

**BLODRISKA**  
PMS 151  
CMYK 0/55/100/0  
RGB 255/121/0  
NCS S0585-Y50R

**AKLEJA**  
PMS 2602  
CMYK 65/100/0/0  
RGB 127/19/153  
NCS S3055-R50B

**KUNGSFISKARE**  
PMS 313  
CMYK 100/0/10/0  
RGB 0/152/195  
NCS S3060-B10G

**LÖVGRODA**  
PMS 369  
CMYK 65/0/100/0  
RGB 88/166/24  
NCS S2070-G80Y



**VITT**  
PMS -  
CMYK 0/0/0/0  
RGB 255/255/255  
NCS S0500-N



**FLINTA**  
PMS 426 C  
CMYK 20/0/15/95  
RGB 31/36/36  
NCS S8502-B



**SKIFFER**  
PMS Cool Grey 11  
CMYK 15/0/10/80  
RGB 75/82/82  
NCS S7502-B



**BASALT**  
PMS Cool Grey 9  
CMYK 10/0/5/50  
RGB 144/151/151  
NCS S5502-B

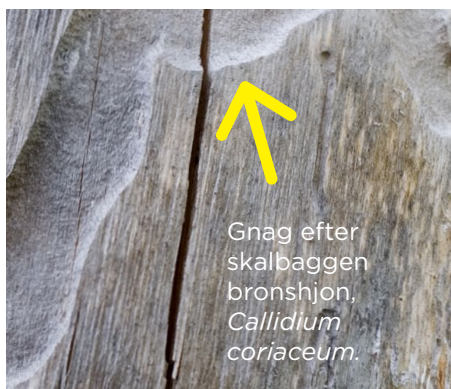


**ASKA**  
PMS Cool Grey 4  
CMYK 5/0/3/30  
RGB 190/195/194  
NCS S2502-B

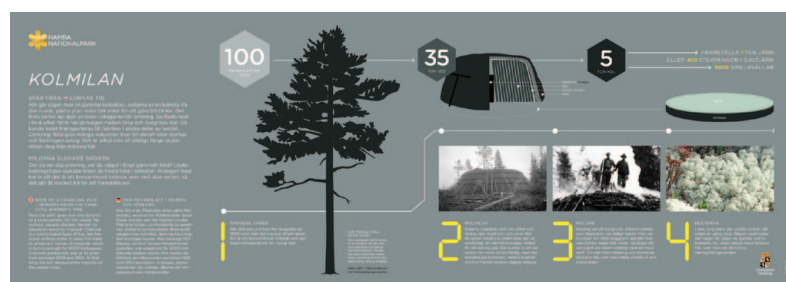
### GRÅ NYANSER

På informationsskyltar med fotografisk bild i bakgrunden lämpar sig grått bra till grafik och stiliserad illustration.

### EXEMPEL

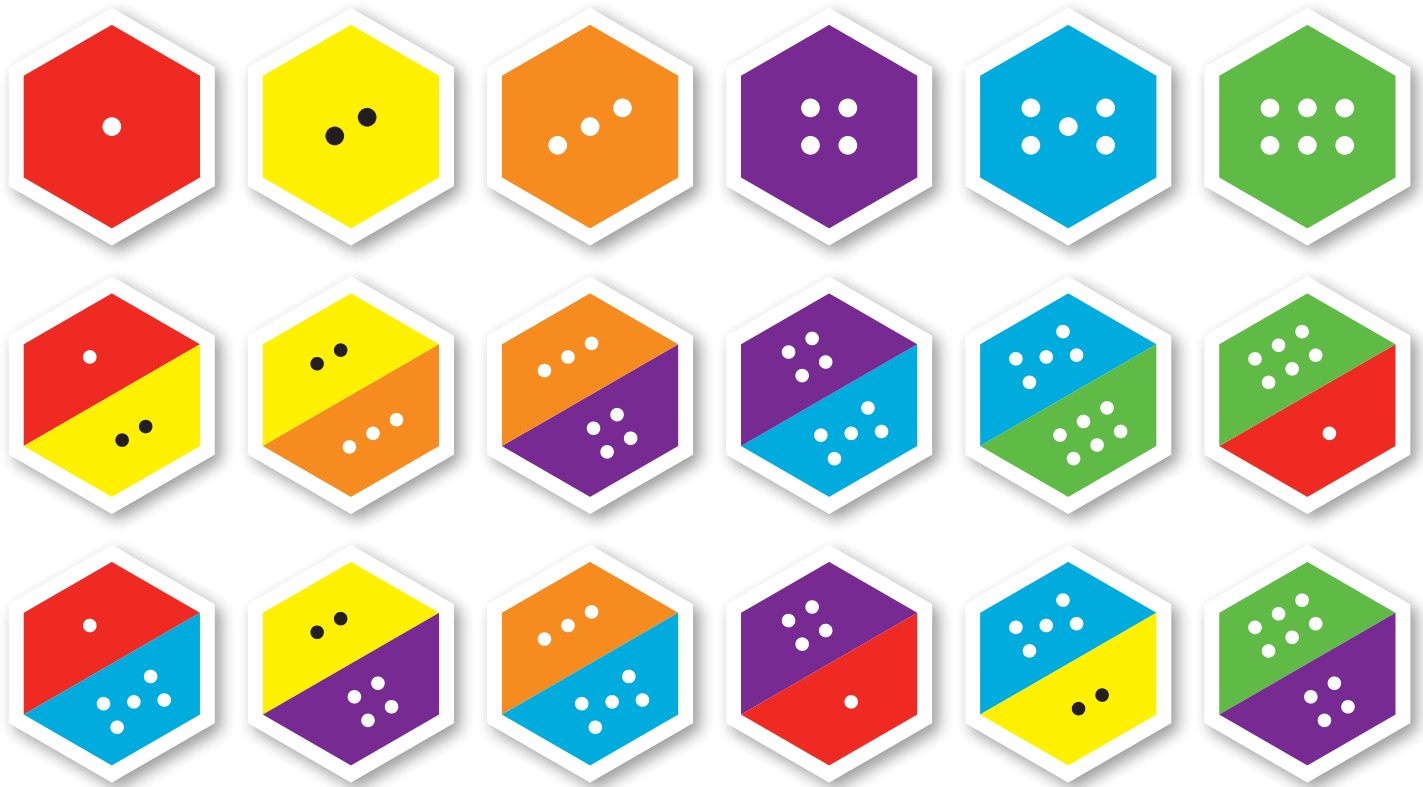


I en broschyr



Hänvisning- och informationskylt

## 2.3 HÄNVISNINGSSYSTEM



### LEDER

Eftersom ingen nationalpark är den andra lik behöver färgindelningen vara flexibel - som grundregel används t ex alltid den som syns bäst till huvudled, näst bäst till den näst största leden osv. Ca 18-20 färgkombinationer är möjliga och punktmärkning finns för färgblinda.

### SKALA 1:1

Måttet för ledernas symboler på hänvisningsskyltar är höjden 70 mm inräknat den vita kanten.



Ledmarkering



Hänvisningsskyltar

## 3.0 *TYPOGRAFI*

En enhetlig och god typografi är ovärderlig i all skriven kommunikation. Vår typografi behöver vara tydlig, sympatisk och stämma överens med identiteten i övrigt. Därför har vi vår egen identitetstypografi att använda i olika typer av kommunikation och andra identitetsbärande delar. I vardagstypografin ingår de typsnitt vi använder dagligen, t ex när vi skriver brev. I digitala media, såsom PowerPoint-presentationer, är det också lämpligt att använda vardagstypografin.

## 3.1 ID-TYPOGRAFI

Till tryckta media som broschyrer, informationsskyltar, annonser, böcker mm. använder vi våra identitetstypsnitt. Våra identitetstypsnitt är speciellt utvalda för oss och består av två typsnitt: En linjär med runda avslut som även återfinns i vår logotyp. Det andra har ”klackar” och används till längre texter för god läsbarhet.

EXEMPEL: GOTHAM ROUNDED OCH SENTINEL



Broschyr



Typografiexempel

## 3.1 ID-TYPOGRAFI

Gotham Rounded Book - Rubriker, ingresser och kortare texter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890

Gotham Rounded Book Italic - Rubriker, ingresser och kortare texter

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890*

Sentinel Book - Brödtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890

Sentinel Book Italic - Brödtext

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890*

Sentinel Semibold - För att lyfta fram något i en längre text

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890**

Sentinel Semibold Italic - För att lyfta fram något i en längre text

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890***

## 3.2 VARDAGSTYPOGRAFI

När vi inte har möjlighet att använda våra Identitetstypsnitt som i mailkorrespondens och textdokument använder vi våra Office-typsnitt. Helvetica eller Arial fungerar bra i rubriker och i kortare texter samt finns i de flesta datorer. Till längre texter använder vi ett typsnitt med "klackar", en serif. Georgia är generös och lättläst samt fungerar bra även i längre texter på webben. Även Georgia finns i de flesta datorer.

EXEMPEL: HÄR HELVETICA OCH GEORGIA (ARIAL KAN ERSÄTTA HELVETICA)

### HAMRA NATIONALPARK *EN SYDNORRLÄNSK BARRURSKOG*

Skogen i Hamra nationalpark är i det närmaste helt orörd av skogsbruk. Här finns träd i alla åldrar och nedbrytningsstadier.

Nationalparken är en del av ett flackt myrlandskap med insprängda, låga ytor av skogklädd fastmark. **Hela parken kan betraktas som en stor skogsholme**, helt omgiven av öppna myrar, utom i norr där den gränsar mot Svansjön.

#### SKOGEN VAR SKYDDSVÄRD REDAN FÖR 100 ÅR SEDAN

Hamra avsattes som nationalpark efter ett riksdagsbeslut 1909. Den redan då gamla skogen ansågs vara »*det märkligaste urskogsområde som inom Sveriges egentliga skogsområde torde finnas*«. Det område som skyddades var bara 28 ha, men ansågs ändå vara tillräckligt stort.



## 3.2 VARDAGSTYPOGRAFI

Helvetica Regular eller Arial Book - Rubriker, ingresser och kortare texter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890

Helvetica Oblique eller Arial Italic - Rubriker, ingresser och kortare texter

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890*

Georgia Regular - Brödtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890

Georgia Italic - Brödtext

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890*

Georgia Bold - För att lyfta fram något i en längre text

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890**

Georgia Bold Italic - För att lyfta fram något i en längre text

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 1234567890***

## 3.3 KONTRASTVERKAN

Det finns inga likhetstecken mellan det du ser på skärmen och vad som kommer ut från tryckeriet. Därför bör man om möjligt göra en färglikare för att på plats kunna säkerställa god kontrast. Text på bild ställer dessutom extra krav på läsbarhet. Vi kan här endast ge en rekommendation för hur man kan hantera det.

Rekommendationen är att hellre överdriva kontrasten än att ligga på gränsen. Ljusa stråk bör mörkas (vid vit text) och röriga bakgrunder lugnas ned.

Här till höger beskrivs ett mer teoretiskt sätt att mäta sig till god kontrast.

### ATT MÄTA KONTRAST

För att avgöra kontrastverkan går det att ta hjälp av "Lab". Det är en färgrymd (likt CMYK eller RGB) som bygger på ögats uppfattning av färg och finns inbyggt i alla Adobes CS program.

Genom att "pipetta" bakgrunden som texten ligger på får du ett värde på L. Det värdet **bör vara 40 steg** mot textens värde. Ex: Vit text (100) bör ligga på en bakgrund med L-värdet 60.

1

### HAMRA NATIONALPARK EN SYDNORRLÄNSK BARRURSKOG

Skogen i Hamra nationalpark är i det närmaste helt orörd av skogsbruk. Här finns träd i alla åldrar och nedbrytningsstadier.

2

### HAMRA NATIONALPARK EN SYDNORRLÄNSK BARRURSKOG

Skogen i Hamra nationalpark är i det närmaste helt orörd av skogsbruk. Här finns träd i alla åldrar och nedbrytningsstadier.

### EXEMPEL PÅ GOD KONTRAST

1. Färgen Basalt i färgpaletten har ett anpassat L-värde så att den lämpar sig bra för både vit och svart text.
2. Vit text på fotografisk bild. Lugna ned bakgrunden om det behövs och se till att ljusa stråk mörkas ned.
3. Svart text på fotografisk bild. Mörka partier ljusas upp och bakgrunden lugnas vid behov ned.

3

### HAMRA NATIONALPARK EN SYDNORRLÄNSK BARRURSKOG

Skogen i Hamra nationalpark är i det närmaste helt orörd av skogsbruk. Här finns träd i alla åldrar och nedbrytningsstadier.



# 4.0 BILD OCH ILLUSTRATION

Det ska vara enkelt och engagerande att ta till sig det vi berättar, alltid med mer bild än text och så ofta det går kompletterat med ljud och modeller. På det sättet möter vi en bred målgrupp med fokus på pedagogik och tillgänglighet.

## 4.1 FOTOGRAFI

### FOTOMANÉR

Fotomanéret är en viktig del av den visuella identiteten och indikerar att man kan komma nära naturen. Manéret ska förmedla både de värden som ligger i "Sveriges bästa bevarade natur" med storslagna scenerier och naturupplevelser samt gå ner i minsta detalj och beskriva blommor och insekter. Det finns även en nivå som hanterar nationalparkens personal och infrastruktur samt besökarens möte med nationalparken.

Bland bilder på människor ska alla typer av besökare representeras. Vi tror att huvuddelen av bildbehovet med fördel kan köpas från amatörer och semi-proffs. Naturfotointresset och digitalfotografiet har skapat en ny marknad med nya värderingar, och ett enormt utbud. Utöver det stora utbudet och det sympatiska i att allmänheten/besökaren får möjlighet att publicera sina bilder kan det även kombineras med fototävlingar.

Bildrättigheter förhandlas separat.

### Infrastruktur och människor i nationalparken



### Närbild / stillbild naturen



### Utzoomat / miljöbild



### Nationalparkmärken / Fotografiska motiv



## 4.2 ILLUSTRATION

### ILLUSTRATION / STILISERAT

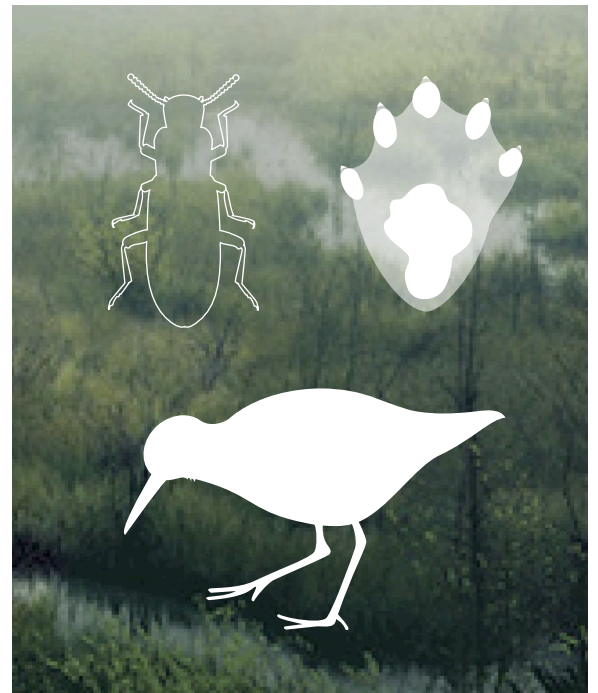
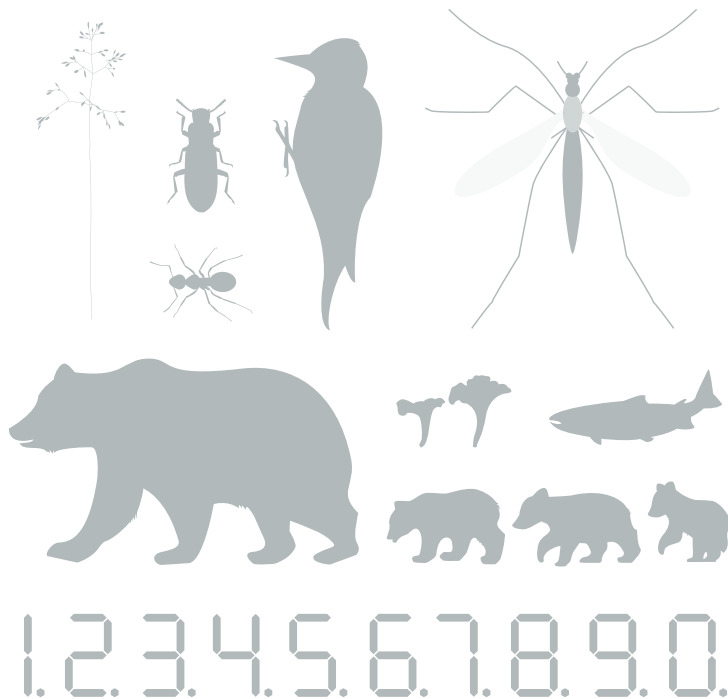
För information och statistik används ett stiliserat och stringent manér som fungerar bra för att beskriva naturen på ett schematiskt sätt. Med förenklade siluetter av djur, växter och ting kan man arbeta med olika illustratörer och fortfarande skapa ett sammanhållet manér. Illustrationerna används som ifyllda siluetter och konturlinjer av siluetter. Här används färger från den egna paletten.

### ILLUSTRATION / NATURALISTISKT

För att visa nationalparkernas biologiska mångfald använder vi ett naturalistiskt illustrativt manér. Smarta samarbeten är viktigt att hitta. Nationalnyckelns fantastiska illustrationer är i helt rätt manér för att skapa intresse för djur och växter.

Användningsrätt förhandlas separat.

#### Illustration / stiliserat



#### Illustration / naturalistiskt





## 4.3 PIKTOGRAM

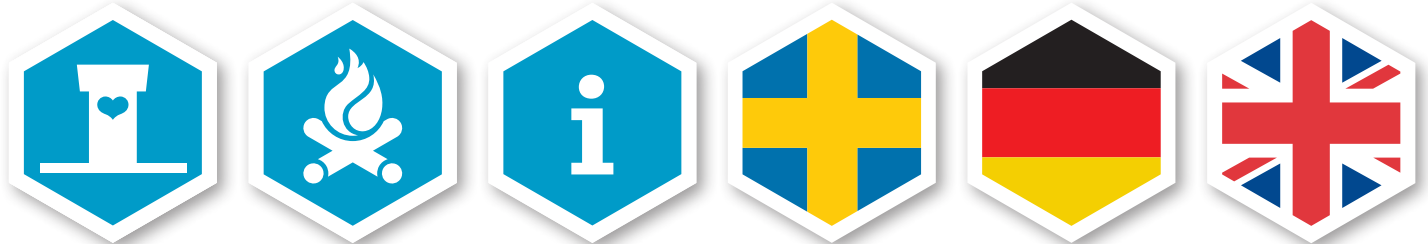
### Aktivitet



### Påbud



### Information och hänvisning i parken



### Språk



### Leder

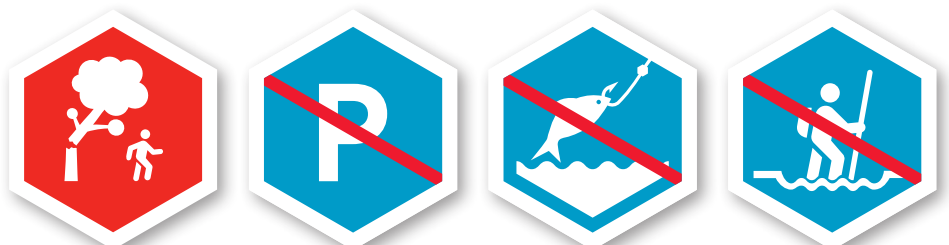


Målet är att nationalparkerna ska locka en bred grupp av människor. Alla är inte intresserade av samma ämne. Den sexkantiga formen ger oss möjlighet att lyfta fram och synliggöra nationalparkens olika erbjudanden, inspirera till oväntade naturupplevelser och kommunicera hur alla, kan hitta sitt eget förhållningssätt till naturen. Den sexkantiga formen, som finns både i och runt illustrationerna gör piktogramen till våra alldeles egna! Tematiskt följer vi SIS-standard där det är möjligt.

### Källsortering



### Varning / Förbud



### EXEMPEL PÅ APPLIKATIONER



Broschyr

Kartor

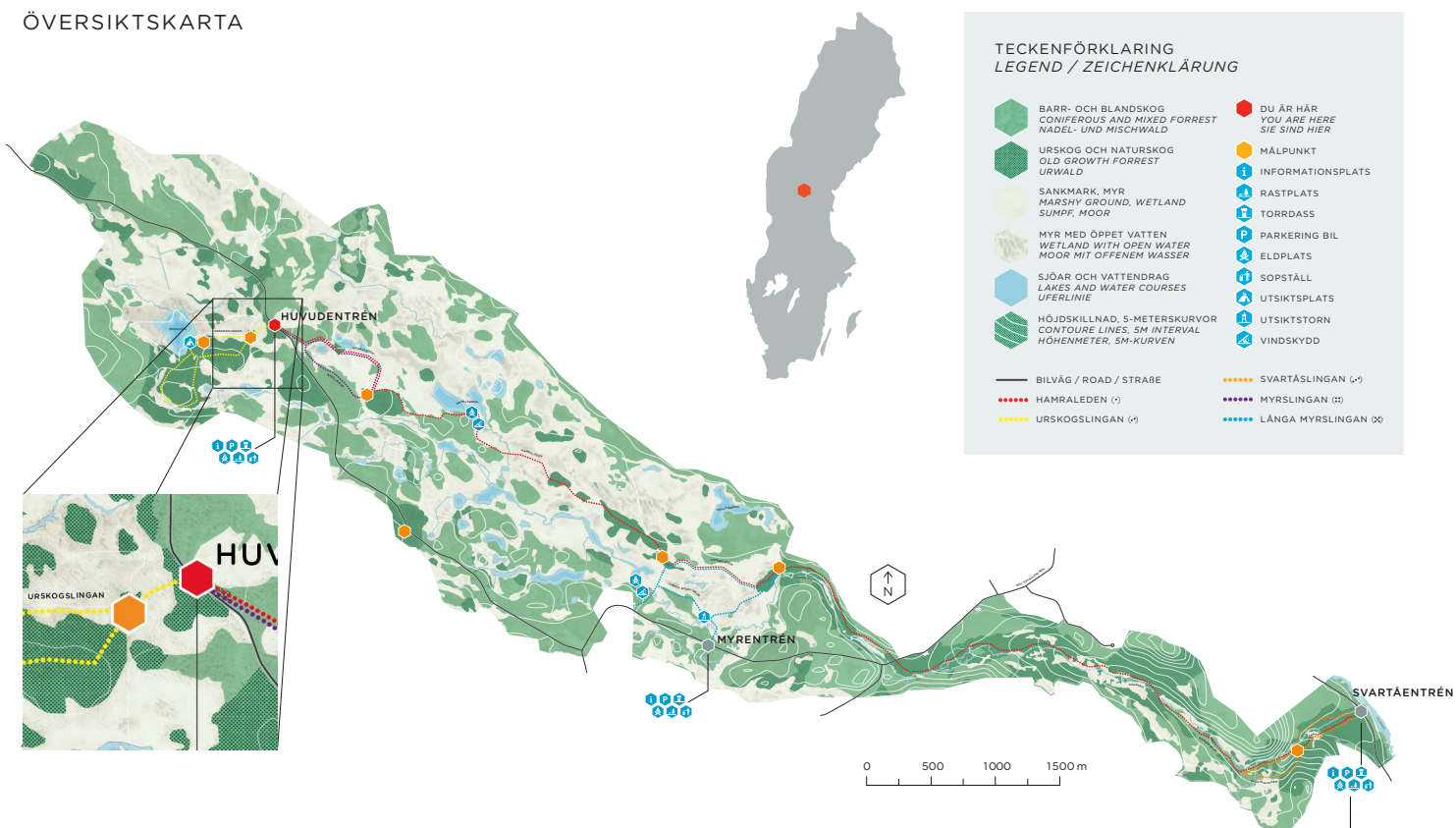


Hänvisningsskylt

## 4.4 KARTOR

För att beskriva Sveriges nationalparker som attraktion har vi tre kartnivåer: Översiktskarta för att visa nationalparkens alla delar. Förenklad karta för att lyfta ut vissa delar som t ex händelser i nationalparken. Linjekarta för att visa leder och slingors olika stoppunkter. Egna piktogram och kartsymboler gör det lätt att förstå och känna igen sig.

### ÖVERSIKTSKARTA

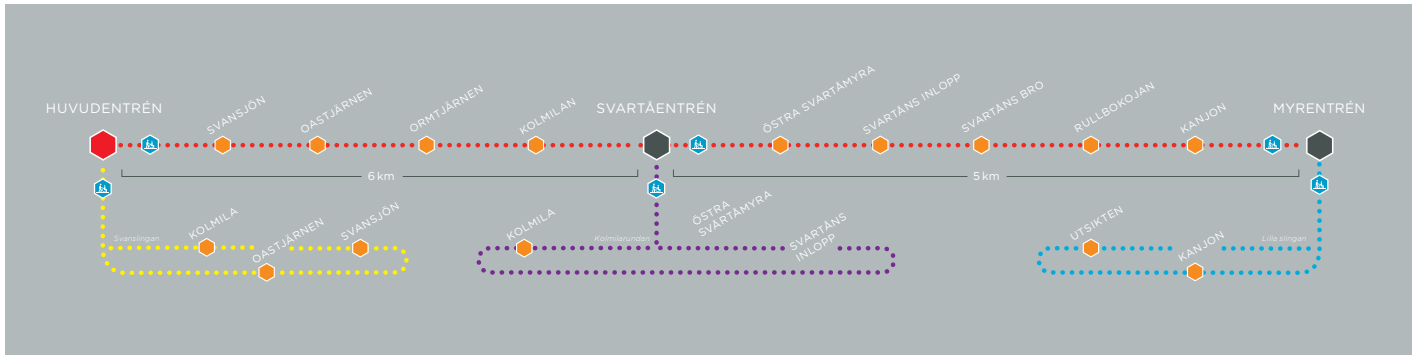


### OM KARTMANÉR

Den mest detaljerade kartnivån beskriver hela nationalparken. I kartunderlaget ska topografi gå att urskilja. Uttrycket utgår från ortofotografier men bearbetas efter behov. Med halvtransparenta färger och mönster i skikt kan olika naturtyper och företeelser illustreras. I digitala media kan de olika skikten skalas av för att på ett pedagogiskt sätt beskrivas utförligare.

När för många piktogram trängs på en liten yta så finns möjligheten att plocka ut dem från kartbilden och peka in dem.

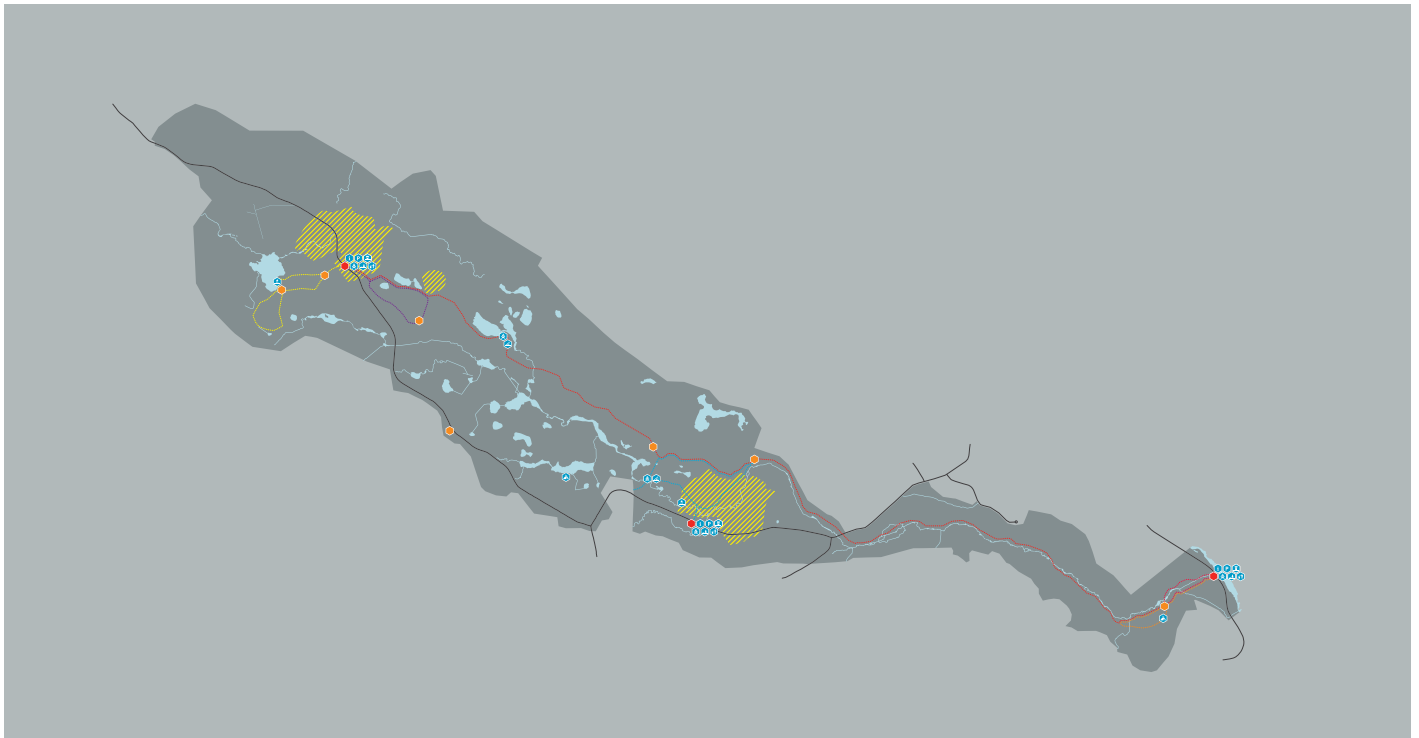
## 4.5 KARTOR



### LINJEKARTA

För att bättre kunna lyfta fram nationalparken som attraktion och lättare guida besökaren har vi en kartnivå för leder och slingor. Kartan har hämtat inspiration från tunnelbanans linjekarta med färgkodning och hållplatser (målpunkter).

### FÖRENKLAD KARTA



För att lätt kunna illustrera olika företeelser i nationalparken som t ex "Här kan du tälta" har vi en förenklad karta där det är lätt att lägga till specifika fakta. Den förenklade kartan kan även användas till temaslingor, tillfälliga och periodiska händelser, lokala biotoper mm.

# 5.0 PAPPER

## FOLDRAR

När vi väljer papper till våra foldrar ställs det höga krav på hållbarhet. Foldern ska hålla för att förvaras utomhus året om och tåla att följa med på en tur i parken utan att gå sönder allt för snabbt. Därför rekommenderar vi att man alltid trycker en vattenbaserad skyddslack. Dessutom är det viktigt att papprets fiberriktning hamnar rätt, den ska vara horisontal för att foldern inte ska rulla ihop sig.

Vi använder alltid träfiberbaserat papper och inte syntetiskt material då det lätt ska brytas ner i naturen. Gärna FSC-certifierat eller Bra Miljöval. Gärna ett bestruket så kallat silk papper med hög vithet.