



Grafisk manual

LUNDS UNIVERSITET | 1.0 | 2012



Inledning

Lunds universitet är ett av de främsta lärosätena i Europa och har ett högt anseende både i Sverige och internationellt. För att värna och förstärka denna position krävs att allt vi gör håller högsta kvalitet. Detta gäller inte bara för våra kärnverksamheter – utbildning, forskning och innovation/samverkan – utan också för hur vi kommunicerar det vi gör.

En av universitetets största konkurrensfördelar är att Lunds universitet är ett fullskaligt universitet med ett rikt innehåll av forskning, utbildning och samverkan inom och utom universitetet. Den ger bland annat goda förutsättningar för nyskapande tvärvetenskapliga utbildningar och forskningsområden. Det är viktigt att betona att det krävs en helt egen men också enhetlig grafisk profil för att omvärlden ska uppfatta att denna rika mångfald kommer från just Lunds universitet.

En konsekvent kommunicerad grafisk profil bidrar också till tydlighet, enhetlighet och ökad synlighet. De är alla faktorer som i sin tur har en positiv inverkan på vår trovärdighet och på det goda rykte som Lunds universitet är förknippat med.

Den grafiska profilen vilar på strategisk grund och signalerar Lunds universitet som ett dynamiskt lärosäte med rötterna i de klassiska universitetsidealen.

För att utnyttja kraften i ett sammanhållet visuellt uttryck är det av största vikt att alla medarbetare arbetar i enlighet med den grafiska manualen oavsett om Lunds universitet presenteras i tryckt eller digital form.

Lycka till i detta viktiga och roliga arbete!



Per Eriksson, Rektor

Innehåll

OM VÅR GRAFISKA MANUAL	4	GRAFISKA ELEMENT	
STRATEGISK GRUND	5	• Grafiska element	20
DEN GRAFISKA PROFILENS DELAR	6	• Sigill	21
BASREGLER		• Sigillbeskrivning	22
• Logotyp	8	• Grafiska bilder av byggnader	23–24
• Logotypversioner	9	• Harlekinmönster	25
• Logotypfärger och logotypstorlek	10	• Illustrationer	26
• Frizon	11	BILDMANÉR	
• Logotyphantering vid samverkan med andra	12	• Bildmanér	28–33
• Typografi	13–14	• Checklista och tips	34
• Typografisk avsändarhantering	15	GRIDMALLAR (STÖDLINJERASTER)	
• Färger	16	• Gridmallar	36
• Färgintryck	17	• Generell uppbyggnad	37
• Textfärger	18	• Omslag	38–40
		• Inlagor	41–42
		PRAKTISK INFORMATION	
		• Praktisk information	44

Om vår grafiska manual

Den grafiska manualen beskriver och visar hur vår grafiska profil (visuella identitet) ser ut. Den förklarar också hur den grafiska profilen är uppbyggd. Viktigast av allt, den innehåller regler, anvisningar och praktiska tips för hur de grafiska byggstenarna ska användas – en slags ram inom vilken vår grafiska profil skapas. Den grafiska manualen är fastställd genom rektorsbeslut.

Som komplement till den grafiska profilen och för att underlätta produktionen finns också en mängd olika typer av gridmallar/stödlinjeraster att ladda ner på www.lu.se/bildbank.

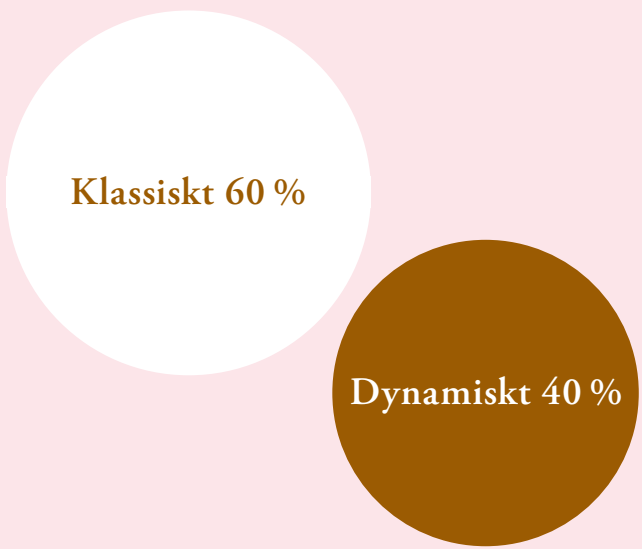
Allt tryckt och digitalt material som produceras i Lunds universitets namn ska produceras i enlighet med reglerna och anvisningarna i den grafiska manualen.

Lunds universitets grafiska profil är framtagen för att göra det möjligt för verksamhetens olika delar (fakulteter, institutioner, bolag och så vidare) att kommunicera

på ett eget och målgruppsanpassat sätt utan att göra avkall på målet att ge Lunds universitet en enhetlig grafisk profil.

Arbetar vi konsekvent och tillsammans kommer vi att:

- Synas som ETT starkt Lunds universitet. En stark och tydlig universitetsidentitet tar oss längre än flera, små och otydliga.
- Öka universitets trovärdighet.
- Bibehålla och stärka vårt goda rykte.
- Skapa enhetlighet när det gäller Lunds universitets visuella identitet.
- Ge omvärlden en tydlig bild av vilka vi är och vad vi står för.
- Skapa förutsättningar för snabb och positiv igenkänning av Lunds universitet.
- Kommunicera så att vi stärker vår konkurrenskraft på alla de områden inom vilka vi verkar.
- Kommunicera på ett professionellt sätt – värdigt ett av Europas främsta universitet.



Klassiskt 60 %

Dynamiskt 40 %

Strategisk grund

Lunds universitets grafiska profil ska bidra till att stärka universitetets konkurrens- och attraktionskraft. Det är därför viktigt att den kommunicerar universitetets starkaste men också mest särskiljande egenskaper. Den ska också bidra till omvärldens omedelbara och positiva igenkänning av Lunds universitet.

På ett övergripande plan ska den grafiska profilen visuellt kommunicera Lunds universitet som 60 % KLASSISKT och 40 % DYNAMISKT.

KLASSISKT fångar in följande centrala begrepp ur Lunds universitets strategiska plan 2012–2016: akademisk integritet, saklighet, hög kvalitet, ledande, ansvarstagande och pådrivande samhällskraft.

Att fokusera på det klassiska i vårt visuella uttryck är viktigt av flera skäl. Dels särskiljer det oss från yngre universitet och högskolor. Dels kommer mycket av vår tyngd och akademiska trovärdighet från det faktum att vi funnits sedan 1666. Det klassiska är också viktigt i den internationella konkurrensen. Här borgar vår historia och våra traditioner för seriositet och hög kvalitet.

DYNAMISKT fångar också in begrepp från Lunds universitets strategiska plan, nämligen: innovativt, nyfiket, kreativt, hopp- ingivande och gränsöverskridande.

Det dynamiska genomsyrar alltså sättet vi arbetar på. Men det speglar också den unika stämning som finns i den akademiska och sociala smältdegel som Lunds universitet är. Att campus finns mitt i staden Lund och att vi är Sveriges mest internationella universitet bidrar också till den dynamiska känslan.

Som en konsekvens av det klassiska och dynamiska anslaget ska röstläget i kommunikationen vara: sympatiskt, öppet, avspänt, självsäkert, seriöst och med självförtroende.

I arbetet med att hitta de övergripande kommunikationsmålen "KLASSISKT" och "DYNAMISKT" har hänsyn tagits till bland annat:

- Lunds universitets strategiska plan 2012–2016.
- Våra tre uppgifter (utbildning, forskning och innovation/samverkan).
- Egna respektive konkurrenters egenskaper.
- Regionala, nationella, och internationella arenor.
- Våra målgrupper och deras skiftande behov.

Den grafiska profilens delar

Lunds universitets grafiska profil byggs upp av följande delar: logotyp, typografi, färger, bildmanér och grafiska element (byggnader, Harlekinmönster och sigill). Var och en av dessa delar kommunicerar Lunds universitet som klassiskt och dynamiskt.

Lunds universitets verksamhet är bred och vi uppträder och kommunicerar därför i en mängd olika sammanhang mot en mängd olika typer av målgrupper. Vi måste anpassa oss till varje enskild kommunikationssituation, men det är viktigt att vi säkerställer att vi visuellt alltid kommunicerar Lunds universitet som 60 % klassiskt och 40 % dynamiskt.

Den grafiska profilen är därför uppbyggd på ett sätt som gör det möjligt att anpassa delarna (logotyp, typografi, färger, bildmanér och grafiska element) efter vad och till vem vi ska kommunicera. Man kan jämföra delarna med volymreglagen på ett mixerbord. Kommunicerar vi t ex med vårt

kampanjutseende mot presumtiva studenter kan vi använda ett visuellt uttryck med lite högre volym. Ska vi å andra sidan kommunicera med vårt myndighetsutseende kan det vara bättre att dämpa volymen och kommunicera lite mer lågmält.

Anpassningen efter kommunikationssituation görs naturligtvis inte bara när det gäller det visuella uttrycket, utan också i val av budskap, röstläge i texter, val av kanaler (trycksaker, annonser, webb, profilprodukter etc), medier o s v. Kort sagt – för att nå bästa resultat ska hela upplägget anpassas efter den specifika kommunikationssituationen.

Den grafiska profilens uppbyggnad gör det också möjligt för verksamheter inom Lunds universitet (såsom fakulteter, institutioner, personer) att göra sina egna och profilerande "visuella mixar". Detta kan göras eftersom det finns ramar och regler som säkerställer att det sammantagna slutresultatet blir enhetligt.

Basregler



LUNDS UNIVERSITET

Rekommenderad tvåradig centrerad nivå 1-logotyp

LOGOTYP

Logotypen är den enskilt viktigaste identitetsbärande komponenten i vår grafiska profil och ska därför finnas med på allt kommunikativt material som har Lunds universitet som avsändare.

Lunds universitets logotyp består av text (Lunds universitet eller Lund University) och sigill tillsammans. Det finns fastställda regler för förhållandet mellan text och sigill.

Det är inte tillåtet att göra förändringar i logotypen eller placera texter så att man kan uppfatta dessa som en del av logotypen. Använd alltid godkända original. Dessa finns att ladda ner på www.lu.se/bildbank.

Notera att det är tillåtet att hantera sigillet som ett grafiskt element. Läs mer om hur sigillet får användas på sidan 22.

OM SIGILLET

1668 fick Lunds universitet ett sigill vilket i kompositionen är unikt. Det visar ett liggande lejon som är försett med kungskrona. Lejonet griper ett svärd med ena tassens, medan den andra håller en bok. Boken och svärdet är knutna till devisen *Ad utrumque*, beredd till båddadera. Sigillet budskap är att universitet skulle vara redo att tjäna politiska och kyrkliga syften med såväl boken som svärdet. Devisen tillsammans med boken och svärdet uttrycker också ett bildningsideal: den student som läst vid Lunds universitet skulle vara allsidigt bildad, beredd att försvara staten och den rätta läran med sin lärdom och med vapen i hand. Sigillet är obestridligen gammalt, men i vidare mening är bildningsidealet fortfarande gångbart: studenterna ska bli såväl teoretiskt som praktiskt rustade för livet.



LUNDS
UNIVERSITET

Rekommenderad tvåradig centrerad nivå 1-logotyp



LUNDS UNIVERSITET

Enradig centrerad nivå 1-logotyp



LUNDS UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

Centrerad nivå 2-logotyp



LUNDS UNIVERSITET

Enradig vänsterställd nivå 1-logotyp



LUNDS UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

Vänsterställd nivå 2-logotyp



LUNDS UNIVERSITET

Liggande nivå 1-logotyp



LUNDS UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

Liggande nivå 2-logotyp

LOGOTYPVERSIONER

Lunds universitets logotyp finns i fyra godkända grundversioner (så kallade nivå 1-logotyper):

- Rekommenderad tvåradig centrerad nivå 1-logotyp.
Denna variant är tydligare och mer kommunikativ än de andra och ska användas överallt där det är möjligt.
- Enradig centrerad nivå 1-logotyp
- Enradig vänsterställd nivå 1-logotyp
- Liggande nivå 1-logotyp

Logotypen finns också i en speciell version för särskilda verksamheter och fakulteter. Denna logotypvariant (nivå 2) finns i tre godkända versioner:

- Centrerad nivå 2-logotyp
- Vänsterställd nivå 2-logotyp
- Liggande nivå 2-logotyp

Samtliga logotypversioner finns i både svenska och engelska språkversioner.

ATT ANSÖKA OM LOGOTYP

Det är inte tillåtet att ta fram "egna" logotyper. Om du har frågor kring detta, vill ansöka om nivå 2-logotyp eller rätt till särprofilering kontakta kommunikationsavdelningen. Här kan du också få råd och vägledning kring de juridiska och grafiska regler som rör logotypanvändning vid Lunds universitet. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.



LUNDS UNIVERSITET

Rekommenderad färgvariant



LUNDS UNIVERSITET

Svart



LUNDS UNIVERSITET

Vit/negativ

Minimihöjd 10 mm



Minimihöjd 10 mm



Minimihöjd 10 mm



Minimihöjd 10 mm

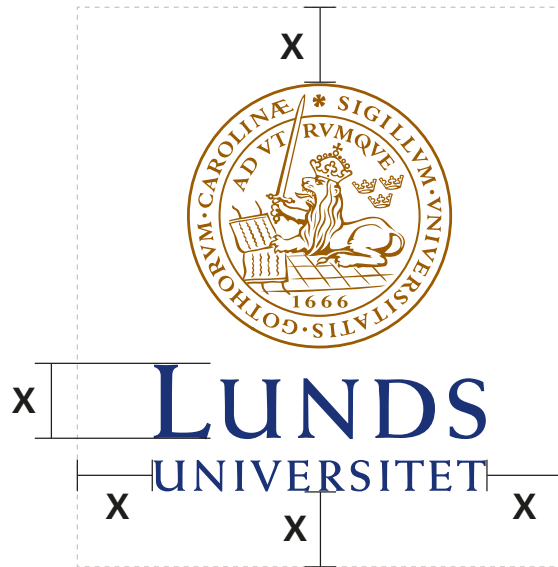


LOGOTYPFÄRGER

Lunds universitets logotyp får bara förekomma i följande färgvarianter: brons/blå, svart eller vit (negativ). Färgvariant brons/blå är den rekommenderade och ska användas överallt där det är möjligt.

LOGOTYPSTORLEK

Lunds universitets logotyp får inte göras för liten. Detta för att säkerställa läsbarhet och tydlighet. Logotypen (oavsett version) får därför inte göras mindre än att sigillet i logotypen har en höjd på minst 10 mm (se illustration ovan).

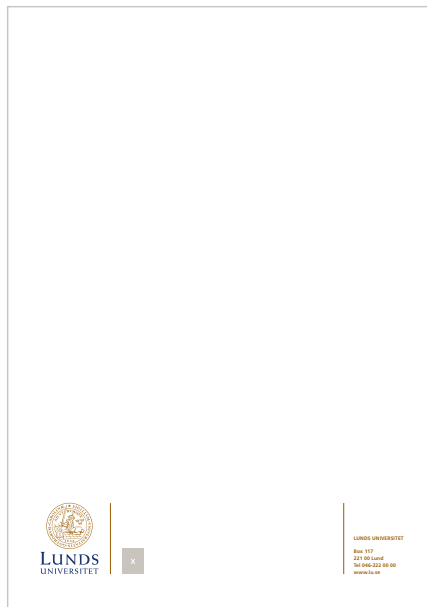


FRIZON

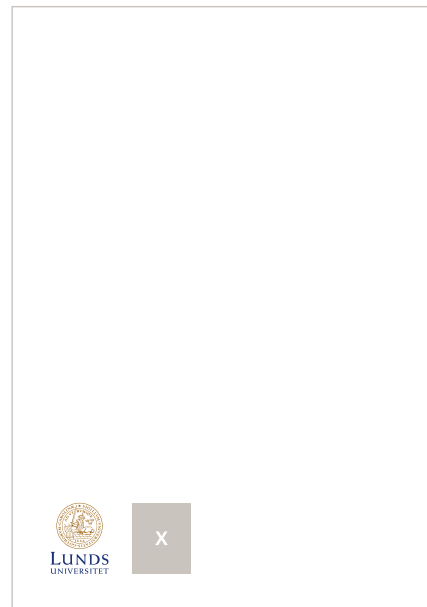
För att logotypen ska framträda så tydligt som möjligt ska det alltid finnas ett område runt logotypen som är fritt från text och andra grafiska element. Den vita ytan (frizonen) runt logotypen ska alltid minst vara lika bred och hög som "L:et" i ordet "LUNDS". Denna regel gäller för samtliga logotypvarianter.



Princip för hur Lunds universitets logotyp ska hanteras tillsammans med andra parter logotyp.
Notera den bronsfärgade linjen som skiljer logotyperna åt.



1.



2.

LOGOTYPHANTERING VID SAMVERKAN MED ANDRA

När vi samverkar med externa parter styr samverkansförhållandet hur Lunds universitets logotyp ska förhålla sig till de andra parternas logotyper. Storleken på logotyperna ska tydligt spegla samverkansförhållandet. Notera att det ska finnas ett litet vertikalt streck (se skisser här bredvid) mellan Lunds universitets logotyp och övriga logotyper.

Till vänster visar vi principen för hur Lunds universitets logotyp ska hanteras i två olika samverkanssituationer:

1. Lunds universitet är den dominerande parten i samverkansprojektet.
2. Lunds universitet och den andra parten/parterna är jämlika aktörer i samverkansprojektet. I detta fall använder vi oss av ett neutralt grafiskt utseende istället för att använda någon av parternas grafiska profil.

Är den externa parten den mest dominerande i samverkansprojektet följer vi den externa partens grafiska profil.

Om det av utrymmesskäl inte går att få plats med de samverkande parternas logotyper används rena textavsändare. Detta kan bli tydligare om många parter är inblandade.




TYPOGRAFI

Typsnitten är en viktig del av vår grafiska profil. Våra huvudtypsnitt är valda för sina estetiska och kommunikativa kvaliteter. Adobe Garamond Pro och Frutiger LT Std förstärker bilden av Lunds universitet som klassiskt och dynamiskt. Klassiska Adobe Garamond Pro i rubriker ger en bra balans till den i övrigt relativt dynamiska och moderna grafiska formen. Frutiger LT Std är ett bra komplement till Adobe Garamond Pro. Typsnittet bidrar också till ett dynamiskt och modernt visuellt uttryck. Det är också ett "öppet" och lättläst typsnitt även för längre texter*.

För mycket långa brödtexter i t ex böcker, avhandlingar och vetenskapliga rapporter rekommenderas att man ersätter Frutiger LT Std med Adobe Garamond Pro.

Om din dator saknar de rekommenderade huvudtypsnitten laddar du ner dem från www-lu.se/bildbank. Har du frågor kring typsnitt eller typsnittslicenser, vänligen kontakta kommunikationsavdelningen. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.

*Traditionellt anses det att typsnitt med klackar krävs för att underlätta läsning av längre texter i t ex broschyrer eller kataloger. Enligt Humlab vid Lunds universitet finns ingen forskning som stödjer denna uppfattning. Rubriker, underrubriker, ingresser, bildtexter, citat, bilder och layout bidrar däremot i hög grad till att texterna blir lätta att läsa och ta till sig. Självklart bidrar även textinnehållet i sig och hur texterna är skrivna till den totala läsoplevelsen.

RUBRIK, INGRESS OCH CITAT | TYP SNITT ADOBE GARAMOND PRO SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890+?!,,:;

UNDERRUBRIK | TYP SNITT FRUTIGER LT STD BOLD 65 VERSAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 1234567890+?!,,:;

BRÖDTEXT | TYP SNITT FRUTIGER LT STD LIGHT 45 OCH FRUTIGER LT STD LIGHT ITALIC 46

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890+?!,,:;
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890+?!,,:;

INTROBRÖDTEXTER, BILDTEXTER OCH FAKTATEXTER | TYP SNITT FRUTIGER LT STD ROMAN 55

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890+?!,,:;

TYPOGRAFI

Nedan följer en vägledning kring vilken skärning (variant) av respektive typsnitt som ska användas till vad. Reglerna gäller tryckt material. Notera att du kan ladda ner gridmallar för specifika applikationer (annonser, trycksaker, PowerPointpresentationer o s v) på www.lu.se/bildbank. I dessa gridmallar ligger de korrekta typsnitten för respektive applikation (avseende typ, skärning och färg) med styckeformaten i InDesign. I PowerPointmallar och Wordmallar används av tekniska skäl alternativtypsnitten Times New Roman och Arial. Det är också möjligt att använda Times New Roman till långa brödtexter i t ex böcker eller vetenskapliga publikationer.

TYP SNITT	SKÄRNING	ANVÄNDS TILL
Adobe Garamond Pro	Semibold	Rubrik, ingress, citat
Frutiger LT Std	LT Std Bold 65 versal LT Std Bold 65 versal- gement	Underrubrik Underrubrik 2
Frutiger LT Std	LT Std Light 45 LT Std Light Italic 46	Brödtext
Frutiger LT Std	LT Std Roman 55	Introbrödtext, bildtext, faktatext
Adobe Garamond Pro	Regular Italic	Långa brödtexter i t ex böcker eller vetenskapliga publikationer
Times New Roman		Word, PowerPoint
Arial		Word, PowerPoint

Observera att huvudtypsnitten Adobe Garamond Pro och Frutiger LT Std alltid ska användas på alla typer av tryckta omslag. Detta även då Times New Roman används i inlagan.

"HÖGSKOLOR", BOLAG OCH SÄRSKILT KONKURRENSUTSÄTTA VERKSAMHETER

EKONOMIHÖGSKOLAN

LUNDS UNIVERSITET | UTBILDNINGSKATALOG 2012

LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

LUNDS UNIVERSITET

FAKULTETER

MEDICINSKA FAKULTETEN

LUNDS UNIVERSITET

INSTITUTIONER, KURSER OCH PROGRAM

Strategisk kommunikation

CAMPUS HELSINGBORG | LUNDS UNIVERSITET

Maskinteknik

LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA | LUNDS UNIVERSITET

ÖVRIGA AVSÄNDARE

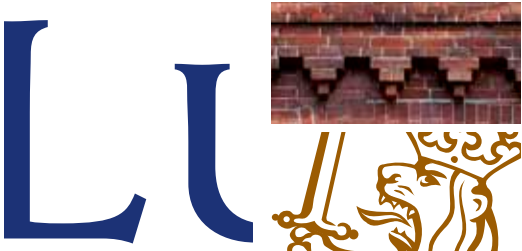
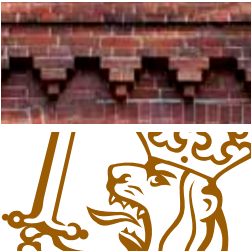
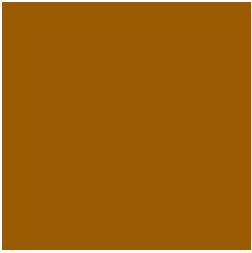
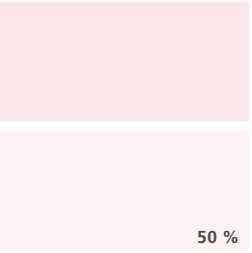
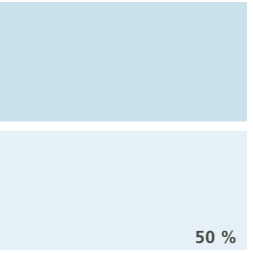
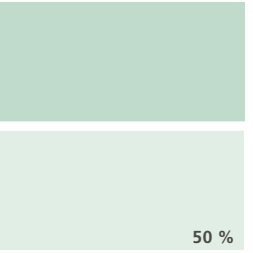
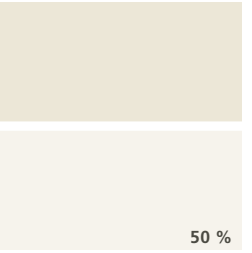
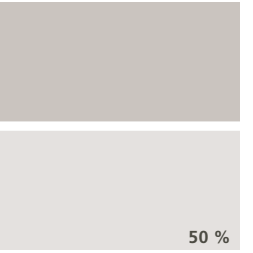
Studentservice

LUNDS UNIVERSITET

TYPOGRAFISK AVSÄNDARHANTERING

I de fall man inte får använda logotypen som avsändare på t ex framsidan av en trycksak kan högskolor, speciellt konkurrensutsatta verksamheter eller fakulteter profilera sig lite extra genom att sätta namnet i versaler (stora bokstäver). Vi visar här tre exempel på hur detta ska se ut.

Även övriga avsändare såsom t ex Studentservice, institutioner, kurser och program kan lyfta fram sina namn typografiskt (se exempel till höger). I avsnittet om Gridmallar (sid 36–42) kan du läsa mer om hur man ska arbeta med rubriker på framsidan av trycksaker.

						
						
LU CMYK C100 M85 Y5 K22 PMS+ 280 RGB R0 G0 B128	LU CMYK C9 M57 Y100 K41 PMS+ 1395 PMS+ 876 (Metallic) RGB R156 G97 B20	CMYK C0 M15 Y5 K0 PMS+ 503 RGB R233 G196 B199	CMYK C24 M3 Y7 K2 PMS+ 552 RGB R185 G211 B220	CMYK C29 M2 Y24 K3 PMS+ 559 RGB R173 G202 B184	CMYK C3 M4 Y14 K8 PMS+ 7527 RGB R214 G210 B196	CMYK C9 M11 Y13 K20 PMS + Warm Grey 3 RGB R191 G184 B175

FÄRGSYSTEM

CMYK används vid 4-färgstryck.

PMS+ (Pantone Matching System) används när man trycker med en eller flera färger. PMS+ Metallic kan användas till lite mer exklusiva produkter.

RGB används till digitala applikationer som t ex Powerpoint.

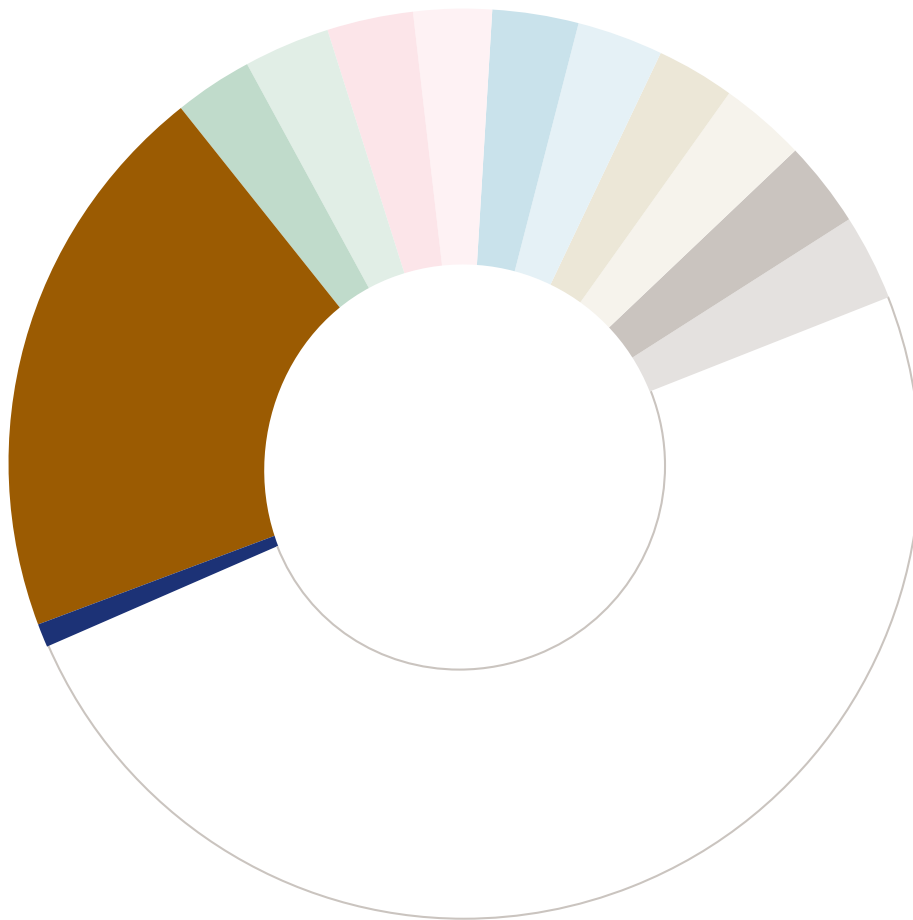
Notera! Kontakta alltid tryckeriet du ska anlita och fråga i vilket färgsystem de vill ha materialet.

FÄRGER

Lunds universitets färger ger universitetet ett eget och särskiljande visuellt färguttryck. De förstärker också bilden av Lunds universitet som klassiskt och dynamiskt. Två av färgerna, (mörk)blå och brons, har sitt ursprung i Lunds universitets logotyp. Övriga färger är inspirerade av färger som förekommer i Lunds, och i viss mån även Malmös och Helsingborgs, stadsmiljöer. Färgerna är också valda för att inte konkurrera utan istället harmoniera med färgerna i logotypen. Pastell-

färgerna i 50 % ska användas ytterst sparsmakat, t ex som bakgrundsplattor till diagram och text.

För webb är det tillåtet att i mindre utsträckning använda ytterligare färger. För mer information kring grafisk profil på webben se separat designmanual. Kontakta kommunikationsavdelningen för mer information. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.



FÄRGINTRYCK

Det är brons och pastellfärgerna och förhållandet dem emellan som i hög grad bidrar till det unika i det visuella uttrycket för Lunds universitet.

Illustrationen visar det korrekta röststyrkeförhållandet mellan färgerna. Pastellfärgerna är de färger som ska ges högst röststyrka (synas och användas mest). Brons kompletterar. Notera att blått ska vara den minst framträdande färgen, inte minst för att vi ska särskilja oss från andra universitet och högskolor.

Det vita blir en del av färgintrycket via t ex rubrikytor, texter (i viss utsträckning) men framförallt via luft i layouten.

Ett tips är att då och då lägga ut material som producerats på ett bord för att kunna överblicka om man totalt sett har skapat ett korrekt färgintryck. Det är alltså inte så att varje enskild trycksak måste använda färgerna i exakt den omfattning som visas här.

Aa Aa



CMYK C9 M57 Y100 K41

PMS+ 1395

PMS+ 876 (Metallic)

I de fall metallic används är det endast till rubriker och sigill.

RGB R156 G97 B20

Används till följande textformat:
rubrik, underrubrik, ingress, intro brödtext, bild-/faktatext

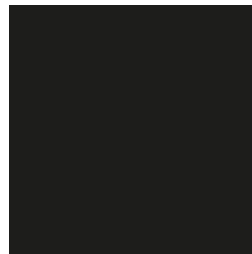


CMYK C0 M0 Y15 K85

PMS+ Black 7

RGB R77 G76 B68

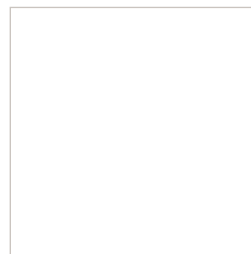
Används till följande textformat:
rubrik, underrubrik, ingress, intro brödtext, bild-/faktatext



CMYK C0 M0 Y0 K100

RGB R0 G0 B0

Används till följande textformat:
underrubrik 2, brödtext



CMYK C0 M0 Y0 K0
(negativ)

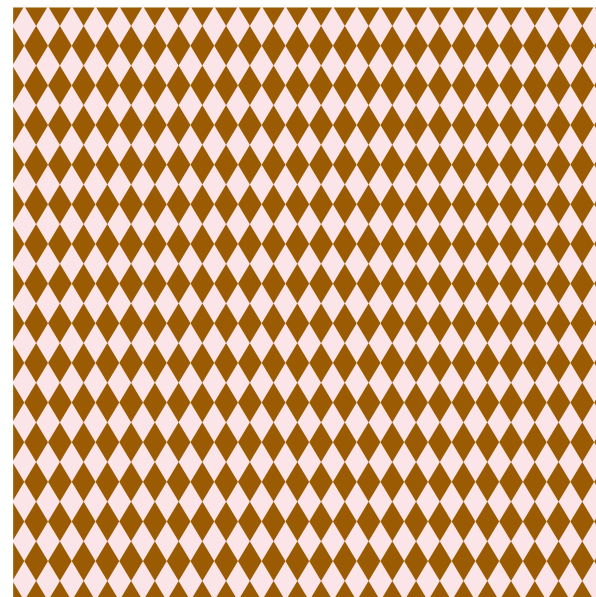
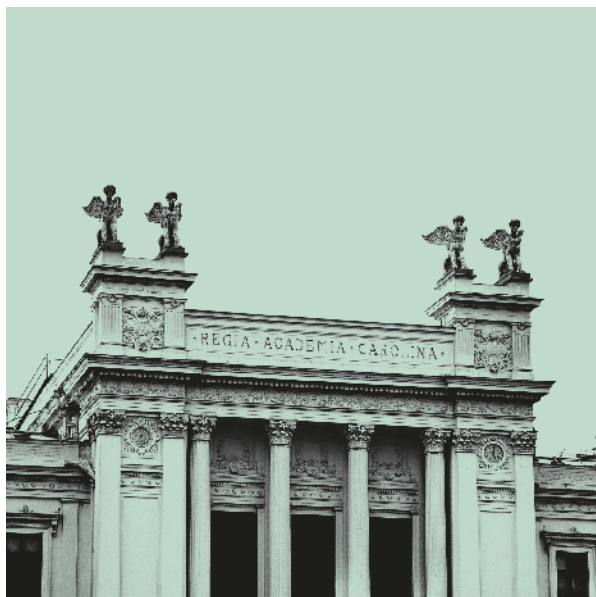
RGB R255 G255 B255

Används till alla textformat

TEXTFÄRGER

Brons, mörkgrått, svart och vitt (negativt) är godkända textfärger. Notera att du kan ladda ner gridmallar för specifika applikationer (annonser, trycksaker, PowerPoint-presentationer o s v) på www.lu.se/bildbank. I dessa gridmallar ligger de korrekta typsnitten för respektive applikation (avseende typ, skärning och färg) med styckeformaten i InDesign. När det gäller webb finns speciella regler. Kontakta kommunikationsavdelningen för separat designmanual. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.

Grafiska element

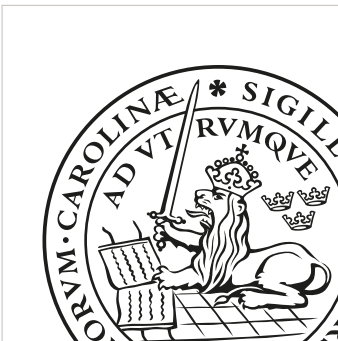


GRAFISKA ELEMENT

En viktig del av Lunds universitets grafiska profil är de grafiska elementen: grafiska bilder av byggnader, sigill och Harlekinmönster. Tillsammans med logotyp, typografi, färger och bildmanér bidrar de till den visuella mix som ger Lunds universitet ett särskiljande visuellt uttryck präglat av det klassiska och dynamiska (grund)anslaget.



Rekommenderad



SIGILL

Sigillet är en stark identitetsskapare och är därför ett av de mest centrala elementen i vår grafiska profil. Sigillet ska användas som en garantistämpel och som sådan kan man lägga det ovanpå en bild eller grafiskt element. Det går också bra att placera sigillet ovanpå en "rörig" bild. Jämför med hur poststämplar ser ut på frimärken.

Sigillet ska i största möjliga utsträckning användas i brons. Svart sigill används endast vid tryck i svart/vitt. Sigillet kan i undantagsfall användas vitt (negativt). Konsultera kommunikationsavdelningen innan du använder ett vitt sigill.

Notera att du inte ska placera sigillet ovanpå text.

Har du frågor kring användning av sigillet är du välkommen att kontakta kommunikationsavdelningen. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.

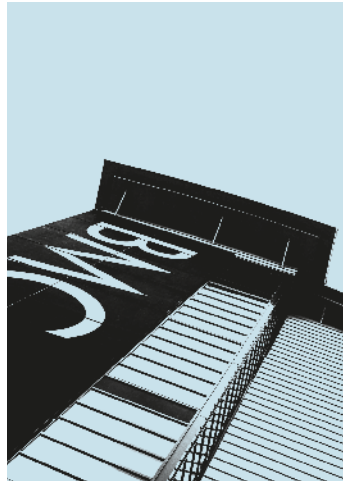


Rekommenderad sigillbeskrning

SIGILLBESKÄRNING

Sigillet ska beskäras på ett speciellt sätt. Här visar vi de beskärningar av sigillet som är godkända. Notera att det finns en beskärningsvariant som är den rekommenderade och som ska användas i första hand. I gridmallarna (se sid 36) ligger sigillet i rätt storlek och beskärning. Gridmallarna finns att ladda ner på www.lu.se/bildbank.

I undantagsfall får sigillet användas i sin helhet. Sådana fall är t ex ceremoniella dokument och utbildningsbevis. Sigill i originalutförande finns att ladda ner på www.lu.se/bildbank. Vänligen kontakta kommunikationsavdelningen för vägledning. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.



GRAFISKA BILDER AV BYGGNADER

För att förstärka bilden av ett samlat enhetligt universitet används universitetsbyggnader som grafiska element. Visuellt framställs byggnaderna på samma sätt oavsett arkitektur eller fysisk placering.

Sättet på vilket de grafiska elementen (byggnaderna) är utformade bidrar också till att ge Lunds universitet ett unikt visuellt uttryck. Byggnaderna används som komplement till fotografier eller som ensamt grafiskt element. Se exempel här bredvid. Fler exempel finns på sidan 36 (gridmallar).



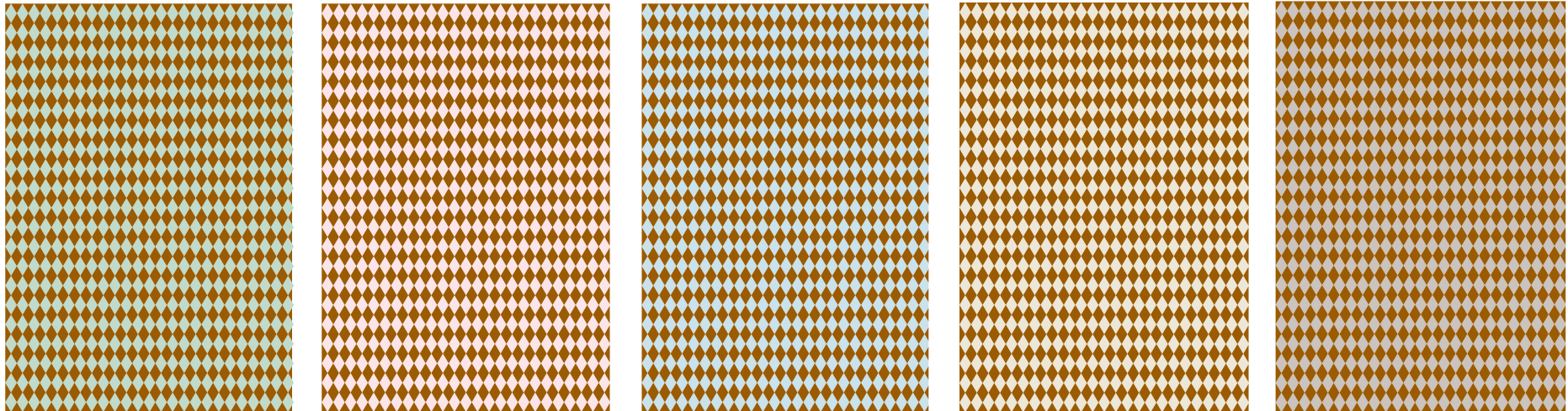
Svart/vit fotografisk bild av Universitetshuset. Notera att bilden inte får användas på detta sätt.



Svart/vit bild av Universitetshuset med rosa bakgrund. Så här får bilden (nu bearbetad till ett grafiskt element) användas.

Grafiska bilder av byggnader ska du inte producera själv. Ladda alltid ner dem från Lunds universitets bildbank, www.lu.se/bildbank. Rent praktiskt fungerar det så att man laddar ner originalet av den svart/vita grafiska bilden av byggnaden. Det är viktigt att du inte ändrar originalets filformat, vilket måste vara tiff. Respektive användare lägger sedan själv till Lunds universitets pastellfärger som bakgrund till den svart/vita bilden. **Observera att de bearbetade svart/vita byggnadsbilderna inte ska förekomma utan pastellfärgbakgrund.** Det är däremot tillåtet att arbeta med vanliga obearbetade svart/vita bilder av byggnader. Dessa ska då hanteras som vanliga bilder.

Saknar du bild av någon byggnad? Vänligen kontakta kommunikationsavdelningen för vägledning. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.



HARLEKINMÖNSTER

Genom att använda en variant av Harlekinmönstret som ett grafiskt element får vi en koppling till humortraditionen som finns i Lund. Harlekinmönstret finns i sex olika färgställningar. Harlekinmönstret ska användas sparsamt och får inte förekomma på fram- och baksidor. Exempel på ställen där mönstret kan användas är inbjudningar, broschyrinlagor och rollups.

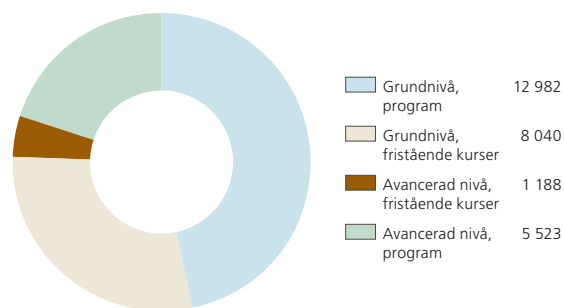
Harlekinmönstren ska du inte producera själv. Ladda istället ner dem från www.lu.se/bildbank. Alla Harlekinmönster finns i fyra olika format (stående/liggande A4 och A5). Ska du använda mönstret i andra format skala proportionellt och/eller beskär. Sträva efter att beskära vid hela eller halva romber och efter att behålla mönstrets ursprungskaraktär.

OM HARLEKINMÖNSTRET

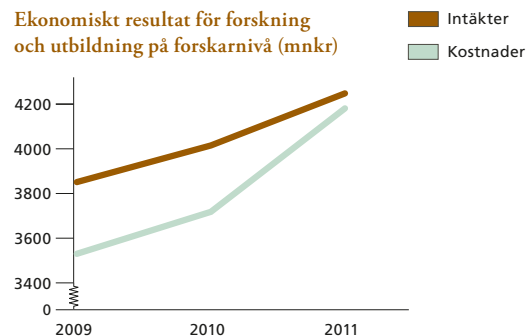
Commedia dell'arte, en teaterform med ett givet galleri av rollfigurer. Harlekin intar satirikerns och parodikerns roll i commedian. Hans dräkt, ursprungligen en dräkt i säckväv täckt med olikfärgade lappar, idag bestående av rombiska ruttmönster, kännetecknas av sin skarpa färgsammansättning av rött, blått och gult etc.



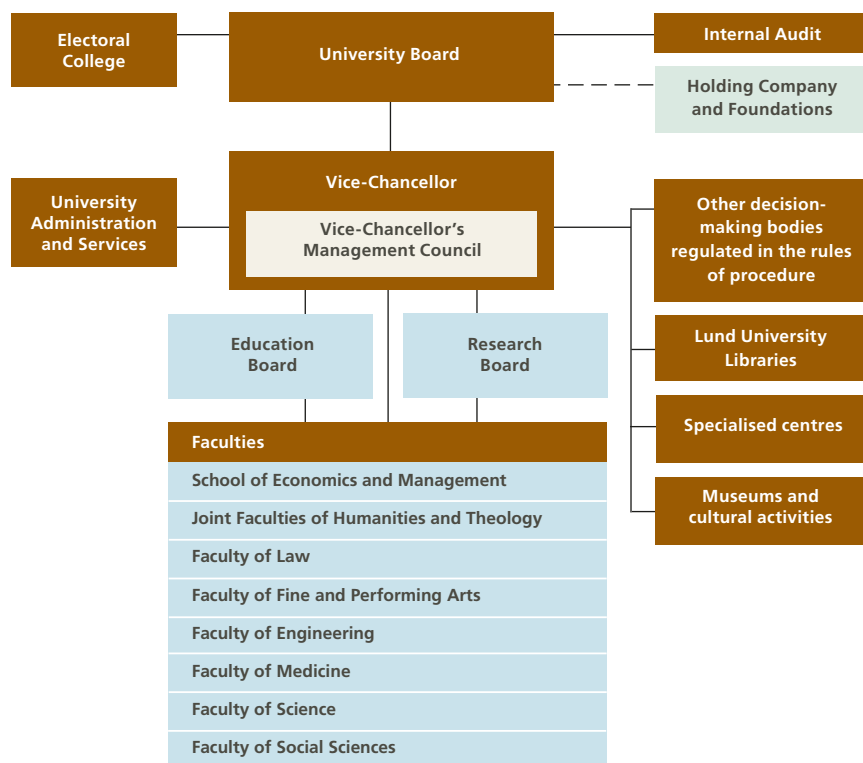
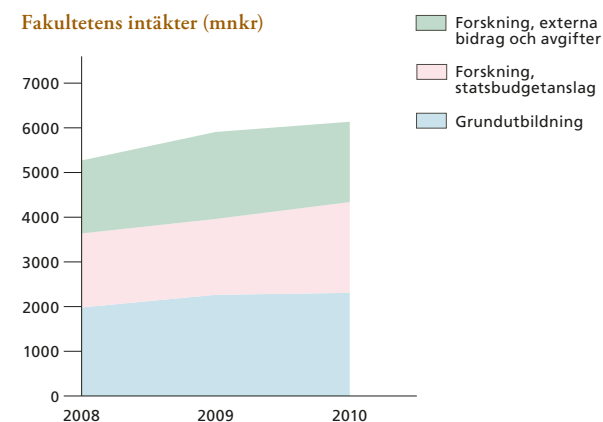
Studenternas fördelning på utbildningsnivå



Ekonomiskt resultat för forskning och utbildning på forskarnivå (mnkr)



Fakultetens intäkter (mnkr)



ILLUSTRATIONER

Illustrationer i kommunikativt eller dekorativt syfte ska i största möjliga mån undvikas. Ett enhetligt illustrativt manér kan inte säkerställas eftersom Lunds universitet inte har upphandlade illustratörer. Användning av flera olika typer av illustrationsmanér skulle dessutom göra den grafiska profilen mindre enhetlig. Den grafiska profilen innehåller (även utan illustrationer) flera visuellt starka delar. Att lägga till ytterligare en riskerar att göra den grafiska formen överarbetad och rörig.

Undantag från denna regel får göras då saker ska förklaras. Exempel på detta kan vara t ex vetenskapliga illustrationer, diagram och tabeller. Till vänster visar vi exempel på hur olika tabeller och diagram ska se ut. Låt dig inspireras av dessa när du tar fram deskriptiva illustrationer.

Bildmanér



BILDMANÉR

Tillsammans med logotyp, färger, typografi och grafiska element är det fotografiska bildmanéret en av de centrala byggstenarna i Lunds universitets grafiska profil.

På samma sätt som vi har "egna" profilerande färger ska vi ha "egna" profilerande bilder. När det gäller färger arbetar vi med en palett. På samma sätt ska vi arbeta med bilder. De bildexempel vi visar här ger en bild av hur denna palett ska se ut. Det viktiga är att omvärlden snabbt och enkelt ska kunna särskilja Lunds universitet från andra universitet och högskolor med de bilder vi använder.

Bildmanéret ska utmärkas av:

- Soldisighet och värme
- Dokumentär känsla
- Kort skärpedjup
- Detaljminimering
- Variation och dynamik
- Frånvaro av frilagda bilder (vilka kan vara svåra att hantera layoutmässigt inom de ramar grid-systemet tillåter).

På de kommande sidorna hittar du mer information om var och en av punkterna ovan.



SOLDISGHET OCH VÄRME

Sträva efter att använda soldisiga bilder med en varm ton. De bidrar på ett effektivt sätt till att ge Lunds universitet ett eget bildmässigt uttryck. Detta förstärker också känslan som uppstår när man studerar, forskar eller på annat sätt är verksam vid universitetet; en känsla av att vara del av en gemenskap där man ser optimistiskt på framtiden.

Använd soldisigheten för bilder där detta är relevant (t ex människor och miljöer). Att fotografera i motljus (där man riktar kameraobjektivet mot en eller flera ljuskällor) kan vara ett sätt att uppnå denna effekt. Fotograferar man redovisande bilder på t ex forskningsutrustning strävar man istället efter att få fram en varm ton i bilden.



DOKUMENTÄR KÄNSLA

Sträva alltid efter en dokumentär och naturlig känsla i bilderna. Arbeta i verkliga miljöer och undvik bilder som upplevs arrangerade. För att uppnå en dokumentär känsla är det också viktigt att bilderna skildrar både yngre och äldre människor och att vi använder bilder i både färg och svart/vitt. Lite opolerade bilder som ärligt och med glimten i ögat speglar livet vid Lunds universitet är också välkomna. Liksom bilder där passionen och engagemanget för vad man håller på med kommer fram.

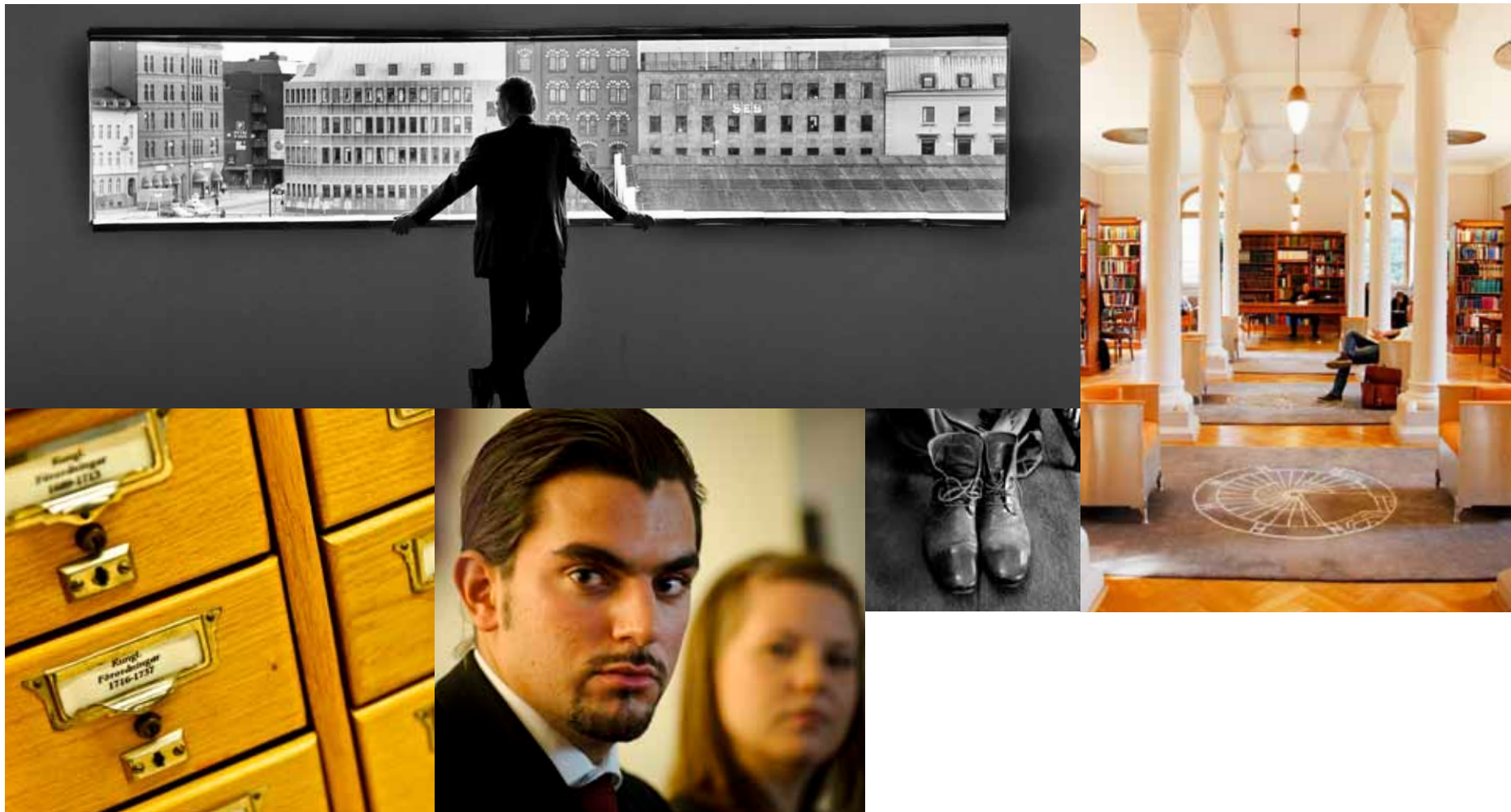
**KORT SKÄRPEDJUP**

Välj bilder med kort skärpedjup i den mån det är möjligt. Kort skärpedjup betyder att en viss del av bilden är skarp medan resten är oskarp. Med ett kort skärpedjup blir bilden oftare mer intressant. Du kan använda det korta skärpedjupet för att "trolla bort" en rörig bakgrund eller lyfta fram det viktiga i bilden (en person du vill porträttera, en byggnad, detalj o s v).



DETALJMINIMERING

Arbeta med rena bilder där bakgrunden inte är för brokig. Försök också minimera antalet detaljer i bilden. Försök inte berätta allt i en bild. Beskär gärna bilden. Det är också ett sätt att kunna fokusera på det väsentliga. Vill du använda utsnitt av bilder? Sträva efter att utsnittet blir relativt färghomogent.



VARIATION OCH DYNAMIK

Arbeta med bilder som har olika karaktär. Att titta på bilder som alla är fotograferade från samma avstånd och i samma vinkel blir lätt tråkigt. Bättre då att låta olika typer av bilder komplettera varandra. Närbild kontra perspektiv. Färg kontra svart/vitt. Människor och byggnader kontra detaljer. Äldre människor kontra yngre o s v. Kort sagt – låt bilderna spegla universitetets mångfald.

MIKROORGANISMER I MOTLJUS?

Självklart finns det situationer där rekommendationerna på föregående sidor inte går att applicera. Det kan vara viktigt att bilden visar exakt hur saker och ting verkligen ser ut, t ex bilder kopplade till specifik forskning. I sådana sammanhang fotograferas bilden mer traditionellt.

CHECKLISTA – ATT TÄNKA PÅ INFÖR FOTOGRAFERING

- Titta alltid först i Lunds universitets bildbank. Kanske finns bilden du behöver redan där, www.lu.se/bildbank.
- När du anlitar fotograf, använd dig alltid av Lunds universitets upphandlade fotografier, se www.lu.se/grafiskprofil.
- Köp i största möjliga mån bilder med delad fotoanvändning (se www.lu.se/grafiskprofil) så att bilderna kan användas flera gånger utan att man behöver betala extra.
- Var noga med att fotografen är fullt införstådd med Lunds universitets fotografiska bildmanér.
- Ge också alltid fotografen en ordentlig brief. Berätta var bilden ska användas, vad den ska dokumentera eller vilken känsla den ska förmedla.
- Samarbetar du med en upphandlad reklambyrå är det viktigt att du förmedlar kontakt mellan reklambyrå och upphandlad fotograf, så att reklambyrån, tillsammans med dig, kan briefa fotografen.
- Varje enskild bild påverkar hur Lunds universitet uppfattas i omvärlden. Sträva därför efter att ta bilder som har ett estetiskt och kommunikativt värde bortom det redovisande.
- Sträva efter att ta bilder i både liggande och stående format så blir friheten större vid layoutarbetet.
- Lägg gärna in bilder du tagit fram i Lunds universitets bildbank, så att alla kan få en överblick över och tillgång till det bildmaterial som används. Kontakta kommunikationsavdelningen om tillgång till att lägga in bilder i bildbanken.

LITE TIPS TILL DIG SOM FOTOGRAFERAR SJÄLV

- Försök att inte bara titta på objektet eller människan när du fotograferar utan titta också på omgivningen. Ibland kan det räcka med att man tar ett litet kliv åt sidan för att bildutsnittet ska bli bättre och intressantare.
- Variera gärna avståndet när du fotograferar. En bild kan t ex vinna mycket på att du tar den på närmare avstånd.
- Soldiset och värmen i bilderna kan du uppnå genom att fotografera i motljus. Tänk på att ha solen precis bakom objektet eller människan så att bara lite sol strålar fram. Då slipper du svarta siluetter som annars kan uppstå vid fotografering i motljus.
- Fundera alltid över vilken uppgift bilden har i sammanhanget. Ska den förmedla en känsla eller beskriva något konkret? Det bästa resultatet uppnår man genom att låta text och bild komplettera varandra.

ATT ANVÄNDA BILDER

På sidan 42 kan du läsa mer om hur foton hanteras layoutmässigt inom ramen för Lunds universitets grafiska profil.

Har du frågor vänligen kontakta kommunikationsavdelningen. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.

Gridmallar



GRIDMALLAR

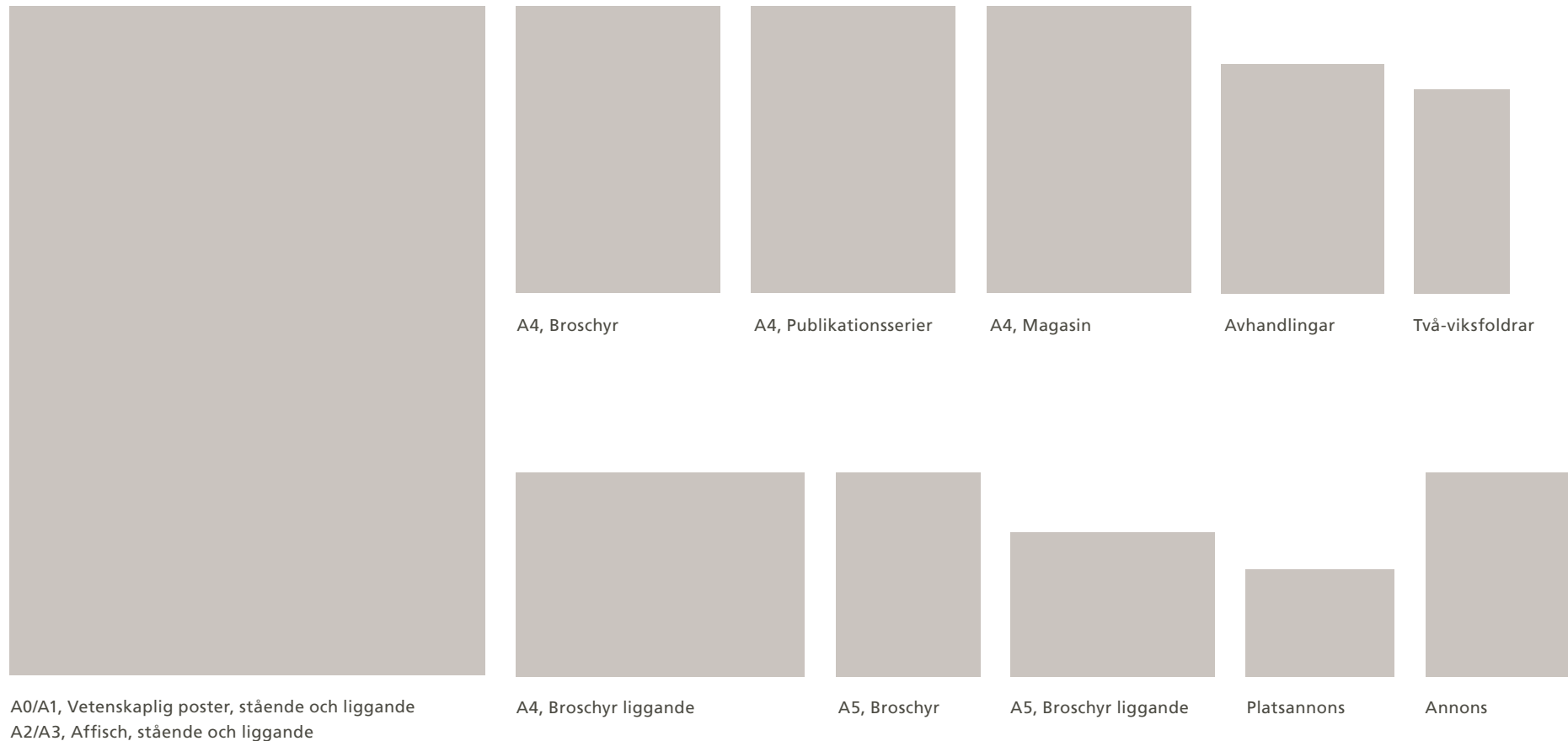
Den grafiska profilen för Lunds universitet skapas till stora delar med hjälp av ett antal olika gridmallar (system av olika stömlinjeraster) som bas. T ex finns det en typ av gridmall för en stående A4-broschyr och en annan typ för roll-ups o s v. Gridmallarna säkerställer att en viss typ av kommunikationsmaterial produceras efter samma layoutprincip, vilket i sin tur gör att Lunds universitet får ett konsekvent och enhetligt visuellt uttryck. Gridmallsystemet gör också den grafiska produktionen enklare och snabbare. All produktion av kommunikationsmaterial ska därför göras med Lunds universitets gridmallar som bas.

Gridmallarna ger vägledning kring hur det grafiska innehållet (logotyp, rubriker, texter, bilder, grafiska element etc.) ska organiseras. Notera att gridmallarna reglerar var grafiska element kan placeras – inte exakt vilka de ska vara. Det finns därför flexibilitet för den enskilde kreatören att skapa produkter med målgruppsanpassat innehåll och uttryck.

På www.lu.se/bildbank finns samtliga gridmallar tillgängliga för nedladdning. Ska du producera material i ett format som det inte finns gridmallar för, vänligen kontakta kommunikationsavdelningen för vägledning. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.

Mallar (som styr den grafiska formen mer i detalj än vad gridmallarna gör) kommer att finnas tillgängliga för specifika applikationer såsom platsannonser och PowerPoint. Dessa laddas ner från www.lu.se/bildbank.



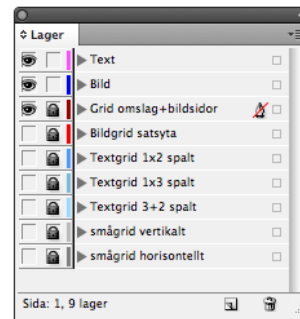


GRIDMALL – GENERELL UPPBYGGNAD

Gridmallarna är skapade i InDesign och är alla uppbyggda på samma sätt (bland annat med A-formaten som bas). A-formaten i sig är en del av den grafiska profilen. Att göra layout som inte bygger på A-format gör det svårare att säkerställa att den grafiska formen blir enhetlig och korrekt. Det finns också pappersekonomiska och miljömässiga skäl till att i största möjliga mån undvika t ex kvadratiska format.

På detta uppslag kan du se ett urval av de applikationer det finns gridmallar för. Oavsett typ består gridmallarna alltid av ett eller flera stödlinjaster. När det t ex gäller trycksaker består gridmallen av tre typer av stödlinjaster – ett för omslag och två för inlagor (ett som stöd för text och det andra som stöd för bild). De olika stödlinjastren ligger som olika lager i InDesign (se sidan 38–39).

På www.lu.se/bildbank finns samtliga gridmallar och tillhörande formatvarianter tillgängliga för nedladdning. Ska du producera material i ett format som det inte finns en gridmall för, vänligen kontakta kommunikationsavdelningen för vägledning. Kontaktuppgifterna hittar du på sidan 44.



Notera att de tunna stödlinjerna som syns i gridden blir osynliga i den färdiga layouten.

GRIDMALL – BROSCHYR

Gridmallen för broschyrer består av tre typer av stödlinjeraster – en för omslag och två för inlagor (ett som stöd för text och det andra som stöd för bild). De olika stödlinjerastren ligger som olika lager i InDesign.

OMSLAG

Vit ram

Den 5 mm vita ramen bidrar till ett modernt visuellt uttryck. Det ger också renhet och luft åt övriga designelement. Eftersom många skrivare inte klarar utfallande utskrifter har ramen också en praktisk funktion. Den vita ramen ska alltid hållas ren från bilder, färgplattor och grafiska element. Det enda undantaget är sigillet. Notera att sigillet blir utfallande vid tryck men kan bli beskuret vid utskrift. Om du producerar material som ska skivas ut på skrivare ska sigillet beskäras i linje med den vita ramen.

Ljusblå yta

Den ljusblå ytan visar var foton, pastellfärger och/eller grafiska element (exklusive sigill) får placeras. Foton, pastellfärger eller grafiska element (alternativt en kombination av dessa) kan uppta en, flera eller alla rutor, dessutom ska de alltid placeras så att en eller flera hela rutor "fylls upp". Notera att ingen av rutorna inom den ljusblå ytan får lämnas vit, undantaget den vita ytan som är avsedd för logotyp och rubriker (se exempel här intill). Skapa inte mönster eller udda former utan håll dig till lite större kuber eller rektanglar (se exempel som visas i manualen). Använd dig inte heller av frilagda foton. Notera att Harlekinmönstret inte får förekomma på fram- och baksidor.

Sigillet har en fast beskärning och placering på omslag.



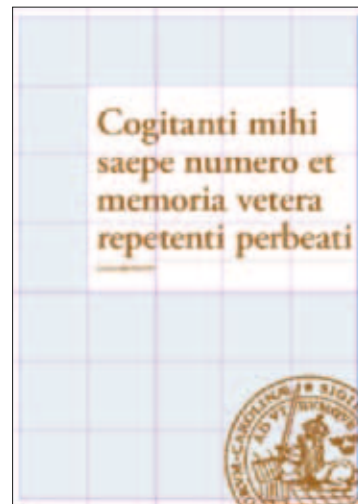
Framsida med logotyp, enradig rubrik utan underrubrik.



Framsida med logotyp, enradig rubrik med underrubrik.



Framsida utan logotyp, enradig rubrik med underrubrik (Lunds universitet).



Framsida utan logotyp, flerradig rubrik med underrubrik (Lunds universitet).

Rubriker

Huvudrubrik och eventuell underrubrik ska placeras vänsterställd i en vit platta. Huvudrubriken kan vara en-, två- eller flerradig. Plattans storlek förändras efter rubriklängd men ska alltid uppta hela gridrutor. Notera att du kan sätta rubrikplattan på olika höjd, men att det alltid ska vara minst en rad ljusblå rasterrutor (fyllda med foto, pastellfärger eller grafiska element) ovanför den vita rubrikytan. Det bronsfärgade strecket ska alltid vara med. Detta gäller även vid de tillfällen då underrubrik inte används.

Underrubriken är inte obligatorisk. Använder man underrubrik får den inte vara flerradig. Notera emellertid att "Lunds universitet" alltid ska vara med som underrubrik om du gör en framsida utan Lunds universitets logotyp. Det vertikala bronsfärgade strecket kan användas för att dela upp text i underrubriken (se exempel på sidan 15).

Logotyphantering framsida

Som exemplen visar kan man välja att ha med Lunds universitets logotyp på trycksakens framsida eller inte. Vill man ha med logotypen ska man använda sig av en enradig rubrik. Väljer man varianten utan logotyp ska Lunds universitet skrivas ut under strecket (se exempel ovan). Notera att Lunds universitets logotyp (nivå 1 eller nivå 2) alltid ska finnas med på baksidan av trycksaken.



Baksida med korrekt placering av nivå 1-logotyp, webbadress och kontaktuppgifter



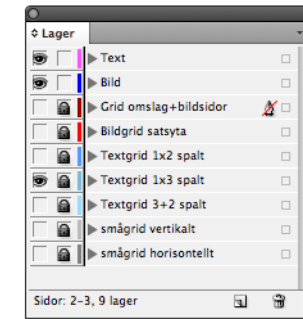
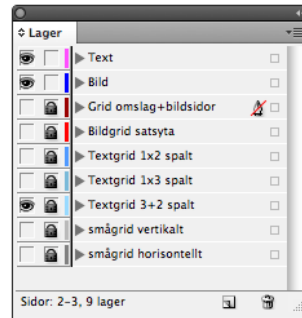
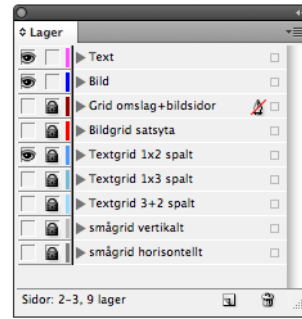
Baksida med nivå 2-logotyp, webbadress och kontaktuppgifter



Baksida med nivå 2-logotyp, två webbadresser och kontaktuppgifter

Avsändare baksida

Exemplet till vänster visar hur logotyp och adressuppgifter ska placeras. Dessa delar ska alltid finnas med. Webbadressen i mitten är frivillig och kan användas om man vill hänvisa till annan plats än till startsidan på lu.se.

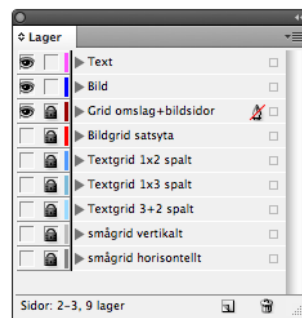
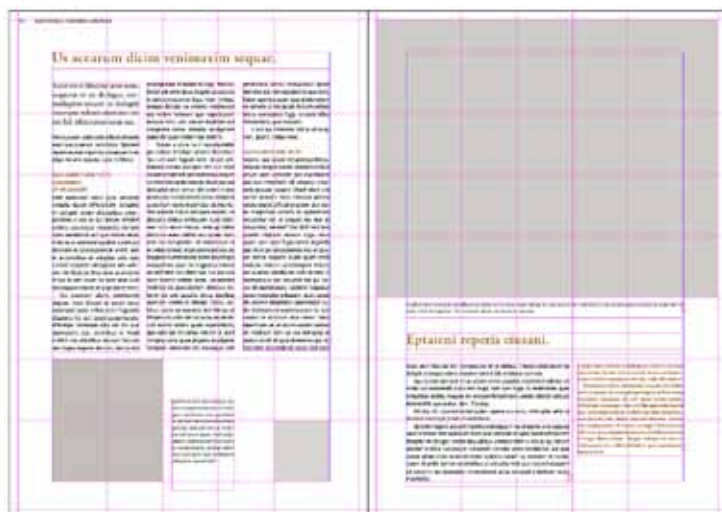
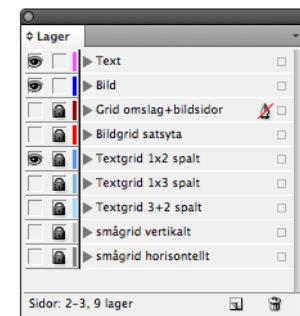
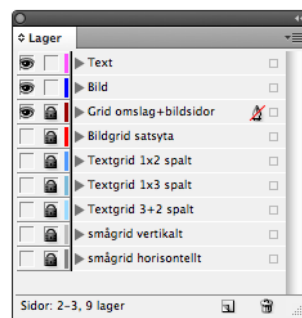
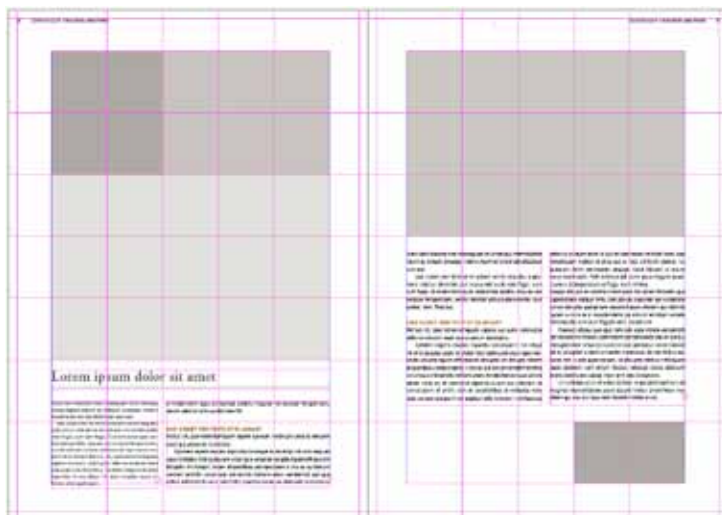


Inlagor

Inlagan har ett eget stödlinjeraster (med andra dimensioner än det som används för omslag). Detta eftersom hänsyn måste tas till marginaler, antal textspalter etc. Stödlinjerastren för inlagor är uppdelade i två typer: en för textstöd och en för bildstöd.

Inlaga/text

Dessa stödlinjeraster visar hur man i inlagor kan arbeta med olika typer av spalter. Både vad gäller antal och bredd. Allt för att man ska kunna anpassa inlagans utseende efter olika typer av texter och annat material.



Inlaga/bild

Detta stödlinjeraster tillåter att man arbetar med bilder i många olika format. När det gäller bilder i inlagor är det viktigt att notera att bilder i hel- och halvsidesformat alltid ska ha den 5 mm vita ramen runt sig, dvs bilder får aldrig vara helt utfallande. Undantag från denna regel finns då det gäller produktion av magasin där något andra regler tillämpas (se gridmall för magasin på www.lu.se/bildbank).

Det är också möjligt att placera bilder i textspalterna.

Stödlinjerastret för inlagor innehåller också ett horisontellt och vertikalt stödlinjeraster (kallat "smågrid" i lagerpaletten). Detta finns för att förenkla arbetet med att avstånden mellan t ex rubrik och bild eller ingress och brödtext blir korrekta.

Praktisk information

PRAKTISK INFORMATION

Har du frågor angående Lunds universitets grafiska profil eller innehållet i den grafiska manualen, vänligen kontakta oss på kommunikationsavdelningen.

Maria Wendel, 046-222 70 07

Nina Ransmyr, 046-222 03 20

Petra Francke, 046-222 03 16

E-post: grafiskprofil@rektor.lu.se

På **www.lu.se/grafiskprofil** finns allt material som rör Lunds universitets grafiska profil samlat. Här hittar du bl a:

- Grafisk manual
- Inspiration (publicering av material som producerats inom ramen för Lunds universitets grafiska profil).
- Logotyper för nedladdning

På **www.lu.se/bildbank** hittar du nedladdningsbart material såsom:

- Bilder
- Gridmallar
- PowerPointmallar och Wordmallar
- Typsnitt
- Sigill
- Logotyper

Den grafiska manualen kommer efter hand att kompletteras med applikationer och fler gridmallar. Kommunikationsansvariga informeras om dessa via e-post.



LUNDS
UNIVERSITET

www.lu.se/grafiskprofil

LUNDS UNIVERSITET

Box 117
221 00 Lund
Tel 046-222 00 00
www.lu.se