

Riktlinjer för UHR:s grafiska profil



Innehåll

| | | | |
|-----------------------------------|----------|---|-----------|
| Logotyp | 3 | Papper | 12 |
| Primär logotyp | 3 | Trycksaker | 12 |
| Varianter | 3 | Kontorspapper | 12 |
| Symbol | 4 | Andra aktörer | 13 |
| När logotyp inte får plats | 4 | UHR som nationellt kontor | 13 |
| Färger | 5 | UHR i kampanjer | 14 |
| Primär färg | 5 | UHR i samarbeten | 14 |
| Sekundära färger | 5 | Tillämpningar | 15 |
| Kontrasttabell för tillgänglighet | 6 | Webbplatser | 15 |
| Typografi | 7 | Sociala medier | 16 |
| Typsnitt | 7 | E-tjänster och system | 16 |
| Grafik | 8 | Officemallar | 17 |
| Tabeller och diagram | 8 | E-postsignatur | 17 |
| Informationsgrafik | 8 | Broschyrer, foldrar, affischer och annonser | 18 |
| Bilder och illustrationer | 9 | UHR:s rapportserie | 18 |
| Bildspråk | 9 | Högskoleprovet | 19 |
| UHR:s bildbank | 9 | Film | 20 |
| Några checklistor | 10 | Profilprodukter | 20 |
| Lagar, regler och riktlinjer | 10 | Gåvor | 21 |
| Illustrationer | 11 | Mässor, event och konferenser | 21 |

Logotyp

Primär logotyp



- Logotypen består av ett lila U (symbol) och texten Universitets- och högskolerådet (ordbild).
- Logotypen placeras i det övre vänstra hörnet.
- Logotypen får aldrig förvanskas.

Digitalt

- En version i färgskalan RGB ska användas.
- Standardmått är 70 pixlar hög. I vissa sammanhang kan det bli för stort i relation till annat innehåll. Då kan den alternativa höjden 50 pixlar användas.
- Om det är tekniskt möjligt ska filformatet SVG tillämpas. I andra hand PNG och sist av allt JPG.

Tryck/PDF

- En version i färgskalan CMYK ska användas (vid PMS-tryck ska en PMS-version användas).
- Standardmått för en A4 är 13 mm på höjden.
- Vid trycksaksproduktion bör en vektoriserad EPS tillämpas, alternativt pixelgrafik med upplösning 300 dpi.

Frizon

För att avsändare ska vara tydlig, finns en så kallad frizon. Innanför den får inga störande element finnas. Frizonen är den samma som höjden i det versala U:et i ord bilden.



Minsta storlek i höjd

På skärm: 35 pixlar
I tryck/PDF: 6 mm



Varianter



I internationella sammanhang finns även en engelsk variant. Den finns i samtliga versioner som den svenska och följer samma regler.

Vit version används vid tillfällen då UHR:s primärfärg lila ska framhävas för att exempelvis skapa uppmärksamhet. Platsannonser och profilprodukter är två exempel då detta kan tillämpas. I egna produktioner får vit logotyp endast användas mot 100 procent lila bakgrund.



Svart (och i vissa fall vit) version av logotypen används endast om det krävs, till exempel i tryck eller om UHR samarbetar med andra aktörer. Läs mer om samarbeten på sidan 14.



i **EPS** (Encapsulated PostScript) är ett filformat för vektorgrafik. Kan förstöras utan att tappa kvalitet.
SVG (Scalable Vector Graphics) är ett filformat för vektorgrafik på webben. Skarp grafik oavsett storlek och små filer.
JPG/JPEG (Joint Photographic Experts Group) är ett filformat för foton. Komprimerar filstorlek på bekostnad av bildkvalitet.

Symbol

Användning av symbol

UHR:s symbol får endast användas då det står klart i sammanhanget att UHR är avsändare. Den får då användas på ett sparsmakat och smakfullt sätt.

När logotypen inte får plats kan symbolen ersätta. Ett bra exempel på detta är i sociala medier, där profilbild ofta visas i ett mycket litet format.



Inspirationen till U:et form är hämtad från böckers blad, en fjärils utveckling, en ugglas silhuett och en ständig strävan uppåt.



Färger

Primär färg

| |
|---|
| <p>Lila</p> <p>RGB 98 38 158 HEX #62269e CMYK 82 97 0 0 PMS C 2597 PMS U 2077 NCS S 3555-R60B</p> |
| <p>Lila 50</p> <p>RGB 176 147 207 HEX #b093cf CMYK 50 %</p> |
| <p>Lila 25</p> <p>RGB 216 201 231 HEX #d8c9e7 CMYK 25 %</p> |
| <p>Lila 10</p> <p>RGB 239 233 245 HEX #efe9f5 CMYK 10 %</p> |

UHR:s primära färg är lila. För att inte det visuella uttrycket ska spreta, har endast tre toner tagits fram. Tonerna räknas som egna färger (Lila 50, Lila 25 och Lila 10). Tonfärgerna används i dekorativt och pedagogiskt syfte, till exempel för att tydliggöra skillnad eller för att förstärka visuell navigation. Vid användandet av tonfärger ska alltid något grafiskt element i 100 procent finnas med (logotypen kan vara ett sådant element).

På grund av automatiseringar i Microsoft Office är toningsalternativen svårare att kontrollera i Word, Excel och Powerpoint.

Sekundära färger

| | |
|--|---|
| <p>Cerise</p> <p>RGB 176 0 96 HEX #b00060 CMYK 7 100 10 21 PMS C 227 PMS U 227 NCS S 3060-R20B</p> | <p>Petroleum</p> <p>RGB 0 110 150 HEX #006e96 CMYK 100 11 7 38 PMS C 7705 PMS U 641 NCS S 4050-B10G</p> |
| <p>Cerise 50</p> <p>RGB 215 128 175 HEX #d780af CMYK 50 %</p> | <p>Petroleum 50</p> <p>RGB 128 183 202 HEX #80b7ca CMYK 50 %</p> |
| <p>Cerise 25</p> <p>RGB 235 191 215 HEX #ebbfd7 CMYK 25 %</p> | <p>Petroleum 25</p> <p>RGB 191 219 229 HEX #bfdbe5 CMYK 25 %</p> |
| <p>Cerise 10</p> <p>RGB 247 229 239 HEX #f7e5ef CMYK 10 %</p> | <p>Petroleum 10</p> <p>RGB 229 240 245 HEX #e5f0f5 CMYK 10 %</p> |

De sekundära färgerna ska användas av pedagogiska skäl för att tydliggöra skillnad, men även för att förstärka visuell navigation.

Det finns ingen hierarkisk ordning mellan UHR:s två sekundära färger. Tanken är att de båda ska harmoniera med den lila primärfärgen. Även de sekundära färgerna finns i tre toner och räknas som egna färger.

I digitala kanaler tillåts de sekundära färgerna att vara primära färger. Vid ett sådant val blir lila i samma ton sekundär färg. Väljer man till exempel Cerise 50 som primär färg, ska Lila 50 vara sekundär färg.

Funktionsfärger som exempelvis röd, gul, grön eller gråskala (för neutralitet) är tillåtet, men de får enbart användas när en funktion kräver det.

i **RGB** (Red, Green, Blue) är ett färgblandningssystem för skärm. **HEX** Det hexadecimala talsystemet används för att ange RGB-färger i HTML-kod. Kallas till vardags även för webbfärger eller HTML-färger. **CMYK** (Cyan, Magenta, Yellow (gul) och Keycolour (svart)) är grunden i en fyrfärgsprocess för tryck. **PMS** (Pantone Matching System) är ett internationellt färgsystem som används vid dekor- och screentryck eller som ett komplement till fyrfärgstrycket CMYK. **NCS** (Natural Color System) är ett färgblandningssystem som används för färg på väggar, fordon och kläder.

Kontrasttabell för tillgänglighet

| Normal text | Stor text | Normal text | Stor text | Normal text | Stor text |
|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ |
| Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Fail AAA ✗ | Pass AAA ✓ | Fail AAA ✗ | Pass AAA ✓ |
| Fail AA ✗ | Fail AA ✗ | Fail AA ✗ | Pass AA ✓ | Fail AA ✗ | Pass AA ✓ |
| Fail AAA ✗ | Fail AAA ✗ | Fail AAA ✗ | Fail AAA ✗ | Fail AAA ✗ | Fail AAA ✗ |
| Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ |
| Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ |
| Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ |
| Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ |
| Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ |
| Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ |
| Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ | Pass AA ✓ |
| Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Fail AAA ✗ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ | Pass AAA ✓ |

Kontrasttabellen ovan visar tillgänglighetsnivån av UHR:s färger i kombination med svart och vitt. Det gäller vit text på färgad bakgrund, svart text på färgad bakgrund och färgad text mot vit bakgrund.

Text i någon av profölfärgerna ska alltid skrivas i 100 procent, det vill säga aldrig i någon av de framtagna tonerna.

i Svenska myndigheter följer **WCAG** (Web Content Accessibility Guidelines), som är den internationella standarden för tillgänglighet av digitala tjänster. Den lagstadgade nivån för tillgänglighet för svenska myndigheter är AA (där AAA är maximalt).

Läs mer om tillgänglighet på www.webbriktlinjer.se.

Typografi

Typsnitt

UHR:s primära typsnitt heter **Bau**; ett modernt linjärt typsnitt som är enkelt, tydligt och karaktäristiskt. Det finns i regular, medium och bold med kursiveringsmöjligheter (italic). Bau lämpar sig för rubriker och lite kortare texter.

I digitala sammanhang bäddas **BauWebPro** in och används i rubriker. **Calibri** används i övrig text. På enheter som saknar Calibri används följande typsnitt i fallande ordning: *Arial, sans-serif*.

Vid behov av funktionsikoner används det egenproducerade **UHR Icon Font** som innehåller tydliga och pedagogiska ikoner. Ikoner har som syfte att förtydliga en funktion.

Vid längre textstycken i tryck eller PDF, används **Cambria** som har seriffer (klackar) som gör texten mer läsbar vid just långa stycken.

I Office-paketet ersätts Bau helt med Calibri, ett så kallat systemtypsnitt som finns i nästan alla operativsystem. Det underlättar bland annat presentationer och arbete på andra enheter. Calibri är lättläst och lämpar sig väl för brev, blanketter och inte allt för långa texter.

Bau

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

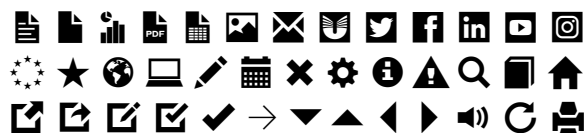
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

Cambria

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789-§!"#€%&/()=?

Urval av UHR Icon font



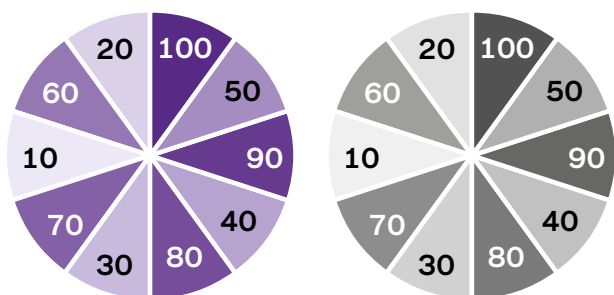
Grafik

Tabeller och diagram

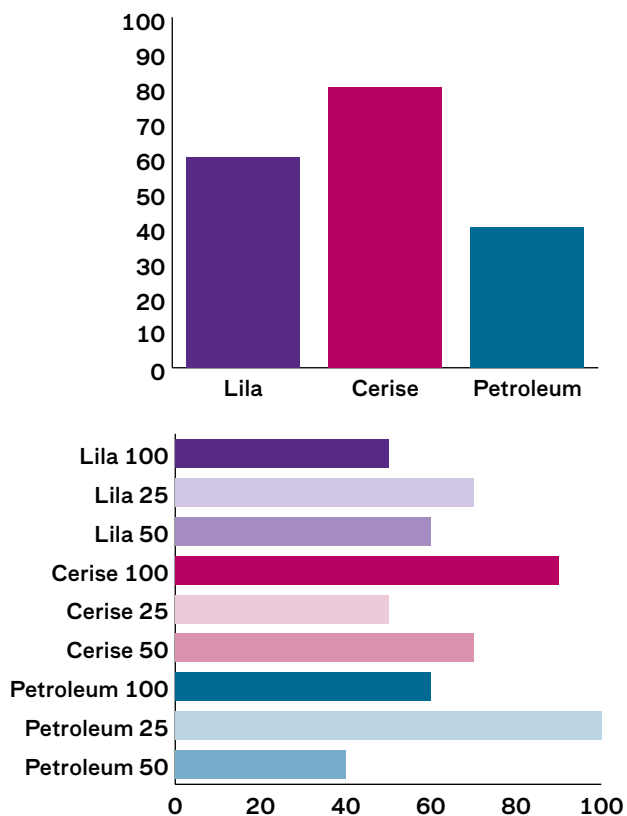
Det finns program som förenklar arbetet med att skapa tabeller och diagram. Att kvalitetssäkra kontraster för visning på duk och/eller i svartvita utskrift kräver dock en viss manuell handpåläggning.

Skulle UHR:s färgpalett med toner (se sidan 5) inte räcka till, får fler toner tillämpas. Behövs ytterligare färger kan gråskala eller andra färger tillämpas. I egna presentationer eller dokument i Office-paketet får förprogrammerade färger användas för ökad tydlighet. Det ska dock tilläggas att när ett diagram inte längre ser överskådligt ut, bör en tabellösning övervägas.

Toningsordningen i tårtdiagrammet nedan med start på 100 procent är kvalitetssäkrat för svartvit utskrift. Den vita linjen separerar och tydliggör ytterligare.



Exempel på applicering av manér och färgpalett. Grafiken ska vara enkel i sin utformning, utan skuggor och 3D-effekter.



Informationsgrafik

Definitionen av informationsgrafik på UHR: *Informationsgrafik (infografik) är att det är en visuellt tilltalande presentation av information, data eller kunskap som är avsedd att presentera information snabbt, tydligt och tillgängligt. Infografiken ska vara tillförlitlig och inge ett professionellt intryck.*

Exempel på manér.

Antagningservice

tar emot telefonsamtal, e-post och chatt om antagningsfrågor. Antal ärenden 2019:




251 000 st



25 664 (29 187)

inkomna **bedömningsärenden**.*



-  **gymnasieutbildning**
-  **eftergymnasial yrkesutbildning**
-  **högskoleutbildning**

Bilder och illustrationer

Bildspråk

Bilder förstärker både intryck och uttryck och är därför av stor betydelse i kommunikationen. För att vara tydliga och konsekventa i kommunikationen finns ett bildspråk på UHR. Bildspråk handlar om konsekvens och vad betraktaren ska tänka, känna och uppleva när de ser en bild:

- Människors engagemang, kommunikation och samspel ska vara framträdande i bilderna.
- Bilder ska ha ett tydligt blickfång och kommunicera lust, utveckling och upplevas som spontana och närvarande.
- Människor agerar i ett relevant sammanhang och avbildas med värme och äkthet från naturliga miljöer där engagemang, intresse och aktivitet uppstår.

Strävan att vara inkluderande ur ett mångfalds- och jämställdhetsperspektiv ska speglas i kommunikationen.

Bilder som inte följer bildspråket

Då något specifikt ska illustreras eller beskrivas går det inte alltid att följa UHR:s bildspråk. Vid användning av sådana bilder är det viktigt att tänka på att medföljande text har en tydlig koppling. Bilderna kan exempelvis användas i presentationer, intranät, nyhetsbrev eller artikelsidor på någon av våra webbplatser. Bilder som inte följer bildspråket ska inte läggas in i UHR:s bildbank.

När bilder utanför UHR:s bildbank används behöver följande säkerställas:

- Upphovsrätt/andra rättigheter/ersättningar.
- Källa och dess trovärdighet.
- Att de som är med på bilderna samtycker till att vara med i sammanhanget.

Personliga bilder kan användas om de är av tillräckligt god kvalitet för ändamålet.

Exempel på en bild från UHR:s bildbank som följer bildspråket.



UHR:s bildbank

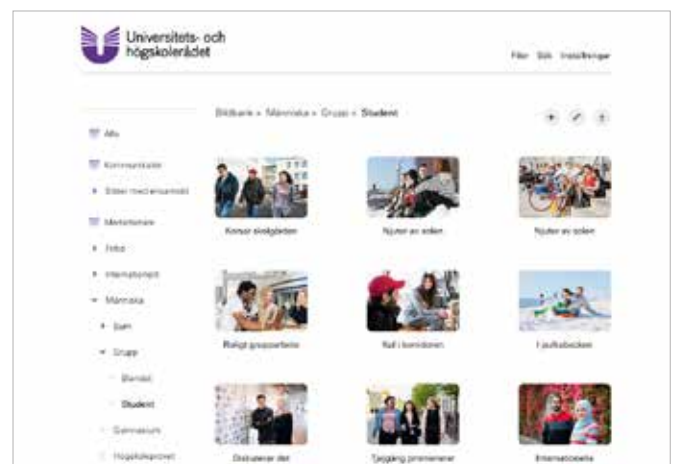
I myndighetens bildbank är samtliga bilder kvalitetssäkrade och är fria för användning. I utbudet eftersträvas en jämn könsfördelning och mångfald.

I bildbanken ligger endast originalbilder: en JPG i A3 med en upplösning på minst 300 dpi (3 508 x 4 961 pixlar).

För nedladdning av bilder måste ändamål anges. Det bör även kontrolleras om/när/hur bilden använts tidigare, vilket görs enkelt i bildbanken. Ska samma bild användas för ett annat ändamål, ska bilden laddas ned på nytt och återigen ange användningsområde.

Medarbetare på UHR får ett personligt konto genom att skicka en förfrågan till bilder@uhr.se.

Skärmdump från UHR:s bildbank, 2019-04-25



Några checklistor

Att använda bilder

- Om enbart en bild används, välj en bild som kommunicerar utveckling, aktivitet, samspel, lust eller engagemang.
- Se till att bilden/bilderna tilltalar målgruppen.
- Beakta alltid jämställdhets- och mångfaldsaspekter (kön, ålder, etnicitet m.m.). Se till att miljöer representerar hela Sverige, stora universitet och små högskolor, små och stora städer osv.
- Fotografnamn ska vara angivet.

Arkivering av bilder

Ta ansvar för bilden. Om den inte kommer från bildbanken behöver det säkerställas hur den får hanteras:

- Endast bilder som UHR har nyttjanderätt för och royalty- och rättighetsfria bilder får arkiveras i den egna bildbanken.
- Säkerställ metadata. Fotografnamn, datum, modellmedgivande och kontaktinformation samt rättigheter ska anges i bilden.
- Om bilden köpts via en byrå, be dem skicka över grundbilden med tillhörande information/rättigheter för användning och arkivering.
- Endast högupplösta bilder får arkiveras i UHR:s bildbank. Minsta storlek är A3 i 300 dpi.

Att köpa bilder från fotograf

Säkerställ först och främst att det inte redan finns ett avtal. Därefter kan följande checklista komma till användning:

- En fotograf som anlitas ska ha F-skattsedel.
- Ta gärna referenser och titta igenom fotografens portfolio.
- Fotografen ska ta del av *Riktlinjer för UHR:s grafiska profil*.
- Skicka gärna bildexempel från vår bildbank för att visa bildmanéret.
- Beställ i första hand "friköpta" bilder dvs. bilder med fri användning utan något bestämt slutdatum (upphovsrätten förblir dock hos fotografen).
- Ta fram ett avtal som reglerar rättigheter, hur länge bilden får användas och överenskommen kostnad. Använd gärna framtagna avtalsmall från intranätet.
- Begär alltid att fotografen inkluderar metadata i bildfilerna: fotografnamn, kontaktuppgifter, datum och namn på personerna i bilden.
- Fotografen ska använda UHR:s samtyckesblankett med kontaktinformation för de personer som avbildas.
- Tänk på att format (stående eller liggande) ska passa in i slutprodukten. Är sammanhanget där bilden ska användas i inte förutbestämt, skriv i beställningen att bilderna ska fungera på båda ledderna.
- Beställ alltid bilder i färg (AdobeRGB-skala).
- Bilderna ska levereras i formatet JPG, minst 300 dpi vid A3-storlek (som är standardkvalitet i bildbanken).

Lagar, regler och riktlinjer

Det finns en rad olika lagar, regler och riktlinjer som ska eller bör följas vid köp och användning av bilder. Vid tveksamheter bör en kommunikator kontaktas.

Följande gäller vid publicering av bilder:

- Dataskyddsförordningen ska följas.
- Fotografens upphovsrätt respekteras.
- Upphovsman/bildbyrå anges vid publicering.
- Kontrollera inför varje publicering att UHR har rätt att använda bilden i sammanhanget.
- Upphovsman måste godkänna väsentliga förändringar.
- Bilder ska inte diskriminera någon på någon grund.
- Endast bilder där personerna har samtyckt till att vara med publiceras.
- Medverkande måste samtycka till att uppgifterna sparas i UHR:s bildbank, i enlighet med dataskyddsförordningen.
- Säkerställ att fotograf får skriftligt samtycke från den som avbildas. Samtycket ska sedan registreras hos registrator.
- Bilder utan samtycke får inte finnas i UHR:s bildbank.
- Alla under 16 år måste ha vårdnadshavares skriftliga medgivande.
- Myndigheter berörs inte av marknadsföringslagen, men den innehåller mycket beaktansvärt.
- Följ "god publicistisk sed".

Gratisbilder

Det florerar en hel del webbplatser med gratisbilder. Gratis betyder dock inte att bilder får användas till vad som helst. Många av dessa har ganska avancerade och svårtolkade avtal, där man fransäger sig ansvaret genom så kallade "disclaimers". Att fotografen ger rätt att använda bilden betyder inte att de som figurerar på bilden har godkänt sin medverkan. Dessa bilder följer troligtvis heller inte UHR:s bildspråk och håller kanske inte samma höga kvalitet. UHR använder inte bilder från gratisajter.

Illustrationer

Ibland går det inte att kommunicera allt i ett foto. Då kan illustrationer vara befogat. Då illustrationer är ett kraftfullt grafiskt element som lätt kan "ta över", finns det ett antal förhållningspunkter:

- Illustrationer används sparsmakat.
- Vid användning av illustrationer ska det finnas ett starkt redaktionellt värde, det vill säga en tydlig koppling till en tillhörande text i anslutning till illustrationen.
- En illustration bör förtydliga eller beskriva scen/-er exempelvis från en process eller ett flödesschema.
- Illustrationer visas inte tillsammans med foton på samma sida.
- Illustrationer används inte till produktion av informationsgrafik.

Fördelar med illustrationer:

- Skräddarsydda motiv och format.
- Identitetslösa/anonyma människor.
- Möjlighet till kollage och processbeskrivande flöden.
- Målgruppsanpassning t.ex. mot yngre målgrupper.
- Möjlighet att berätta en historia.

Illustrationsoriginal skapas som vektoriserade EPS:er.
Bakgrundstonen ska vara 10 procent av teckningsfärgen eller vit.

UHR:s illustrationsmanér.



Papper

Kontorspapper

Utskrifter skrivs vanligtvis ut på kontorspapper.

Standardpapper för kontorstryck är *Scandia 2000 White*. Pappret har hög opacitet, bulk, kvalitetskänsla och ger ett brett sortiment. Pappret är Svanenmärkt, FSC®-certifierat och följer ISO 14001, ISO 9001 och ISO 9706.

- Visitkort: 90 x 55 mm, 270 g
- Kuvert med tejprensa: C5, C5 v2, C4, C4 v2 och B4 expanderbrevpåse (brevpåsen finns inte i *Scandia 2000 White*)



Trycksaker

Trycksaker har oftast en extern mottagare och längre livslängd, och har därför andra kvalitetskrav. Då används *Scandia 2000 Smooth White* som är ett svensktillverkat papper som passar både för offset- och digitaltryck. Pappret kännetecknas av sin högkvalitativa känsla och naturliga vithet. Den släta ytan ger en utmärkt bildåtergivning. Finns i ytvikterna 100–240 g/m². Pappret är Svanenmärkt, FSC®-certifierat och följer ISO 14001, ISO 9001 och ISO 9706. Mer information finns på www.antal.se.



Andra aktörer

UHR som nationellt kontor

I UHR:s verksamhet ingår det att vara nationellt kontor för EU-kommissionens och Nordiska ministerrådets utbildningsprogram samt Enic-Naric. UHR ingår även i nätverk för samarbete inom Bologna processen och Lissabonkonventionen. De med egna grafiska element:

- EHEA (och Bologna processen)
- Enic-Naric
- EPALE
- Erasmus+
- eTwinning
- Euroguidance
- Europass
- Eurydice
- Nordplus

De flesta av dessa verksamheter har egna grafiska guider med krav och önskemål. Ett minsta krav är att logotyp ska finnas på sådant som medfinansieras.

Vem som är avsändare ska vara tydligt och därför använder UHR konsekvent det vänstra övre hörnet. Medföljande logotyper appliceras alltid i det övre högra hörnet. I övrigt ska *Riktlinjer för UHR:s grafiska profil* följas.

Hur profilprodukter ska hanteras, beskrivs på sidan 20.

Grundexempel.



i Finns inget officiellt uttalat samarbete ska inte UHR:s logotyp användas.

UHR i kampanjer

Oavsett kampanjform ska *Riktlinjer för UHR:s grafiska profil* tillämpas. När till exempel en webbplats produceras, ska UHR:s webbplatser vara normgivande och dess grafiska element tillämpas.

När UHR samarbetar med andra myndigheter och organisationer sker en kompromiss med hänsyn till samarbetspartens grafiska profil.

Skärmdump från kampanjen Kulturskoleklivet, 2019-05-02



UHR i samarbeten

När UHR samarbetar med andra (det vill säga då UHR bistår med resurser av något slag) och annan grafisk profil appliceras, ska logotyp i färg och placering i det övre vänstra hörnet eftersträvas. Svart (och i vissa fall vit) version av logotypen används när UHR:s logotyp presenteras tillsammans med andra organisationers logotyper och ingen avsändare ska sticka ut.

Vid gemensamma konferenser, så utgår man från UHR:s arbete kring konferenser. Grafiska utmaningar och begränsningar beror på UHR:s roll i sammanhanget, och får hanteras från gång till gång i dialog med berörda.

Genrebild från konferensen NUAK 2019



Tillämpningar

Webbplatser

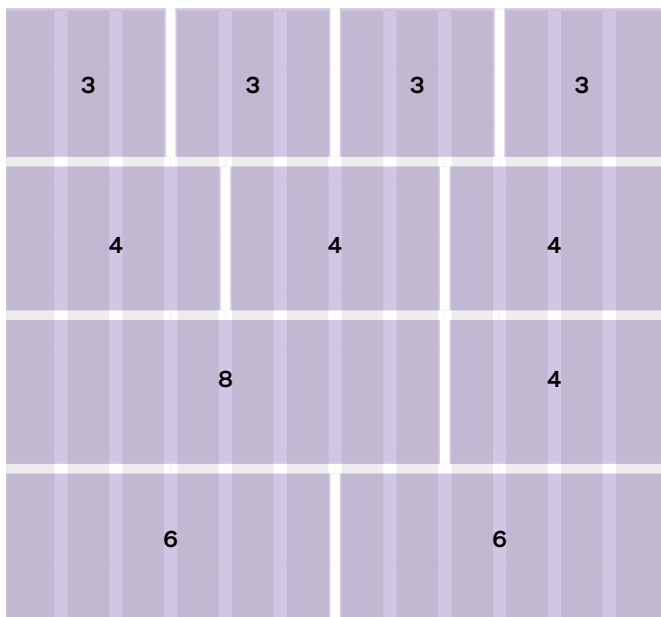
Myndighetens webbplatser ska estetiskt och strukturellt kännetecknas av enhetlighet och konsekvens. För besökarna att navigera och hitta rätt, ska allt som skapas vara tillgängligt, sammanhängande och logiskt.

På UHR:s webbplatser finns några minsta gemensamma nämnare som gäller för samtliga webbplatser, där Uhr.se och dess design är normgivande:

1. Logotyp och användandet av symbol
2. Typsnitt och funktionsikoner
3. Bildspråk
4. Rutnät (bygger på en 12-kolumnsindelning)
5. Gemensamma placeringar i sidhuvud och sidfot

Avvikelser från dessa fem punkter får endast göras om det beslutas av generaldirektören. Grafiska element som inte tillför funktionalitet ska undvikas.

Exempel på 12-kolumnsindelning.



Gemensamma placeringar inom röd ram
Skärmdump från Uhr.se, 2019-04-30



Officemallar

Office-mallar hämtas från respektive applikation och finns i både svenska och engelska versioner.

Det är viktigt att säkerställa färger och kontraster i tabeller och diagram för ändamålen. På grund av mallarnas begränsning, kommer visst manuellt arbete alltid att krävas (se även sidan 8).



E-postsignatur

I e-postkorrespondens ska det alltid finnas en tydlig avsändare enligt nedan. Meddelanden skrivs vänsterställt i Calibri, 11 pkt och e-postsignatur vänsterställt i Calibri, 10 pkt. Vi använder inte bilder eller logotyper i e-postsignaturen.

Namn Namnsson

Titel

Avdelning

namn.namnsson@uhr.se

Telefon: 010-470 0X XX

Växel: 010-470 03 00

Universitets- och högskolerådet

Box 45093

104 30 Stockholm

www.uhr.se

Name Nameson

Title

Department

name.nameson@uhr.se

Direct: +46-10-470 0X XX

Switchboard: +46-10-470 03 00

Swedish Council for Higher Education

PO Box 45093

SE-104 30 Stockholm, Sweden

www.uhr.se

Broschyrer, foldrar, affischer och annonser

UHR har InDesign-mallar för de vanligaste formaten A4, A5 och A3.

Broschyr i A5.



Platsannonser 92x70 mm.



UHR:s rapportserie

Mallar för UHR:s rapportserie finns på de interna servrarna.

Rapport i A4.



Högskoleprovet

Högskoleprovet ställer extra höga krav på säkerhet och tillgänglighet. För att möta kraven skiljer sig vissa grafiska element från profilen.

Typsnitt

För all text används Calibri. Nedan listas de vanligaste formaten. Övriga styckeformat finns dokumenterade i tillhörande InDesign-mallar.

H1: Calibri bold, 24/24 pkt

H2: Calibri bold, 18/18 pkt

Frågor: Calibri bold, 12/13 pkt

Svarsalternativ: Calibri, 12/13 pkt

Brödtext: Cambria, 10/14 pkt

Färger

UHR:s färger uppfyller inte de tekniska krav som ställs. Vid inscanning av får nämligen inga färger innehålla svart. Nedan listas aktuella kvalitetssäkrade färger och dess toner.

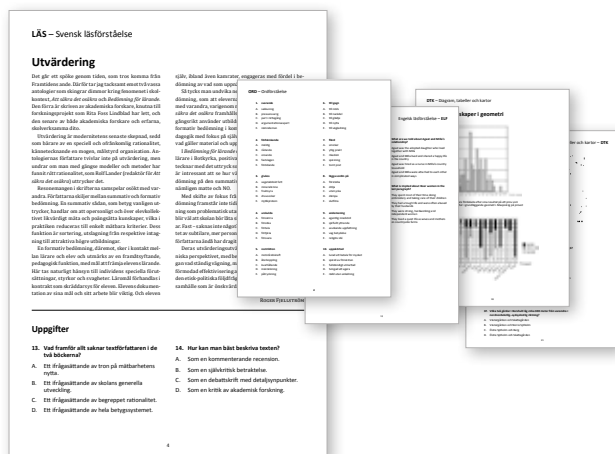
Uppgiftshäfte Svarshäfte (bakgrund) Svarshäfte (grafik)

| | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| Provpass 1 3115 U, 15 % | Provpass 1 3115 U, 15 % | 192 U |
| Provpass 2 3965 U, 35 % | Provpass 2 3965 U, 35 % | 192 U 25 % |
| Provpass 3 Violet U, 15 % | Provpass 3 Violet U, 15 % | 192 U 10 % |
| Provpass 4 381 U, 30 % | Provpass 4 381 U, 30 % | Text CMYK 0 0 0 100 |
| Provpass 5 137 U, 30 % | Provpass 5 137 U, 30 % | |

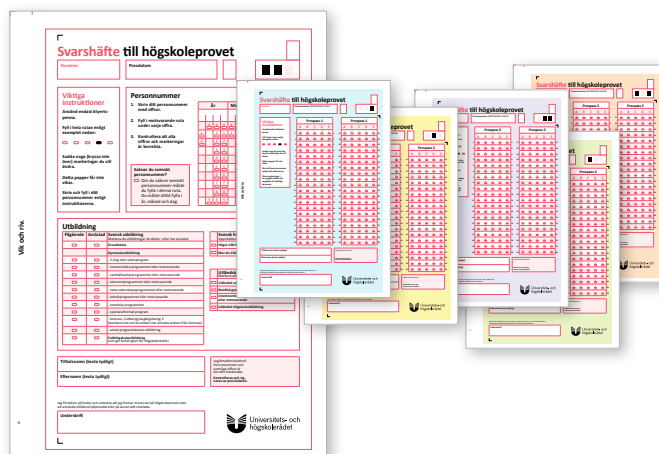
Uppgiftshäfte (omslag)



Uppgiftshäfte (fiktiva exempel på inlägg)



Svarshäfte



Film

Några minsta gemensamma nämnare som gäller alla filmer:

1. *Introduktionsvinjett.* Myndighetsgemensam. Gäller samtliga filmer.
2. *Symbol.* UHR:s symbol uppe i högra hörnet som en "kanallogotyp" som följer med under hela filmen (dock inte i vinjetterna).
3. *Grafik.* Specifikation finns angivet i mallarna.
4. *Slutvinjett.* Alla filmer avslutas med myndighetsgemensam vinjett.

Teknisk specifikation

- Kvalitet: HD (1 080 pixlar).
- Standardformat: 16:9.
- Bildspel framtagna för sociala medier har formatet 1:1.
- Filformat: MP4 (renderas i codec H264).
- Plattform: UHR:s YouTube-kanal.

Skärmdump från filmen "På utbyte i Granada"



Skärmdump från bildspelet Högscoleprovet – så funkar normeringen, 2019-05-17



Profilprodukter

Profilprodukter tas fram för att förstärka det visuella uttrycket i mer fysisk form. De tas fram utifrån behov och kan variera med tiden. En del profilprodukter kan även fungera som gåva. UHR eftersträvar kvalitet och tydlig avsändare. Nedan visar på tonalitet i utbudet. Aktuellt utbud presenteras på intranätet.



UHR som nationellt kontor

Krav från olika finansörer möjliggör att profilprodukter får skapas utifrån finansierarnas grafiska uttryck. UHR (som nationellt kontor) kvarstår dock som avsändare, varpå UHR:s logotyp ska appliceras. Avsteg ska beslutas av GD.

Gåvor

Gåvor används för att visa uppskattning efter ett lyckat samarbete eller en god insats. UHR:s grafiska element ska i möjligaste mån appliceras. Nedan visas exempel på två brickor i UHR:s illustrationsmanér. Utbudet kan ändras med tiden. Aktuellt utbud presenteras på intranätet.



Mässor, event och konferenser

Ett professionellt och tillförlitligt helhetsintryck ska även överföras utanför UHR:s lokaler. Mycket av redan framtaget material (profilprodukter, gåvor, rollups) kan med fördel användas vid UHR:s arrangemang. För att skapa tydlighet och igenkänning utgår man från *Riktlinjer för UHR:s grafiska profil*.

Framtaget material finns presenterat på intranätet. Komplettera med budskapsspecifik information, men ersätt aldrig basutbudet så att tydligheten av avsändare äventyras.





Utbildning, utbyte och utveckling – för alla som vill vidare

UHR är en statlig myndighet med ett brett uppdrag inom utbildningsområdet. Myndigheten finns i Stockholm och i Visby.

UHR:s fem huvudsakliga ansvarsområden:

- Information inför högskolestudier, ansvar för högskoleprovet, ta fram regelverk och samordna antagningen till högskolan.
- Utveckla och förvalta IT-system och e-tjänster åt utbildningssektorn.
- Förmedla internationella utbyten och kompetensutveckling för hela utbildningskedjan.
- Bedöma utländska utbildningar.
- Främjande uppgifter och analyser av frågor inom UHR:s ansvarsområde.