



Usuwanie Hejtu

Księga znaku

Zasady stosowania znaku, kolorów, typografii i materiałów

Fundacja Usuwanie Hejtu · KRS 0001263258

usuwaniehejtu.pl · biuro@usuwaniehejtu.pl · tel. 222 900 142

Wydanie pierwsze

Spis treści

ZNAK

Idea znaku
Sygnet
Lockup
Wersje kolorystyczne
Pole ochronne i wielkości minimalne
Favikona i awatary
Niedozwolone modyfikacje

KOLORY I TYPOGRAFIA

Paleta podstawowa
Kolory w druku i na ekranie
Typografia
Hierarchia tekstu

ZASTOSOWANIA

Materiały drukowane
Plakaty i plansze
Media społecznościowe
Papier firmowy i wizytówka
Prezentacje i materiały wideo

JĘZYK I TREŚĆ

Zapis nazwy
Zasady języka
Słowa, których nie używamy
Fotografia i ilustracja
Materiały o hejcie wobec dzieci

MATERIAŁY I KONTAKT

Co można pobrać
Zasady korzystania ze znaku
Kontakt

Znak, który opowiada, czym się zajmujemy

Znak Fundacji to dymek wypowiedzi, który rozsypuje się w piksele odlatujące w prawy górny róg. Dymek oznacza wypowiedź w internecie: komentarz, wpis, wiadomość. Rozsypanie oznacza to, czym zajmuje się Fundacja, czyli usuwanie treści, które krzywdzą ludzi.

Kierunek rozsypania jest celowy. Piksele odlatują w górę i w prawo, czyli tam, gdzie w większości systemów pisma znajduje się koniec zdania. Znak czyta się jako ruch do przodu, a nie jako zniszczenie.

Forma jest prosta i czytelna także w bardzo małych rozmiarach, na przykład jako ikona aplikacji albo awatar w serwisie społecznościowym. Nie zawiera cieni, gradientów ani konturu, dlatego dobrze znosi druk jednokolorowy, pieczętki i haft.



Sygnet

Sygnet zbudowany jest na siatce o boku 64 jednostek. Wszystkie elementy mają zaokrąglenia proporcjonalne do swojej wielkości, a odstępy między pikselami są równe połowie boku mniejszego z nich. Nie należy przerysowywać znaku ręcznie – zawsze korzystamy z plików źródłowych.



- **Dymek**
Prostokąt 30×27 jednostek o promieniu zaokrąglenia 8, z ogonkiem skierowanym w lewy dolny róg.
- **Pierwszy piksel**
Kwadrat 8×8 w pełnym nasyceniu koloru, odsunięty o 2 jednostki od dymka.
- **Drugi piksel**
Kwadrat 6×6 w kolorze o przezroczystości 60 procent.
- **Trzeci piksel**
Kwadrat $4,5 \times 4,5$ w kolorze o przezroczystości 40 procent.
- **Ogonek**
Trójkąt wychodzący z dolnej krawędzi dymka, zawsze po lewej stronie.

Lockup

Lockup to sygnet zestawiony z napisem „Usuwanie Hejtu”. Napis składamy krojem Newsreader w odmianie półgrubej. Słowo „Hejtu” zawsze występuje w czerwieni Fundacji. Odstęp między sygnetem a napisem jest stały i wynosi pół szerokości dymka.



Usuwanie Hejtu

Wersja podstawowa na tle grafitowym



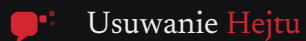
Usuwanie Hejtu

Wersja na tle jasnym – napis w kolorze grafitowym

WARIANTY

Wersje kolorystyczne

Znak występuje w czterech wersjach. Wersję pełnokolorową stosujemy wszędzie tam, gdzie pozwala na to technika druku i tło. Wersje jednokolorowe są przeznaczone do pieczętek, grawerunku, haftu, faksu oraz materiałów drukowanych jednym kolorem.

The logo consists of a red speech bubble icon with three small white dots inside, followed by the text "Usuwanie Hejtu" in a red sans-serif font.

Pełnokolorowa na ciemnym

The logo consists of a red speech bubble icon with three small white dots inside, followed by the text "Usuwanie Hejtu" in a red sans-serif font.

Pełnokolorowa na jasnym

The logo consists of a white speech bubble icon with three small white dots inside, followed by the text "Usuwanie Hejtu" in a white sans-serif font.

Jednokolorowa jasna

The logo consists of a black speech bubble icon with three small black dots inside, followed by the text "Usuwanie Hejtu" in a black sans-serif font.

Jednokolorowa ciemna

Pole ochronne i wielkości minimalne

Wokół znaku zachowujemy wolną przestrzeń równą wysokości dymka. W tym polu nie umieszczamy tekstu, zdjęć, ramek ani innych znaków. Przy zestawieniach z logotypami partnerów odstęp liczymy od krawędzi pola ochronnego, a nie od samego znaku.



Pole ochronne równe wysokości dymka

- Druk – lockup
Szerokość nie mniejsza niż 28 mm. Poniżej tej wartości napis przestaje być czytelny.
- Druk – sygnet
Szerokość nie mniejsza niż 8 mm.
- Ekran – lockup
Szerokość nie mniejsza niż 120 px.
- Ekran – sygnet
Szerokość nie mniejsza niż 24 px. Dla mniejszych użyć stosujemy favikonę.
- Powierzchnie duże
Na banerach i ścianach zachowujemy te same proporcje pola ochronnego.

Favikona i awatary

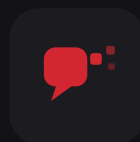
W bardzo małych rozmiarach sygnet umieszczamy na ciemnym, zaokrąglonym kwadracie. Zapewnia to widoczność na jasnych paskach przeglądarek i na ekranach telefonów. W serwisach społecznościowych stosujemy ten sam układ, bo miniatury profili są zwykle przycinane do koła.



512 px – ikona na ekranie telefonu



256 px – awatar w serwisie



96 px – lista kontaktów

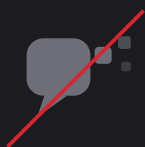


32 px – zakładka przeglądarki

CZEGO NIE ROBIMY

Niedozwolone modyfikacje

Znak jest rozpoznawalny dzięki temu, że wszędzie wygląda tak samo. Poniższe zmiany są niedopuszczalne także wtedy, gdy wydają się drobne.



Zmiana koloru znaku



Rozciąganie i ściskanie



Obracanie



Dodawanie cienia i obrysu



Zmiana kroju napisu



Zamiana kolejności elementów



Umieszczanie w ramce



Znak na niespokojnym tle

KOLORY

Paleta barw

Podstawą identyfikacji jest zestawienie czerwieni z grafitem. Kolory uzupełniające służą do budowania hierarchii w dłuższych materiałach. Wartości w przestrzeni CMYK są przeliczeniem orientacyjnym – przy druku offsetowym prosimy o próbę koloru.



Czerwień Fundacji

HEX #D22730 RGB 210, 39, 48
CMYK 0, 81, 77, 18

Kolor główny. Znak, akcenty, przyciski, wyróżnienia.



Czerwień ciemna

HEX #A81D25 RGB 168, 29, 37
CMYK 0, 83, 78, 34

Stany aktywne, cienie akcentu, druk na jasnym tle.



Czerwień jasna

HEX #E8535B RGB 232, 83, 91
CMYK 0, 64, 61, 9

Elementy drugoplanowe, wykresy, ikony pomocnicze.

Grafit

HEX #121214 RGB 18, 18, 20
CMYK 10, 10, 0, 92

Tło główne materiałów ciemnych, tekst na jasnym tle.



Grafit jasny

HEX #1C1C20 RGB 28, 28, 32
CMYK 12, 12, 0, 87

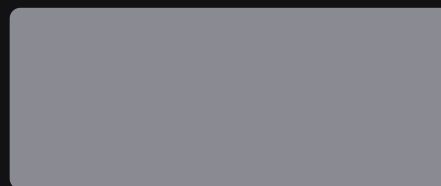
Panele, karty i pola na tle grafitowym.



Kość słoniowa

HEX #EDEDFO RGB 237, 237, 240
CMYK 1, 1, 0, 6

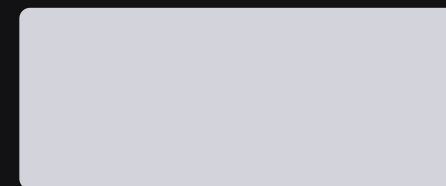
Tekst główny na ciemnym tle, tło materiałów jasnych.



Szary

HEX #8A8A93 RGB 138, 138, 147
CMYK 6, 6, 0, 42

Podpisy, metryczki, tekst pomocniczy.



Szary jasny

HEX #D3D3DB RGB 211, 211, 219
CMYK 4, 4, 0, 14

Tekst ciągły na tle grafitowym.

Kolory w druku i na ekranie

■ Czerwień tylko jako akcent

Czerwień Fundacji zajmuje na materiale nie więcej niż około jedną piątą powierzchni. Duże czerwone płaszczyzny odbiera się jako alarm, a nasze materiały mają uspokajać, a nie straszyć.

■ Tło ciemne w materiałach ekranowych

Strona, prezentacje i grafiki w mediach społecznościowych korzystają z tła grafitowego. Daje kontrast i odróżnia materiały Fundacji od typowych treści informacyjnych.

■ Tło jasne w druku

W materiałach drukowanych, zwłaszcza wielostronicowych, tło jest jasne. Oszczędza farbę, poprawia czytelność i lepiej znosi kopiowanie w szkołach i urzędach.

■ Kontrast tekstu

Tekst ciągły ma kontrast nie mniejszy niż 4,5 do 1 wobec tła. Na tle grafitowym oznacza to szarość jasną albo kość słoniową, nigdy szarość podstawową.

■ Czerwień na czerwieni

Nie zestawiamy czerwieni podstawowej z jasną w bezpośrednim sąsiedztwie – barwy drgają. Rozdzielamy je grafitem albo bielą.

■ Druk jednokolorowy

Przy druku jednym kolorem całość składamy w grafitzie, a znak w wersji jednokolorowej. Nie zastępujemy czerwieni szarością w samym znaku.

Typografia

Korzystamy z dwóch krojów o otwartej licencji, dostępnych w materiałach do pobrania. Newsreader służy do nagłówków i cytatów, Inter do tekstu ciągłego, podpisów i danych kontaktowych.

Newsreader

Regular · Medium · Semibold · Bold

Krój szeryfowy o wyraźnym rysunku, zaprojektowany do tekstów czytanych na ekranie. Stosujemy go w nagłówkach, tytułach materiałów i w cytatach. W nagłówkach używamy odmiany półgrubej.

Inter

Regular · Medium · Semibold · Bold

Krój bezszeryfowy o dużej czytelności w małych rozmiarach. Stosujemy go w tekście ciągłym, podpisach, tabelach, danych kontaktowych i w napisach na materiałach wideo.

Obie rodziny są udostępnione na licencji SIL Open Font License, co pozwala szkołom i redakcjom używać ich we własnych materiałach o Fundacji. Pliki dołączamy do zestawu materiałów.

SKŁAD

Hierarchia tekstu

NADTYTUŁ

Tytuł materiału

Inter Bold · wersaliki · światło 2,4 · czerwień

Śródtytuł

Newsreader Semibold · 18 pt

Lead

Inter Medium · 13 pt · interlinia 1,5

Tekst ciągły

Inter Regular · 10,5 pt · interlinia 1,55

Podpis

Inter Regular · 8 pt · szarość

Materiały drukowane

Materiały drukowane Fundacji trafiają najczęściej do szkół, bibliotek, przychodni i urzędów. Muszą być czytelne z odległości, znosić kopiowanie na zwykłej kopiarce i nadawać się do powieszenia w gablocie.

Plakat A3

297 × 420 mm

Gabloty szkolne, korytarze, biblioteki. Tekst główny czytelny z trzech metrów.

Plakat A2

420 × 594 mm

Hole, świetlice, duże tablice informacyjne.

Plansza B1

700 × 1000 mm

Gabloty stojące i ekspozycje w większych placówkach.

Ulotka A5

148 × 210 mm

Do wydania rodzicom na zebraniu i do wyłożenia w sekretariacie.

Zakładka

55 × 180 mm

Do książek w bibliotece szkolnej, z numerami telefonów pomocy.

Naklejka

60 × 60 mm

Na laptopy, szafki, teczki. Sam sygnet z adresem strony.

Wszystkie pliki do druku przygotowujemy w formacie PDF ze spadem trzech milimetrów. Wersje do samodzielnego wydruku w szkole mają białe tło i nie wymagają spadu.

Układ plakatu

- Jeden komunikat

Plakat mówi jedną rzecz. Wszystko, co nie służy tej jednej rzeczy, przenosimy do ulotki.

- Hasło u góry

Tekst główny zajmuje górną połowę i jest czytelny z trzech metrów.

- Konkretny w środku

Poniżej hasła umieszczamy to, co odbiorca ma zrobić: numer, adres, krok.

- Znak i kontakt na dole

Lockup w lewym dolnym rogu, adres strony i telefon po prawej.

- Margines

Marginesy nie mniejsze niż jedna dwunasta krótszego boku. Nic nie dotyka krawędzi.

- Bez ozdóbników

Nie stosujemy ramek, cieni i gradientów. Kontrast buduje tło, a nie efekty.

Hasło
plakatu

116 111



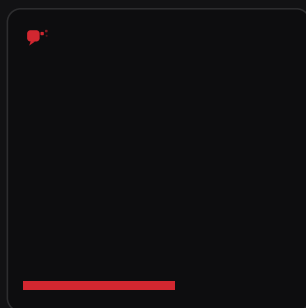
Usuwanie Hejtu

usuwaniehejtu.pl

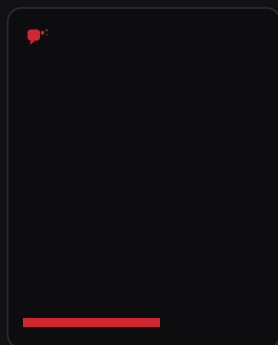
FORMATY

Media społecznościowe

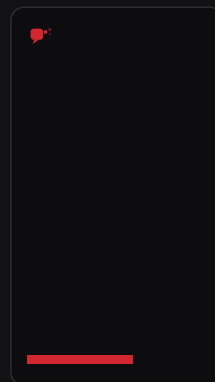
Grafiki przygotowujemy w trzech proporcjach. Tekst zawsze mieści się w bezpiecznym polu, poza obszarem, który serwisy przycinają w podglądzie.



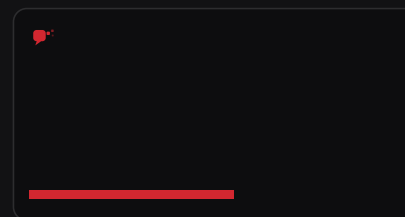
1080 × 1080
Wpis kwadratowy



1080 × 1350
Wpis pionowy



1080 × 1920
Relacja

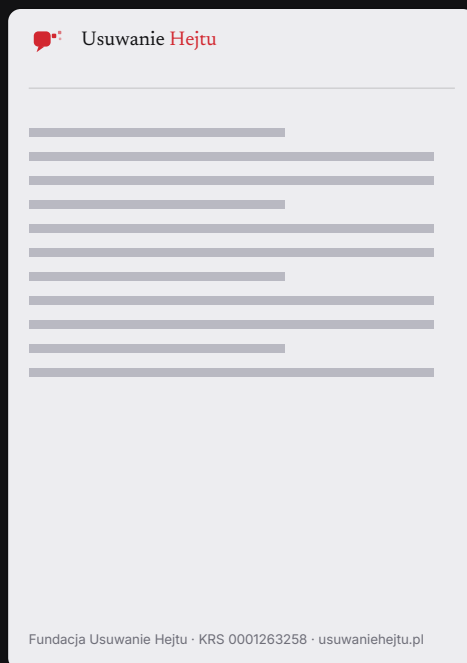


1200 × 630
Podgląd odnośnika

W relacjach zostawiamy u góry i u dołu po 250 pikseli wolnej przestrzeni, bo tam serwisy umieszczają własne elementy. Na grafikach nie umieszczamy długich tekstów – od tego są opisy pod wpisem.

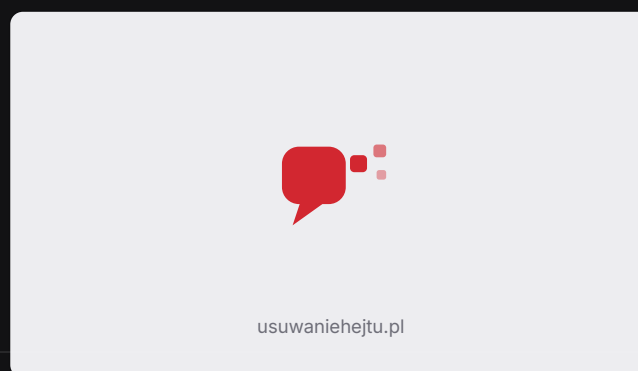
Papier firmowy i wizytówka

Papier firmowy składamy na jasnym tle. Lockup znajduje się w lewym górnym rogu, dane rejestrowe w stopce. Treść pisma zaczyna się poniżej linii oddzielającej nagłówek.



Wizytówka ma wymiar 90 × 50 mm. Strona z danymi jest ciemna, rewers jasny ze znakiem i adresem strony. Papier matowy, gramatura nie mniejsza niż 300 gramów.

Papier firmowy składamy na formacie A4, z marginesem 20 mm. Pisma wychodzące z Fundacji podpisuje osoba upoważniona do reprezentacji, z podaniem funkcji.



Prezentacje i materiały wideo

- Slajd tytułowy

Tło grafitowe, tytuł krojem Newsreader, lockup w lewym dolnym rogu. Bez zdjęć w tle.

- Slajd treściowy

Jeden nagłówek i nie więcej niż sześć wierszy tekstu. Wszystko, co dłuższe, idzie do materiału przekazywanego po spotkaniu.

- Dane i wykresy

Jedna czerwona seria danych, pozostałe w szarościach. Zawsze podajemy źródło i wielkość próby.

- Napisy w nagraniach

Krój Inter, wielkość nie mniejsza niż 4 procent wysokości kadru, z ciemną podkładką o przezroczystości 70 procent.

- Plansza końcowa

Lockup, adres strony i numer infolinii. Przy materiałach o trudnych tematach dodatkowo numery telefonów pomocy.

- Tło do rozmów wideo

Jednolite tło grafitowe ze znakiem w rogu. Bez zdjęć i bez napisów przy twarzy.

Zapis nazwy

POPRAWNIE

■ Fundacja Usuwanie Hejtu

Pełna nazwa, stosowana przy pierwszym wystąpieniu w materiale i w dokumentach.

■ Fundacja

Skrót stosowany w dalszej części tekstu, pisany wielką literą.

■ usuwaniehejtu.pl

Adres strony zapisujemy małymi literami, bez przedrostków.

NIEPOPRAWNIE

■ Fundacja „Usuwanie Hejtu”

Nazwy nie umieszczamy w cudzysłowie.

■ Fundacja Usuwania Hejtu

Nazwa nie odmienia się w drugim członie.

■ FUH, F.U.H.

Nie stosujemy skrótowców.

■ Usuwanie hejtu

Oba człony nazwy piszemy wielką literą.

W tekstach obcojęzycznych nazwę zostawiamy w brzmieniu polskim, dodając w nawiasie tłumaczenie opisowe przy pierwszym wystąpieniu.

Zasady języka

■ Prosto

Piszemy tak, jak mówimy do ludzi, którzy nie zajmują się prawem ani internetem zawodowo. Zdania krótkie, bez wtrąceń i bez słów, których trzeba sprawdzać w słowniku.

■ Z szacunkiem

Do odbiorcy zwracamy się formą „Państwo”. W materiałach dla dzieci i młodzieży piszemy wprost do czytelnika, ale nigdy protekcjonalnie.

■ Konkretnie

Zamiast „podejmujemy działania” piszemy, co dokładnie robimy. Zamiast „wielu osobom” podajemy liczbę albo mówimy, że jej nie znamy.

■ Bez straszenia

Opisujemy zjawisko i wskazujemy wyjście. Materiał, po którym zostaje tylko lęk, nie pomaga nikomu, a osobom w kryzysie może zaszkodzić.

■ Bez obwiniania

Nie piszemy, że ktoś sam sobie zasłużył, nie pytamy, po co wysłał zdjęcie. Odpowiedzialność ponosi sprawca.

■ Rzetelnie

Każdą liczbę podajemy ze źródłem. Gdy czegoś nie wiemy, piszemy o tym wprost.

Słowa, których nie używamy

Część określeń zadomowiła się w mediach, choć szkodzi osobom, o których piszemy. Poniżej zamienniki, których używamy w materiałach Fundacji i które proponujemy redakcjom.

„popętnił samobójstwo”	→	„odebrał sobie życie”, „zmarł śmiercią samobójczą”
„pornografia dziecięca”	→	„materiały przedstawiające seksualne wykorzystywanie dzieci”
„pornografia z zemsty”	→	„rozpowszechnianie intymnych zdjęć bez zgody”
„nagie zdjęcia wyciekły”	→	„ktoś rozpowszechnił jej intymne zdjęcia bez zgody”
„internauci ostro skomentowali”	→	„w komentarzach pojawiły się groźby i wyzwiska”
„drama”, „afery w sieci”	→	„fala gróźb wobec...”, „zmasowany atak na...”
„przemoc wirtualna”	→	„przemoc w sieci”
„internet nigdy nie zapomina”	→	„dostępność treści da się ograniczyć”

Fotografia i ilustracja

- Bez inscenizowanych ofiar

Nie pokazujemy dzieci skulonych w kącie z telefonem ani twarzy zakrytych dłońmi. Takie zdjęcia utrwalają obraz osoby bezradnej i nie mówią nic o tym, co można zrobić.

- Bez twarzy osób pokrzywdzonych

W materiałach nie umieszczamy wizerunków osób, które doświadczyły przemocy, nawet za ich zgodą, jeżeli publikacja mogłaby je narazić na kolejne ataki.

- Sytuacje, nie symbole

Wolimy zdjęcie rozmowy, klasy, biurka albo rąk trzymających telefon niż kłódki, kajdanki i sylwetki w kapturach.

- Prawdziwi ludzie

Jeżeli korzystamy ze zdjęć osób, mamy do nich prawo i zgodę. Nie pobieramy zdjęć z sieci.

- Ilustracja zamiast zdjęcia

Przy tematach najtrudniejszych stosujemy proste ilustracje w kolorach identyfikacji. Nie przedstawiamy na nich scen przemocy.

- Zdjęcia dzieci

Publikujemy wyłącznie za zgodą rodziców i tylko w sytuacjach neutralnych, na przykład podczas zajęć. Nigdy w kontekście konkretnej sprawy.

Materiały o hejcie wobec dzieci

Materiały trafiające do szkół czytają także dzieci, które właśnie czegoś doświadczają. Dlatego obok zasad językowych obowiązują nas dodatkowe reguły.

- **Zawsze wskazujemy wyjście**

Każdy materiał kończy się informacją, gdzie szukać pomocy, z numerami telefonów.

- **Nie opisujemy sposobów**

W materiałach o samobójstwach i samookaleczeniach nie podajemy metod, miejsc ani szczegółów zdarzeń.

- **Nie cytujemy obelg**

Przykłady hejtu podajemy opisowo. Powtórzenie wyzwiska w plakacie oznacza, że wisi ono na szkolnym korytarzu.

- **Nie wskazujemy konkretnych osób**

Nie opisujemy spraw w sposób pozwalający rozpoznać dziecko, szkołę albo klasę.

- **Mówimy o reagowaniu**

Materiał ma pokazywać, co zrobić: komu powiedzieć, jak zabezpieczyć dowód, gdzie zgłosić treść.

- **Sprawdzamy z dorosłymi**

Materiały dla szkół konsultujemy z nauczycielami i psychologami przed wydaniem.

Numery, które podajemy w materiałach

Ten zestaw numerów umieszczamy na plakatach, ulotkach i planszach dla szkół. Przed każdym wydaniem sprawdzamy godziny pracy poszczególnych linii.

116 111

Telefon zaufania dla dzieci i młodzieży

800 12 12 12

Dziecięcy Telefon Zaufania Rzecznika Praw Dziecka

116 123

Kryzysowy telefon zaufania dla dorosłych

800 70 2222

Centrum Wsparcia dla osób w kryzysie psychicznym

800 100 100

Telefon dla rodziców i nauczycieli w sprawach bezpieczeństwa dzieci

112

Numer alarmowy, gdy zagrożone jest życie lub zdrowie

Co można pobrać

- Znak

Sygnet, lockup w wersji jasnej i ciemnej oraz favikona w plikach wektorowych i rastrowych.

- Księga znaku

Ten dokument w formacie PDF, gotowy do przekazania drukarni albo grafikowi.

- Opisy Fundacji

Gotowe opisy o różnej długości, od jednego zdania po pełną notę, do wklejenia w materiał.

- Nota o prezesie

Krótką i pełną notą biograficzną wraz z informacją, jak podpisywać wypowiedzi.

- Plakaty

Zestaw plakatów dla szkół i instytucji w formatach A3 i A2, w wersji do druku i do wydruku na zwykłej drukarce.

- Ulotki i zakładki

Materiały dla rodziców i uczniów, z numerami telefonów pomocy.

- Plansze do gablot

Duże formaty do szkolnych gablot informacyjnych.

- Grafiki do mediów społecznościowych

Zestawy w formatach kwadratowym, pionowym i poziomym.

- Szablony

Papier firmowy, prezentacja i tło do rozmów wideo.

- Czcionki

Newsreader i Inter na licencji Open Font License wraz z tekstem licencji.

Zasady korzystania ze znaku

■ Redakcje

Znaku można używać w materiałach dotyczących Fundacji, jej działań, danych i wypowiedzi przedstawicieli. Nie trzeba pytać nas o zgodę, wystarczy zachować proporcje i kolory.

■ Szkoły i instytucje

Materiały Fundacji można drukować i powielać na potrzeby zajęć, gablot i spotkań z rodzicami, bez zmian w treści i bez usuwania znaku.

■ Partnerzy

Zestawienie znaku Fundacji ze znakiem innej organizacji wymaga uzgodnienia, żeby układ nie sugerował współpracy, której nie ma.

■ Czego nie wolno

Znaku nie można używać w sposób sugerujący, że Fundacja poleca produkt, usługę albo kandydata, ani umieszczać go w materiałach reklamowych innych podmiotów.

■ Zmiany w materiałach

Materiałów do pobrania nie modyfikujemy poza dopisaniem danych placówki w polu przeznaczonym na ten cel.

■ Kod QR i numer rachunku

Na materiałach promocyjnych umieszczamy kod QR prowadzący do strony wpłat oraz numer rachunku Fundacji. Przy przedruku prosimy ich nie usuwać i nie zasłaniać.

■ Wątpliwości

W razie pytań prosimy o wiadomość. Odpowiadamy tego samego dnia roboczego.

KONTAKT

Pytania o materiały i znak

Jeżeli potrzebują Państwo innego formatu pliku, wersji materiału z miejscem na dane placówki albo grafiki przygotowanej pod konkretną publikację, prosimy o wiadomość. Przygotujemy je i odeślemy.

REDAKCJE

media@usuwaniehejtu.pl
tel. 533 525 168

SZKOŁY I INSTYTUCJE

biuro@usuwaniehejtu.pl
tel. 222 900 142

FUNDACJA

Fundacja Usuwanie Hejtu
KRS 0001263258
usuwaniehejtu.pl



WESPRZYJ POMOC DLA INNYCH

Na materiałach Fundacji umieszczamy kod QR do strony wpłat oraz numer rachunku.
Fundacja Usuwanie Hejtu · 42 1600 1462 1783 5776 0000 0002
tytuł przelewu: Darowizna



Usuwanie Hejtu