

GRAFISK MANUAL

Teknisk version

SKOOPI

- Sociala arbetskooperativens
intresseorganisation

Vi har skapat en tydlig grafisk profil för SKOOPI. Tanken är att denna profil ska hålla i många år och dessutom vara lätt att använda av såväl medlemmar, styrelse och anställd personal. Vi vill även med den grafiska profilen ge SKOOPI ett ”ansikte utåt”.

Innehåll

Logotype. Variationer.	4
Logotype. Färger.	7
Dekorelement.	8
Teckensnitt.	9
Tryck. Brevpapper. Inbjudan.	10
Tryck. Broschyr.	11
Tryck. Annonser.	11
Presentationsmaterial. PowerPoint.	12
Presentationsmaterial. Roll-up.	13
Hemsidan.	14
Bilder och illustrationer.	15
Ordlista	16
Kontaktuppgifter	19

Logotype. Variationer.

En logotype är ett igenkänningstecken som fungerar som representant i olika sammanhang. Den består av ett bestämt uttryck samt en bestämd form och används för att skapa en enhetlig bild av organisationen, både en visuell och en emotionell bild. Logotypen symboliserar vad organisationen står för; identitet och kärnvärden.

För SKOOPIs logotype gäller vissa regler:

- Proportionerna, lutningen eller färgerna i logotypen får aldrig ändras.
- Logotypen i färg får aldrig ligga på mörka bakgrunder eller bilder.
- Logotypen placeras i övre vänstra hörnet på framsidor och i nedre högra hörnet på övriga sidor, utom baksidan.
- En frizon ska finnas runt logotypen som bygger på höjden av bokstaven S i ordbilden.
- Logotypen får inte återges i mindre storlek än 20 mm bred.
- Logotypen används aldrig i fotografier.

Inga andra varianter får förekomma, utan medgivande av SKOOPIs styrelse.

Logotyp i färg. Används alltid mot vit botten.



Logotyp svart. Används alltid mot ljus botten.

Logotyp vit. Används alltid mot mörk botten.



Logotyp gråskala. Används alltid mot ljus botten.



Logotype.

SKOOPI:s logotyp består av texten ”SKOOPI” tillsammans med de sju punkterna som symboliserar de sju kooperativa grundprinciperna. Texten ”SOCIALA ARBETSKOOPERATIVENS INTRESSEORGANISATION” samt ”TM” ingår också i logotypen.

Blått – lugnar och avslappnar, står för fred, lugn och ro. Det är himlens, vattnets och det oändligas färg och sätts därför i samband med frihet och hängivenhet.

Grönt – är naturens och hoppets färg som får oss att se den positiva sidan av tillvaron. Grönt verkar lugnande och balanserar kropp och själ.

De sju prickarna i logotypen representerar de sju kooperativa principerna.



1. Frivilligt och öppet medlemskap. Kooperativa föreningar är frivilliga organisationer, öppna för alla som kan använda deras tjänster och ta på sig medlemskapets ansvar - utan diskriminering avseende kön, social ställning, ras, eller religiös övertygelse.

2. Demokratisk medlemskontroll. Kooperativa föreningar är demokratiska organisationer som styrs av medlemmarna, vilka aktivt deltar i fastställande av mål och riktlinjer och i beslutsfattande. Förtroendevalda män och kvinnor är ansvariga inför medlemmarna. Medlemmar i primärkooperativ har lika rösträtt (en medlem, en röst). Kooperativa föreningar på andra nivåer organiseras också på ett demokratiskt sätt.

3. Medlemmarnas ekonomiska deltagande. Medlemmarna bidrar på ett rättvist sätt till den kooperativa föreningens kapital och utövar det i demokratisk ordning. Åtminstone en del av detta kapital är vanligtvis den kooperativa föreningens egendom. Räntan på det insatskapital som utgör villkor för medlemskapet är begränsad, om ränta överhuvudtaget utgår. Medlemmarna kan avsätta överskottet till följande ändamål: · Utveckla den kooperativa föreningen - om möjligt genom att reservera medel, vilka åtminstone till en del skall vara bundna:ge medlemmarna förmåner i förhållande till deras nyttjande av den kooperativa föreningen, stödja andra aktiviteter som godkänts av medlemmarna.

4. Självständighet och oberoende. Kooperativa föreningar är fristående organisationer för självhjälp som styrs av medlemmarna. Om de ingår avtal med andra organisationer, inklusive regeringar, eller skaffar externt kapital sker detta på villkor som säkerställer demokratisk medlemskontroll och som vidmakthåller den kooperativa självständigheten.

5. Utbildning, praktik och information. Kooperativa föreningar erbjuder utbildning och praktik till sina medlemmar, förtroendevalda, chefer och anställda så att de effektivt kan bidra till utvecklingen av sina kooperativa föreningar. De informerar allmänheten – särskilt unga och opinionsbildare om den kooperativa föreningens särart och fördelar.

6. Samarbete mellan kooperativa föreningar. Kooperativa föreningar tjänar sina medlemmar mest effektivt och stärker den kooperativa rörelsen genom att samarbeta på lokal, nationell samt regional och internationell nivå.

7. Samhällshänsyn. Kooperativa föreningar arbetar för en hållbar utveckling av sina lokalsamhällen enligt riktlinjer som godtagits av medlemmarna.

Logotype. Variationer.

Logotyp. Minsta storlek.

Den minsta storlek som logotypen får återges i är 20 mm bred.



Logotyp. Frison



En frizon i form av en rektangel runt logotypen som bygger på höjden av bokstaven S i ordbilden, den får inte understigas. Inget får placeras närmare logotypen. Denna gräns tydliggör logotypen.

Logotype. Färger.

En logotype känns igen inte bara för sin form, utan även sina färger. Därför är det viktigt att färgkoder följs. Dessa färger går igen i allt SKOOPIs material. Se ordlistan för förklaringar.

Logotypens färger. Kan användas i dekorelement med olika opacitet (genomskinlighet).



PMS 362 U

Euroscale (CMYK):

Cyan 67 %

Magenta 25 %

Gul 99 %

Svart 10 %

(RGB)

Röd 115

Gul 136

Blå 48



PMS 2736 U

Euroscale (CMYK):

Cyan 95 %

Magenta 70 %

Gul 5 %

Svart 1 %

(RGB)

Röd 53

Gul 79

Blå 150

Logotypens färger gråskala. Kan användas i dekorelement med olika opacitet (genomskinlighet).



PMS 424 U

Euroscale (CMYK):

Cyan 0 %

Magenta 0 %

Gul 0 %

Svart 50 %

(RGB)

Röd 128

Gul 128

Blå 128



PMS 426U

Euroscale (CMYK):

Cyan 0 %

Magenta 0 %

Gul 0 %

Svart 80 %

(RGB)

Röd 88

Gul 88

Blå 90

Dekorelement.

Dekorelement ska förstärka layouten och används för att uppnå olika grafiska effekter.
Dekorelement används sparsamt.

Kan användas i dekorelement med olika opacitet (genomskinlighet) och som bakgrundsfärger.



PMS 100 U

Euroscale (CMYK):

Cyan 0 %

Magenta 0 %

Gul 60 %

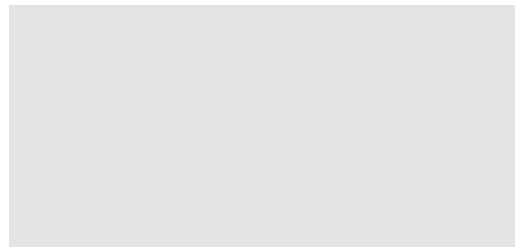
Svart 0 %

(RGB)

Röd 255

Gul 245

Blå 129



PMS 7541U

Euroscale (CMYK):

Cyan 0 %

Magenta 0 %

Gul 0 %

Svart 15 %

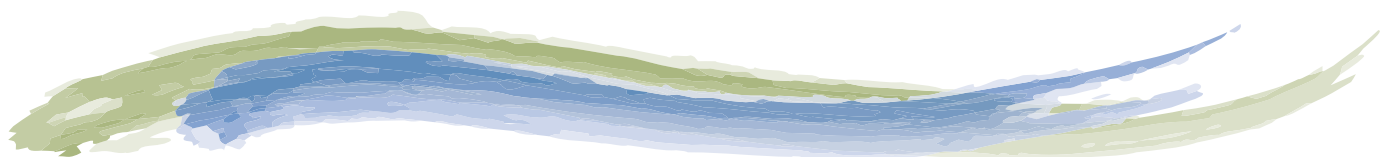
(RGB)

Röd 53

Gul 79

Blå 150

Dekorelement. Används endast på SKOOPIs inbjudningar, tillhörande handlingar och namnbrickor.



Dekorelement. Används på brevpapper, visitkort, korrespondanskort o.dyl. samt på framsidor.

Grön PMS 362 U



Teckensnitt.

Organisationens logotype är inte det enda som identifierar SKOOPI. Även utseendet på texter som organisationen producerar har en viss stil. Teckensnitt är en gemensam stil som bokstäver, siffror och tecken har och utgör en del av typografin. Teckengraden (pkt) varierar beroende på ändamål. SKOOPI använder teckensnitten Arial, Times New Roman, Gill Sans och Century Gothic.

Typografi är teckens utformning på sidan. Typografi är en mängd olika små detaljer som samverkar och skapar lugn, harmoni och enhetlighet på en sida. Dessa detaljer är till för att läsaren lätt ska uppfatta texten och kunna koncentrera sig på innehållet. Se ordlistan för förklaringar.

Teckensnitt Arial.

Arial Regular	Huvudrubrik	16 pkt	Dokument
	Mellanrubrik	14 pkt	Dokument
	Huvudrubrik	12 pkt	Hemsidan
	Löpande text	10 pkt	Hemsidan
<i>Arial Italic</i>	<i>Ingress</i>	<i>10 pkt</i>	<i>Hemsidan</i>
Arial Bold			
Arial Bold Italic			
Arial black			

Teckensnitt Times New Roman.

Times New Roman Regular	Löpande text	12 pkt	Dokument
	Fotnot	10 pkt	Dokument
<i>Times New Roman Italic</i>	<i>Bildtext</i>	<i>10 pkt</i>	<i>Dokument</i>
Times New Roman Bold	Underrubrik	12 pkt	Dokument
	Igress	12 pkt	Dokument
<i>Times New Roman Bold Italic</i>			

Teckensnitt Gill Sans.

Gill Sans MT Regular	Används för kontaktuppgifter på brevpapper, korrespondenskort. o. dyl. Teckenstorlek anpassad till format.		
<i>Gill Sans MT Italic</i>			
Gill Sans MT Bold			
Gill Sans MT Bold Italic			

Century Gothic.

Century Gothic Regular			
<i>Century Gothic Italic</i>			
Century Gothic Bold	Huvudrubrik	48 pkt	Rubriker i inbjudningar.
Century Gothic Bold Italic			

Ruta med bakgrundsfärg

Om det finns faktauppgifter i din text som du vill framhålla lite mer. Kan du lägga den informationen i en faktaruta. Du markerar du den texten lite extra och ger den texten extra uppmärksamhet.

Var försiktig med hur du använder färgade ytor bakom text. Det blir aningen svårare att läsa, så använd en större storlek på bokstäverna, teckenstorlek. För att den svarta färgen ska bli tydlig så blandas **40 % Magenta, 40 % Cyan och 100 % Svart.**

Använd bakgrundsfärger sparsamt.

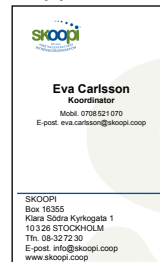
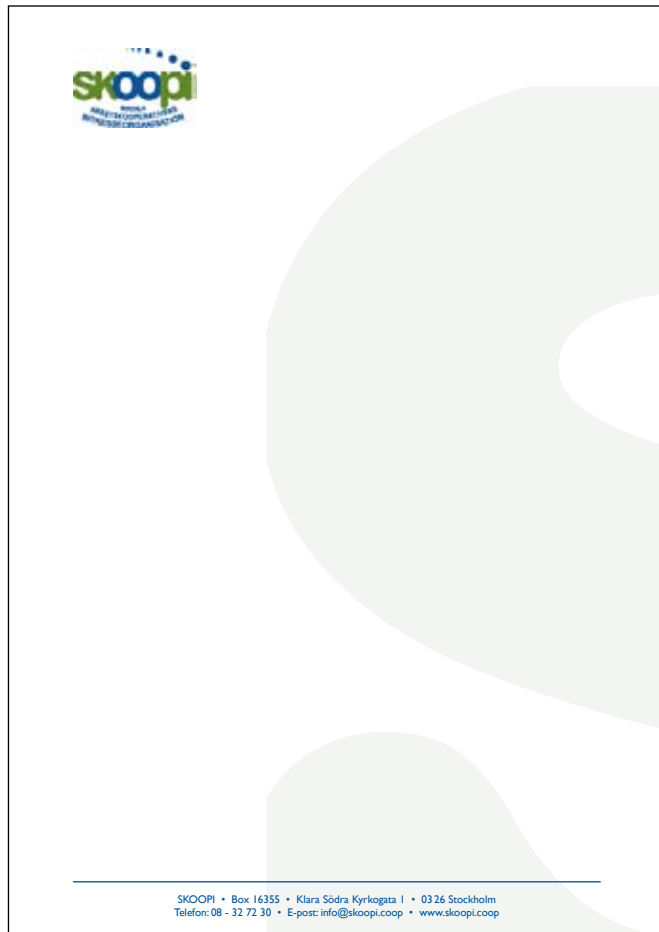
Tryck. Brevpapper. Inbjudan.

SKOOPI har färdiga brevpaper och korrespondenskort som finns att tillgå på SKOOPIs kontor. För digitala dokument, till exempel till SKOOPIs hemsida, används en speciell mall. Det finns några olika varianter på inbjudningars utseende. Kontakta kontoret för mer information. Visitkort trycks upp vid behov efter anmälan till SKOOPIs kontor. SKOOPIs styrelser beslutar vilka som ska ha visitkort.

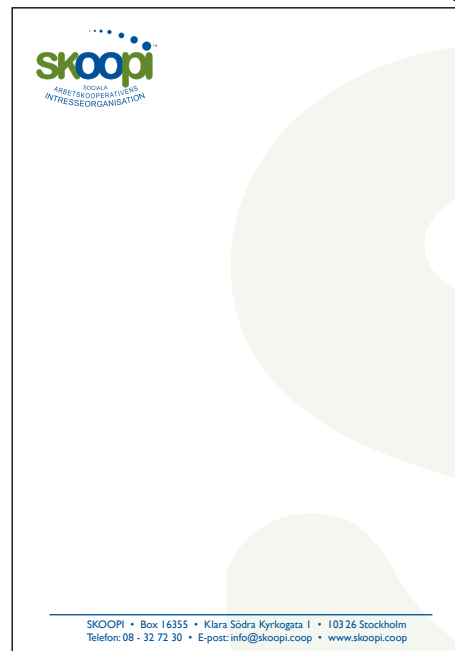
Samtliga trycksaker använder PMS- eller CMYK-färgkoder och högupplösta (300 dpi) bilder, se ordlistan. Använd rätt ICC-profil, se ordlistan. Här redogörs för pappersformat, antal färger och typ av färg som används vid tryckning samt vilket papper som används. Anges vid beställning.

Brevpapper A4 (210 mm x 297 mm). 2+0 färger, Pms. Scandiapost Linnepräglat 85 g.

Visitkort 90x54. 3+0 färger, Eur. Papper Galerie art silk 250 g.



Korrespondenskort A5 (148 mm x 210). 2+0 färger, Pms, Colorit linne 225 g.



Exempel på material till kongress.

INBJUDAN TILL KONFERENS & KONGRESS
Självständighet för sociala arbetskooperativ

"Det är inget fel på förändring – bara den går i rätt riktning."
Wilson Churchill

Den 21/4 – 23/4, 2009
Läftadens folkhögskola, Halland

ARBETSTRÄNING, REHABILITERING, SÄLJA TJÄNSTER
GEMENSKAP OCH FRISKVÅRD
SJÄLVSTÄNDIGA SOCIALA ARBETSKOOPERATIV I SAMVERKAN MED MYNDIGHETER

VERKSAMHETSBERÄTTELSE 2008

ORGANISATION

Föreningen
Sociala kooperativens intresseorganisation är en ideell förening. SKOOPIs medlemmar är ett 50-tal sociala arbetskooperativ som är stydda av sina medlemmar. Organisationen har också ett stort stödmedlemmar. Medlemmarna tillhör grupper som står långt ifrån arbetsmarknaden, vanligtvis med funktionshinder eller andra svårigheter.

Organisationen bildades år 2000 och dess viktigaste syfte är att driva intressepolitiska frågor, vara en intresseorganisation för kooperativen och stötta medlemmarna genom utbildning, information med mera.

Styrelsen
Till styrelsen för 2008 valdes ordförande samt åtta ordinarie ledamöter och 6 suppleanter. Styrelsen valdes inom sig en kassör och en sekreterare samt vice på de tre olika posterna.

Under 2008 har styrelsen bestått av följande personer:

Ordförande: Klas Sundström

Ordinarie ledamöter:	Suppleanter:
Curt Lind E	Emma Berglund
Ewa Harringer	Gordana Tasic
Olle Pettersson V	Emma Höjger
Christina Niskanen	Carin Treutiger
Mikko Saarela	Johnny Eriksson
County Lantén	Susanne Ahlén
Eva Lauréli	
Eva Ekman	

Ex Vice ordförande: Eva Ekman.
Ex Vice ordförande: Curt Lind
Kassör: Johnny Eriksson
Vice Kassör: Gordana Tasic
Sekreterare: Ewa Harringer
Vice sekreterare: Mikko Saarela

VERKSAMHETSBERÄTTELSE 2008

Styrelsen beslutade vid det konstituerande mötet i april att tillika som ledare av Klas Sundström, Ewa Ekman, Ewa Ekman och varit suppleant i AL. Under våren 2008 tillfördes Curt Lind som en personlig mål behövde lägga mindre tid på SKOOPI.

Styrelsen har bildat arbetsgrupper för sitt arbete. En nationell grupp bildades med ansvar för intressepolitiska frågor, utbildning, nätverk med mera. Gruppen gör en handlingsplan för sitt arbete. Vi med arbetsplanens hjälp till SKOOPIs kontor med koordinatörskamrater Pernilla Uvholm och kassör Johnny Eriksson om den.

Styrelsen har enligt kongressens beslut haft tre regionala arbetsgrupper utveckla samarbetet mellan de sociala arbetskooperativen i regioner Norra, Svea samt Götta och representanter norra, mellan och södra Sverige. Dessa tre grupper har vidtagit beslut om tre styrelsemedlemmar.

Styrelsen har haft 4 ordinarie personalförändringar.

Arbetsplaner har haft möten varannan vecka varav de alla tre varit telefonmöten. Varannan vecka har kommit till arbetsplanmöten. Därutöver har kommuniken inom styrelsen skötts per e-mail, telefon samt på arbetsplanen Larkia.

En utbildning anordnades för styrelsens medlemmar för att stötta ledarnas informationsarbete i regioner och nationellt när det gäller SKOOPIs målstrategier och verksamhet.

En Överflytt-material om skoopi i form av PowerPoint tagis fram.

Årsmöte
SKOOPIs kongress hölls den 22-24 april 2008 på Marieberg folkhögskola med 28 anbud från olika många medlemskooperativ. Styrelsen och ett 50-tal övriga deltagare från medlemskooperativ som några inbjudna gäster var där.

I samband med kongressen genomfördes utbildningar och andra förberedelser för förestående november 2008. En kväll var det middag med efterföljande underhållning och dans.

Medlemmar
Vid årets slut hade SKOOPI 50 medlemskooperativ och elva stödmedlemmar. Regubundna utskick har gjorts till medlemmarna från SKOOPI med information och redogörelse över vad styrelsen arbetar med.

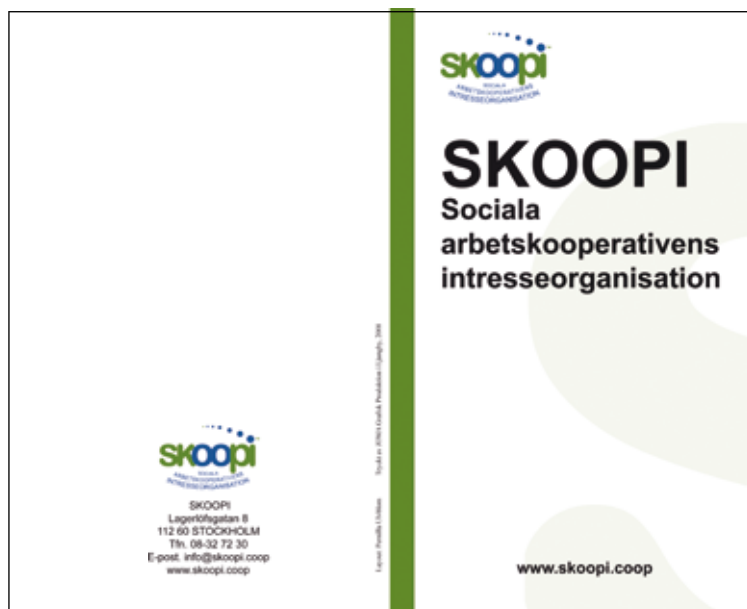
KONFERENS & UTBILDNING
Den 21-23 april 2009
Läftadens folkhögskola

Eva Carlsson
Koordinator SKOOPI
Stockholm

Tryck. Broschyr.

Grafisk konsekvens gör att material från SKOOPI är lätta att känna igen. Det gör att kommunikationen både internt och externt blir lättare att ta till sig. Använd nedan information då du har kontakt med tryckeriet eller då du ska göra ett original.

Broschyr med förskjuten falsning (8 sidor). 4+4 färger, EUR. Färdigformat: 136 x 164 mm. Planoformat: 300 x 242 mm. Papper: Galerie art silk 200 g. Typsnitt: Framsida Arial 72 pkt samt 32 pkt. Inlaga (se ordlistan) huvudrubrik Arial 14 pkt, brödtext Times New Roman 12 pkt.



SKOOPI arbetar med, för och åt sociala arbetskooperativ

SKOOPI är en intresseorganisation som bildades år 2000 av de sociala arbetskooperativen i Sverige – för de sociala arbetskooperativen i Sverige. I SKOOPI arbetar kooperativen tillsammans för att förbättra villkoren för att driva den typen av företag. SKOOPIs roll är att skapa mötesplatser för medlemskooperativen där de kan träffas och utbyta erfarenheter, göra utbildningar tillsammans och känna att de tillhör en kraft i samhället.

SKOOPI påverkar och driver olika frågor för att det ska bli enklare att starta och driva sociala arbetskooperativ och andra sociala företag. Genom kontakten med kooperativen över landet samlas problem och lösningar ihop. Tillsammans kan vi driva olika frågor politiskt och påverka utvecklingen. SKOOPI deltar i olika nätverk, lämnar remissvar på regeringens utredningar och för sociala arbetskooperativens talan i skilda sammanhang.

SKOOPI är organiserad som andra ideella föreningar. SKOOPI har en styrelse som består av representanter från medlemskooperativen och andra personer som är intresserade av att stödja sociala arbetskooperativ.

Medlemskooperativen delas in i tre regioner, Nora, Svea och Götaland där det ordnas regelbundna regionmöten. En gång om året är det kongress där de viktigaste besluten för organisationen fattas.

SKOOPI'S ORGANISATION OCH ROLL

Tryck. Annonser.

Det ska tydligt synas att annonsens avsändare är SKOOPI. Använd en ren och enkel layout och anpassa den väl efter annonsens storlek. Eftersom storleken varierar utifrån vilken tidning som den ska införas i, så utformas annonsen vid det specifika tillfället. SKOOPIs hemsidesadress bör alltid finnas med. Kontakta kontoret om du vill ha hjälp med utformning utifrån den grafiska profilen eller andra frågor.

Presentationsmaterial. PowerPoint.

PowerPoint-presentationer används som stöd vid föredrag och utbildningar. Dessa ska följa de riktlinjer som SKOOPIs styrelse har satt upp.

Det finns **tre färdiga versioner** – manuell, automatisk samt med repetition för mässor et cetera – som kan modifieras utifrån ändamål. Försök att hålla en så ren och enkel layout som möjligt. Använd stödord, inte långa texter. Om du vill använda fotografier eller andra bilder, blanda dem då inte med text. Lägg bilderna separat, och låt dem tala för sig själva. På så vis kan du använda bilderna mellan textsidorna, som illustration eller förstärkning. Viktigt är att presentationen följer den bestämda profilen. Kontakta SKOOPIs kontor om du behöver hjälp med att lägga in bild eller text i din PowerPoint-presentation. Teckensnitt; Ariel.

Första sidan.



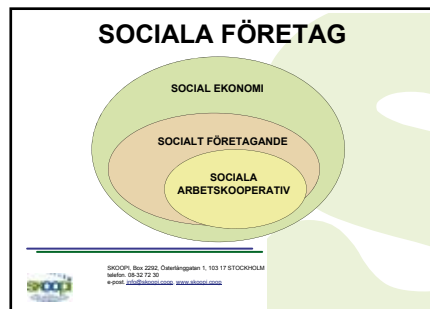
Textsida.

SKOOPi – ORGANISATIONEN

- SKOOPi är sociala arbetskooperativs intresseorganisation.
- Styrelsen består av 15 ledamöter.
- Cirka 70 medlemmar.
- Grundades år 2000.

SKOOPi, Box 2202, Överlånggatan 1, 103 17 STOCKHOLM
telefon: 08-32 72 30
e-post: info@skoopicoop.com www.skoopicoop.com

Tre olika exempel på grafiska figurer.



Presentationmaterial. Roll-up.

SKOOPIs roll-ups visar tydliga, korta budskap och används vid kongresser, seminarer, mässor m.m. Teckensnittet är Arial. SKOOPIs logotype placeras alltid i övre vänsterkant med hemsidesadressen under. Teckenstorlek variera beroende på roll-upens bredd och höjd. Kontakta kontoret för ytterligare information.



Bilder och illustrationer.

Vad det gäller bilder och illustrationer så har SKOOPI en bestämd hållning. Bilder och illustrationer måste kontrolleras ur många olika synvinkla; symboliska, religiösa, kulturella m.m. för att undvika missförstånd eller verka kränkande eller stötande.

Att *titta* på en bild och att *läsa* en bild är inte riktigt samma sak. Det finns symboler och budskap som kan tolkas olika av olika betraktare. Var noga med att bildens budskap är tydliga och väl genomtänkta. Läs bilden som du läser en text! Vad säger den?

Samtliga bilder och illustrationer ska godkännas av SKOOPIs styrelse innan offentliggörande. Ett bildarkiv är under uppbyggnad.

Personuppgiftslagen (PUL). All slags information som direkt eller indirekt kan bindas till en fysisk person omfattas av lagen. I praktiken betyder det att bilder där man kan identifiera en person omfattas av lagen. Du måste ha ett skriftligt eller muntligt medgivande från de personer som du tänker fotografera eller som finns med på befintliga bilder som du tänker använda i olika sammanhang. Information om lagen finns på Notisums hemsida: <http://www.notisum.se/rnp/SLS/lag/19980204.HTM> .

Ordlista

A-SERIEN Standardformat för papper, anges i bredd x höjd.

ACROBAT READER Program som behövs för att kunna läsa PDF-filer (se vidare PDF) Kan hämtas hem kostnadsfritt från Adobe Acrobats hemsida. www.adobe.com

ALG-02 Ett standardavtal som man använder sig av i den grafiska branschen. Gäller mellan beställare och leverantör.

ANFANG Extra stor bokstav i början av stycke eller text.

ANTIKA Teckensnittsfamilj med klackar (seriffer).

BESTRUKET PAPPER Papper med ytskikt för att förbättra slitstarkheten och tryckbarhet.

BIGNING Förberedelse eller anvisning för vikning eller falsning.

BILDUPPLÖSNING Informationstätheten i en digital bild, mäts i dpi (dots per inch), punkter per tum.

BINDNING När flera ark ska sättas ihop till en trycksak.

BROSCHYR Ett antal vikta blad lagda tillsammans och sammanhäftade.

BILDORIGINAL Olika typer av bildoriginal som används vid grafisk produktion: Påsiktoriginal (papperskopior), Illustrationer (ex streckbilder), Dia och neg (genomsiktoriginal) och digitala bilder.

BUNT Ryggen eller mittvecket på en trycksak.

C-SERIEN Standardformat för kuvert.

CMYK Tryckfärgerna Cyan (C), Magenta (M), Gul (Y) och Svart (K). Används vid fyrfärgstryck. Kallas även för processfärger.

DEKORFÄRG Färdigblandad tryckfärg i speciella kulörer. Ofta komplement till svart.

DENSITE Man mäter vilken täthet en färg har. Beroende på färgmängden på pappret kan densiteten vara hög eller låg. Ett materials förmåga att absorbera ljus, tex tonomfånget.

DIDOTSYSTEMET Europeiskt typografiskt måttssystem. Minsta enhet är en typografisk punkt (0,376 mm)

DPI *Dots per inch*, anger utskriftsupplösningen på bland annat skrivare. Ju högre Dpi, ju klarare bild och fler färger.

DTP *Desktop Publishing*, trycksaksproduktion som med hjälp av datorer framställer digitala original.

DUPLEXBILD Bild i tvåfärgstryck, ofta svart och en dekorfärg. Finns även Triplex (svart och två dekorfärger) samt Quadroplex (svart och tre dekorfärger)

DIGITALTRYCK En tryckmetod där man trycker information direkt från datorn. Kan liknas vid en skrivare.

DUMMY Ett prov som simulerar den riktiga trycksaken för att få en känsla av omfång, format och papper.

EFTERBEHANDLING Arbetet med trycksaken tills den är helt färdig. Exempel är arkning, inplastning, falsning och bindning. Kan även vara den behandling av pappret som bestämmer dess egenskaper.

EPS *Encapsulated Postscript* Ett slutet filformat för digitala bilder (pixelgrafik) och illustrationer (objektgrafik). Ett säkert format eftersom den innehåller kapslad postscriptinformation. Lämpligt för tryck.

EUROPASKALAN Normer för hur CMYK-färgerna ska användas vid fyrfärgstryck.

FALSNING Pappersarken viks ner till det färdiga formatet.

FIBERRIKTNING I den riktning som papprets fibrer ligger. Riktningen skapas vid själva papperstillverkningen.

FLYER Liten broschyr eller tilläggsinformation, se även fripassagerare.

FOLDER En typ av trycksak som består av ett ark som har vikts ett antal gånger.

FONT Teckensnittsuppsättning av en viss typ.

FORMAT Anger storleken av en yta, till exempel en trycksak. De vanliga formaten i tidningspressen är bredd och tabloid, med möjlighet att skära ned till mindre format.

FTP *File Transfer Protocol*, filöverföring på Internet.

FRIPASSAGERARE Trycksak eller övrig bilaga som följer med i ett utskick eller förpackning.

FYRFÄRGSSEPARATION Färger måste delas/anpassas innan de trycks, därför delas de in i de fyra olika färgerna CMYK.

FÖRLAGA Original

G-SERIEN Standardformat för papper som bygger på samma principer som A4-serien.

GEMENER Små bokstäver. Motsatsen till versaler.

GIF *Graphic Interchange Format* Ett filformat för digitala bilder. Används i huvudsak på Internet. Ej lämpligt för tryck.

GLÄTTNING Behandling av papper som ger en glansig yta. Ger högre bildkvalitet.

GROTESK Jämntjock teckenstil, utan klackar.

HORUNGE Skönhetsfel, när tex. en ensam rad hamnat överst på en sida.

HÖGDAGER De allra ljusaste partierna i en bild.

HÖGUPPLÖST BILD Bild med tillräckligt hög upplösning för det valda trycket. Tex. 300 dpi för färgbilder, 600 dpi för streckbilder.

ICC-PROFIL En standard för att beskriva kulöregenskaper på exempelvis skrivare, scanner, skärmar. Skapad av ICC, International Color Consortium

INDRAG Avstånd från vänstermarginal och första bokstaven på ett stycke.

INGRESS Inledning till artikel

INLAGA Innehållet innanför pärmarna i exempelvis broschyr eller tidning.

INTAG När man påbörjar själva tryckarbetet i pressen. Olika inställningar görs inför trycket.

JPEG *Joint Photographers Expert Group* Är en komprimeringsmetod för bilder. Tar dock bort information från bilden vid komprimering. **Ej lämpligt för tryck.**

KALIBRERING Man justerar och ställer in sin utrustning mot givna riktmärken.

KAPITÄLER Versaler som höjdmässigt är lika stora som gemener.

KORREKTUR Text som ska granskas med avsikt att upptäcka fel eller misstag.

KURSIV Text som lutar, oftast åt höger

KÄGEL Radavstånd

LACKERING Ytbehandling av papper efter tryck.

LAMINERING Beläggning av ett plastbaserat ytskikt, finns i både blankt och matt utförande.

LAYOUT Placeringen av text och bilder i alla former av publikation.

LED Fiberriktningen i papper

LIMBINDNING Teknik för att binda in tjockare trycksaker som tex. böcker. Arken ruggas och limmas i ryggen.

LOGOTYP Företagsnamn skrivet med valt teckensnitt, färg eller symbol.

LÅGUPPLÖST BILD Exempel på låg upplösning är 72 ppi. En lågupplöst bild kräver mindre lagringsutrymme än en med högre upplösning. Används på Internet bl.a.

OBESTRUKET PAPPER Papperets yta är ej bestruket. Ofta ytlimmas ett obestruket papper för att få en starkare yta.

OBJEKTGRAFIK Består av matematiskt beräknade kurvor (sk Beizer-kurvor) och linjer som bildar ytor som förblir skarpa även i extrem förstoring. Exempel på program som hanterar objektgrafik: Illustrator och Freehand. Objektgrafik sparas vanligast i eps-format.

OFFSETTRYCK Offset är den vanligaste tryckmetoden och används till i stort sett alla typer av trycksaker.

Tryckande och icketryckande ytor ligger på samma nivå och skiljs åt med hjälp av kemisk process.

Offset är en indirekt tryckmetod, vilket innebär att tryckplåtens färg överförs till pappret via en mjuk gummiduk. Två varianter av offsettryck finns; arkoffset och rulloffset.

OMFÅNG Antalet sidor i en trycksak.

PDF *Portable Document File* Ett filformat som skapas med programmet Acrobat Distiller.

PIXEL En digital bild eller bildskärms minsta beståndsdel som man kan se med blotta ögat.

PIXELGRAFIK Bilder som är uppbyggda av pixlar. Detta resultat når man med scanning eller digital fotografiering. Exempel på program som hanterar pixelgrafik: Photoshop. Om man utgår från att bilden ska tryckas i en viss storlek kommer bilden att bestå av ett antal pixlar per längdenhet, tum eller cm. Antal pixlar per längdenhet mäts i ppi (pixlar/pixels per inch). Olika filformat för pixelgrafik är: Psd, Eps, Tiff, Gif, Jpeg, Pict.

PMS *Pantone Matching System*. Färgblandningssystem för att ange dekorfärger, som består av nio olika färger.

PPI Används då man talar om skärmupplösning och anger hur många pixlar en bild är uppbyggd av.

PREPRESS Ett samlingsbegrepp som omfattar olika reprotjänster, som t ex scanning av bilder och digital utskjutning av dokument.

PROCESSFÄRGER Består av de fyra tryckfärgerna Cyan, Magenta, Gult och Svart (CMYK). Används när du vill trycka färgbilder och vill använda mer än två färger.

PSD *Photoshop Document* Photoshops eget filformat. Används oftast vid själva behandlingen av bilderna.

RETUSCHERING Redigering av bild.

RGB Rött, Grönt, Blått. Ett kulörsystem som används bland annat i bildskärmar.

SCANNER Trumscanner: En typ av scanner som endast kan läsa in böjbara bildoriginal. Originalen fästes på en roterande glastrumma och ett läshuvud rör sig sakta längs med och läses av på en platt glasskiva. En rad s.k. CCD celler stegar sig fram längst bildoriginalen och en hel linje i bildoriginalen läses av samtidigt.

SCANNING Digital inläsning av bildoriginal i trumscanner eller flatbäddsscanner.

SKÄRNING Man skär den färdiga trycksaken till korrekt format och ger den samtidigt fina, jämna kanter.

TECKENSNIITT/TYPSNIITT/STIL Typ eller variant av tecken/bokstavsformat.

TIFF *Tagged Image File Format* Ett öppet filformat för digitala bilder (pixelgrafik). Lämpligt för tryck.

™, ett upphöjt TM, som är en förkortning för engelska Trade Mark, 'varumärke'. Beteckningen ™ används till exempel om registrering har sökts men ännu inte erhållits för ett varumärke, för att markera att något används som ett varumärke och att rättsliga åtgärder kan vidtas om någon anses använda märket på ett otillbörligt sätt.

TRÄFRITT PAPPER Består av mindre än 10% mekanisk massa och mer än 90% kemisk massa. Har en hög vithet och används till de flesta trycksaker.

TRÄHALTIGT PAPPER Består av mer än 10% mekanisk massa och mindre än 90% kemisk massa. Har en mer gulgrå ton och används främst bl a till dagstidningar.

TYPOGRAFI Utformning av trycksak eller text, även läran om bokstavskonsten.

UPPLÖSNING Antal pixlar i en bild, informationstäthet, kvalitet på bild etc. Mäts i ppi eller dpi.

UTSKJUTNING Placering av trycksakens sidor efter ett speciellt schema. Efterbearbetningen bestäms mer hur sidorna ska placeras.

VARUMÄRKE Symbol eller tecken för ett företag, dock oftast ej själva företagsnamnet som är logotype.

YTVIKT Ett pappers vikt i gram per kvadratmeter (A0 enligt A-formaten).

Källa: http://www.v-tab.se/websites/vtab/sd_page/10/1/index.php?, <http://www.parajett.se/?id=321> Brödtext, <http://sv.wikipedia.org/wiki/Trademark>

Kontaktuppgifter

SKOOPI
Box 16355
Klara södra kyrkogata 1
103 26 STOCKHOLM
Telefon: 08 -32 72 30
E-post: info@skoopi.coop
www.skoopi.coop

SKOOPI, Box 16355
Klara Södra Kyrkogata 1, 103 26 STOCKHOLM
Tfn. 08-327230, e-post. info@skoopi.coop, www.skoopi.coop