



Financováno
Evropskou unií



Manuál značky

2024

© Všechna práva vyhrazena

© 2025 Slovo 21, z. s.

Tento dokument je dostupný pod licencí Creative Commons Uveďte původ 4.0 Mezinárodní (CC BY 4.0).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.cs>

Úvod

Vítáme vás v novém vydání BrandBooku organizace Slovo 21, z.s. Tento dokument staví na základech předchozího BrandBooku z roku 2021 a přináší aktuální strategii a směry pro budoucí rozvoj naší organizace. Vznik tohoto nového BrandBooku je součástí projektu Budování kapacit Slova 21, který je financován Evropskou unií v rámci programu Zaměstnanost OPZ+ pod číslem projektu CZ.03.02.03/00/22_042/0001443.

Jako organizace, která se věnuje podpoře rozvoje komunit a posilování občanské společnosti, je pro nás zásadní mít jasnou a konzistentní identitu, která nám umožní efektivně komunikovat s našimi stakeholdery a naplňovat naše poslání. Tento Brand Book je klíčovým nástrojem pro definici naší identity, hodnot a vizuálního stylu, který nás odlišuje a posiluje naši pozici na trhu.

Ve spolupráci se strategickými partnery a odborníky jsme definovali nové směry a principy, které budou řídit naši komunikaci a prezentaci organizace. Věříme, že tyto nové pokyny nám pomohou lépe propojit naše aktivity s našimi cílovými skupinami a posílit povědomí o naší práci a hodnotách.

Tento dokument není pouze statickým manuálem, ale spíše živoucím průvodcem, který se bude neustále přizpůsobovat novým výzvám a potřebám. Jsme přesvědčeni, že jeho pružný a dynamický charakter nám umožní lépe reagovat na změny v našem okolí a dále posilovat naši pozici a vliv.

Doufáme, že nový Brand Book přinese jasnost, inspiraci a jednotu do naší organizace a posílí naši schopnost plnit naši misi.



**Spolufinancováno
Evropskou unií**

Index

Úvod	
Brand Slogan	
Tonalita	str. 2
Náš jazyk	str. 4
01 Logotyp	str. 5
02 Barevnost	str. 6
03 Typografie	str. 8
04 Ilustrace	str. 16
05 Fotografie	str. 19
06 Aplikace - Interní Komunikace	str. 21
07 Grafické Elementy - Externí Komunikace	str. 24
08 Slovo21 Aplikace	str. 31
09 Cizinci Aplikace	str. 37
10 Ukrajina Aplikace	str. 46
11 Romové Aplikace	str. 58
12 Video	str. 63
	str. 69
	str. 73



Brand Slogan Slovo21

Krátká a výstižná fráze, která jasně vystihuje identitu, hodnoty a poslání firmy nebo organizace. Slouží především k posílení povědomí o značce Slovo 21.

Změna začíná Slovem.

Vícesolidarity, rovnocennosti
a respektu pro lepší svět.



Tonalita

Tonalita komunikace. Určuje, jakým způsobem značka mluví, píše a působí na lidi. Jednoduchá, protože vytváří jednotný dojem a posiluje identitu značky. Správná tonalita umožňuje efektivní komunikaci hodnot organizace, což zvyšuje porozumění a spojení s publikem.

Tonalita Slova 21 na sociálních sítích je:

- Lidská

(„Jsme v tom s vámi. Myslíme na všechny, kterým válka vzala život.“)

- Přátelská

(„Pohoda, klid, předvánoční atmosféra. Přesně takhle to vypadlo u paní Katky, která se rozhodla přihlásit do naší Rodiny Odvedle...“)

- Profesionální

(„Jaké jsou životní priority Romů? Kdo jsou jejich vzory? Na to by měl odpovědět exkluzivní výzkum, který připravujeme společně...“)



Náš jazyk

Obeční zásady naší externí komunikace. Základní teze, jak komunikujeme především na sociálních sítích, a letaků a dalších kanálech. Cílem je hlavně zaujmout a udržet našeho sledovatele a přilákat další potenciální podporovatele.

- Vždy víme, co chceme říct!

V jednom příspěvku nemůžeme obsáhnout a vysvětlit všechno! Vyberme si jeden detail a na tom příspěvek postavme!

- Vždy víme, jak chceme zaujmout!

Upoutejme pozornost hned na začátku! Hrajme si s větami! Začněme netradičně – nějakým detailem, otázkou, jednoslovným výkřikem

- Nic zdlouhavě nepopisujeme – ukažme, co chceme ukázat!

Nemusíme několika větami „školácky popisovat“, o co v projektu půjde, co kdy budeme dělat, na co se můžou lidi těšit. Tím nezaujmeme! Ukažme jim rovnou, co s nimi chceme sdílet!

- Hlavně lidsky!

Budme lidští v jazyce, každý nám musí rozumět – i 80letá babička z vesnice, která používá Facebook. Vyvarujme se jakýchkoliv stereotypních obrátů a „projektářských“ a úřednických vět!

- Budme maximální upřímní!

Pokud si budeme na něco hrát, čtenář to vždy pozná...



Manuál značky

Využití manuálu značky

Tento manuál popisuje vizuální elementy, které reprezentují firemní identitu organizace SLOVO 21. Zahrnuje název, logo, barevnost, fonty, grafické zpracování a další vizuální elementy. Sjednocená prezentace značky je klíčová k dosažení silné image organizace.

Značka Slova 21, včetně logotypu, názvu, barev a prvků grafické identity jsou cenným majetkem organizace a každý z jejich pracovníků je zodpovědný za jejich správnou implementaci.

Tato příručka slouží jako praktický nástroj k zajištění toho, aby prezentace organizace Slovo 21 zůstala konzistentní napříč různými médii. A odráží, mimo jiné, náš závazek ke kvalitě a stylu.



01

Logotyp

Hlavní logotyp

Logotyp je nedílnou součástí značky Slovo21 a jeho použití by mělo být promyšlené a konzistentní. Logotyp organizace je hlavním vizuálním prvkem, který ji identifikuje.

Charakteristický znak se skládá z názvu společnosti a loga. Mezi těmito prvky panuje pevně daná spojitost, která by se neměla za žádných okolností měnit.

Jedná se o hlavní logotyp, který bude použit v tiskovinách a externích a interních dokumentech organizace. Logotyp bude nejčastěji prezentován ve zde představené barevnosti.

Pro úspěch značky je zásadní, aby byl logotyp využíván přesně dle pokynů této příručky.



Konstrukce logotypu

Symbol reprezentuje pohyb a jednotu. Zároveň vybízí další aktéry k zapojení do aktivit organizace.

Symbol je vyjádřen prostřednictvím otevřeného a neustále se vyvíjejícího elementu, Fibonacciho posloupností.

Prostřednictvím barevné teorie a použitím 3 hlavních barev (žlutá, modrá, červená) představujeme 3 hlavní aktéry organizace: českou komunitu, Romy a migranty. Společně vytvářejí novou barvu, fialovou, která je kombinací všech 3 barev.



Alternativní logotyp (hlavní)

Zobrazený logotyp je hlavní alternativní variantou, kde je zachován stejný design, kromě barevnosti. Pro tuto variantu logotypu je použita firemní barva Sand.

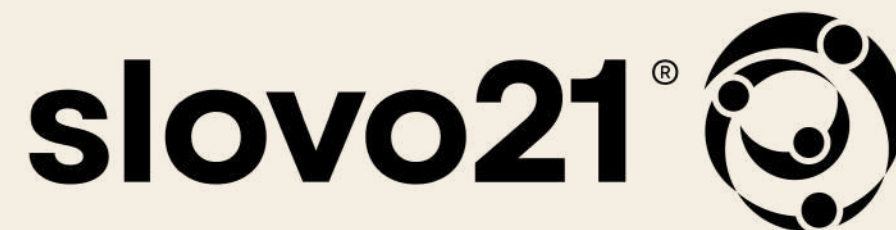
Tento logotyp by měl být použit pouze v případě tmavého pokladu tak, aby byl zachován kontrast mezi logem a pozadím.



Jednobarevná varianta logotypu

V případech, kdy je k dispozici pouze jedna barva inkoustu, je doporučováno použití jednobarevné varianty logotypu.

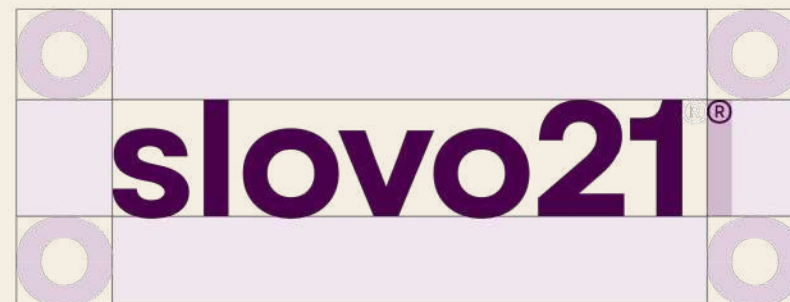
Tmavá verze logotypu bude použita, pokud je barevnost pozadí světlá. Světlá verze logotypu bude naopak použita, pokud je barevnost pozadí tmavá.



Ochranná zóna logotypu

Jedůležité, aby firemní znak nepřicházel do styku s jinými grafickými prvky, objevujícími se v dokumentu. Kolem logotypu byla vytvořena/stanovena ochranná zóna, která označuje nejbližší vzdálenost logotypu od jakéhokoliv dalšího grafického prvku. Tato vzdálenost by se neměla nikdy měnit.

Pro určení ochranné zóny vezměte výšku písmene „o“.
(Ochranná zóna = výška O).



Pozice znaku

Pozice logotypu se může lišit podle dostupného prostoru a umístění.



Vertikální



Horizontální

Minimální velikosti logotypu

Stanovení minimální velikosti logotypu zajišťuje čitelnost logotypu v místě použití.

Logotyp Slova 21 se dobře reprodukuje téměř v jakékoliv velikosti. Příliš malá velikost však může poškodit integritu a čitelnost logotypu.

Minimální velikosti logotypu jsou znázorněny na této stránce.

Logotyp Slovo 21 v digitálním provedení by nikdy neměl být menší než 70px.

160px

slovo21®

100px

slovo21®

70 px

slovo21®

Logotyp Slovo 21 v tištěném provedení by nikdy neměl být menší než 25mm.

56mm

slovo21®

37mm

slovo21®

25mm

slovo21®

Znak Slovo 21 v digitálním provedení by nikdy neměl být menší než 30px.

70px



50px



30 px



02

Barevnost

Barevnost

Primárními barvami značky jsou modrá a fialová. V barevnosti logotypu může být užita kterákoliv ze dvou primárních barev. Červená a žlutá jsou doplňkové barvy a jsou také přítomny v symbolu. Terciární barvy se používají pro pozadí a barevnost ilustrací.

Primární barvy

HEX#004F96

RGB0 79 150

CMYK100 68 12 1

PANTONE2945C

Blue 21

HEX#40004A

RGB64 0 74

CMYK80 100 34 40

PANTONE2627C

Purple 21

Doplňkové barvy (použití pro text a druhořadé prvky)

HEX#D92417

RGB217 36 23

CMYK0 91 90 0

PANTONE485C

Red 21

HEX#F7B033

RGB247 176 51

CMYK0 38 86 0

PANTONE143C

Orange 21

HEX#F6D900

RGB246 217 0

CMYK2 11 100 0

PANTONE803C

Yellow UR

HEX#F8559

RGB79 133 105

CMYK82 23 66 8

PANTONE138C

Green R

Terciární barvy (použití pro pozadí a ilustrace)

HEX

RGB

CMYK

PANTONE

#DE967D

222 150 125

0 51 48 0

486C

Pink 21

HEX

RGB

CMYK

PANTONE

#F2EDE3

242 237 227

5 7 12 0

663C

Sand 21

Aplikace na pozadí



03

Typografie

Hlavní písmo

Stejně jako jednoduchá grafika i typografie může, při správném použití, navodit obraz a pocit. Vybrali jsme rodinupísem, která poskytuje Slovu moderní, lidský a důvěryhodný hlas: GARETfont.

Tvary písma se liší od geometrické struktury původního fontu a zavádějí prvky, které jsou jemnější, lépe čitelné a vyvolávají pocit důvěrnosti.

Použijte velikost a tučnost fontu pro vytvoření jasné postupnosti informací.

GARET nenahrazujte žádným jiným písmem.

Titulky

GARET - TUČNÉ

Prokládání +20% Rozestup 0

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#\$%&*.,**

Podtitulky

GARET - MEDIUM

Prokládání +40% Rozestup 0

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#\$%&*.,

Text

GARET - REGULAR

Prokládání +40% Rozestup -20

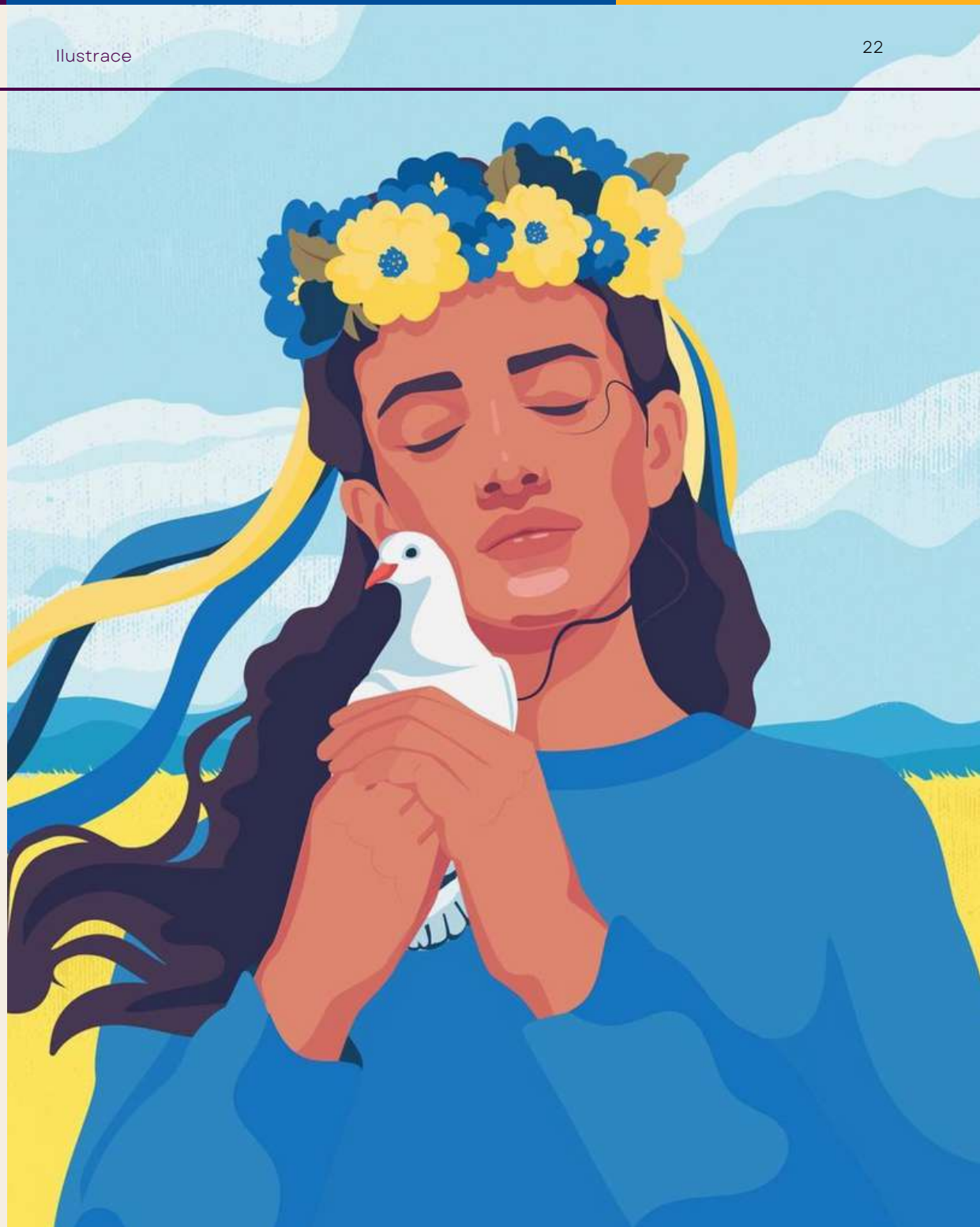
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#\$%&*.,

04

Illustrace

Ilustrace

Chceme zprostředkovat umění různých kultur, které Slovo21 reprezentuje, abychom ukázali jejich rozmanitost a bohatství. Budeme hledat talentované ilustrátory a malíře z těchto komunit, aby jejich umění a kultura a různorodost mohla být součástí DNA Slova21.





Ilustrátoři

Liza Rusalskaya
Madeline Kate Martinez
Liv Lee
Petra Braun

05

Fotografie

Fotografie úvod

Pro fotografický styl SLOVA 21 chceme zprostředkovat přirozenost a sebevědomí skrze autentické snímky, které zachycují skutečné momenty.

Tyto fotografie by měly být pořízeny v přirozeném světle a ve skutečných městských a venkovních prostorech, kde jsou lidé úzce propojeni. Hledáme spontánní, surové snímky, ideálně pořízené samotnými uživateli, které ukazují blízkou interakci s děním, lidmi a událostmi kolem, a odrážejí komunitu, kterou jsme. Chceme tímto způsobem vyjádřit blízkost v našich fotografiích.

Fotografie by měl pořizovat někdo, kdo má cit pro kompozici a světlo. Manuál je jenom průvodce; nenaučí nikoho, jak dosáhnout specifického osvětlení nebo kompozice.



Lidé

Lidé by měli být zachyceni spontánně a přirozeně, odrážející každodenní život, události nebo prezentace. Chceme redakční tón s analogickým nádechem, kde obrázky zachycují jedinečné momenty Slovo21. Naše komunity nás reprezentují tímto specifickým pohledem.

#kompozice
#přirozené světlo
#blízkost
#lidskost
#kulturní
#perspektivy
#momenty



Události

Při fotografování událostí je důležité zvážit následující body:

- Pochopte světelné podmínky prostoru, ať už je to interiér nebo exteriér.
- Zhodnoťte rozměry prostoru, abyste efektivně zachytili podstatu události, včetně pódia, řečníků, publika a aktivit. Fotografie by měly co nejlépe odrážet tyto prvky.
- Zachycujte účastníky jak z přední, tak ze zadní strany, a pokud je to možné, zahrňte také některé snímky z výšky.
- V některých případech je důležité použít širokoúhlé snímky, ať už pomoci chytrého telefonu nebo fotoaparátu, aby bylo možné zachytit celkový rozsah události.



Lidé na událostech

Aby bylo možné efektivně zachytit osoby na událostech, je klíčové mít jasnou představu o příběhu, který chcete každou fotografií vyprávět, a zaměřit se na naraci, aby bylo jasné, co se děje.

- Například u příkladů 1 až 3 je osoba v centru obrazu, zatímco lidé kolem ní jsou rozmazáni. Tento přístup pomáhá zvýraznit klíčové momenty události s důležitými jednotlivci.

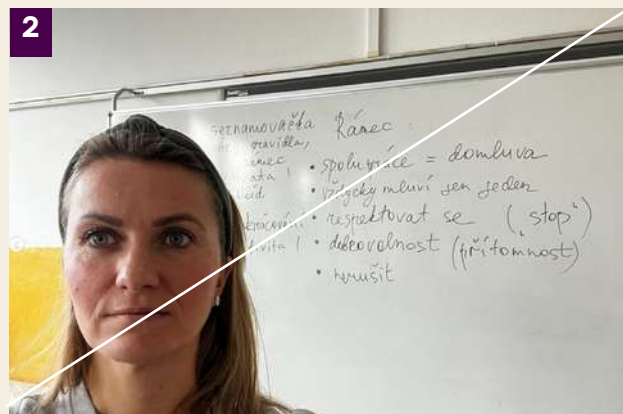
- U příkladů 4 až 6 vidíme snímky z přednášek a interakcí po událostech. Tyto fotografie jsou cenné pro zobrazení přirozenosti a blízkosti jak řečníků, tak účastníků.



Čemu se vyvarovat: Fotografie z událostí

Zde je několik příkladů, čemu se vyhnout při pořizování snímků na našich událostech:

1. Vyhněte se zaměření na záda v popředí: To odvádí pozornost od hlavního dění a rozptyluje pozornost od scény.
2. Nepoužívejte selfie s účastníky: Tyto fotografie často neodrážejí podstatu události.
3. Nefotografujte polovinu účastníků čelem k vám: Místo toho pořídte snímek ze středu scény pro vyváženější kompozici.
4. U stolů řečníků nejprve pořídte centrální snímek: Poté zachyťte jednotlivé řečníky a jeden snímek v úhlu 3/4, přičemž zajistěte, aby nikdo nebyl v popředí a vyhněte se použití blesku.
5. Fotografujte ze střední uličky: To poskytuje lepší výhled na celý stůl. Je lepší se omluvit za drobné nepohodlí než mít špatné fotografie.
6. Vyhněte se fotografiím, které ukazují pouze prostory a lidi: Tyto snímky neodrážejí, co se na události skutečně děje.





Chceme, aby naše fotografie vyjadřovaly pocit blízkosti s analogovým tónem, zahrnujícím zrno a nedokonalosti. Tváře by měly vyjadřovat postoj a zároveň odrážet hodnoty Slovo21. K dosažení tohoto efektu můžeme využít fotografickou aplikaci **DAZZ CAM**, která nabízí filtry, jež dodají jedinečný nádech.

Cílem je zachytit obrázky přirozeným, analogovým a intimním způsobem. Konečný výsledek bude záviset na fotografovi, fotoaparátu, mobilním zařízení a aplikaci. Nemůžeme poskytnout konkrétní parametry, ale tento vzhled a pocit nám pomohou dosáhnout požadovaného efektu.

Kamera DAZZ CAM:

- NT16
- D Classic
- Original



06

Aplikace

Interní Komunikace

Hlavičkový papír

Zde je zobrazeno schválené rozvržení primárních elementů značky Slova 21 pro hlavičkový papír.







VÍTEJTE V ČESKÉ REPUBLICE

Goranka Oljača

Došlo také k důležitým změnám v kurzu 2021. Je kurz povinný pro řadu cizinců, kteří chtějí účast se hradi částkou 1500 Kč a doba trvání je zkrácena na 4 hodiny. Magda Faltová to komentuje: „Od počátku mám s povinností kurz absolvovat spíše problém. Konkrétní zkušenost a zpětnou vazbu samozřejmě od klientů zatím nemáme, ale 4 hodiny tlumočeného kurzu, který je obsahově opravdu široký, ve mně vzbuzuje otázku, jak užitečný pro migranty bude. Pro integrační centra (která kurzy prakticky administrují), bude velmi náročné zajistit dostatečný počet míst a dostupnost pro všechny, na které se tato povinnost vztahuje.“

Průběh letošní realizace zatím komplikují omezení a pravidla vycházející z aktuálního vývoje pandemie u nás. Reditelka Slova 21 Jelena Silajdžić neztrácí optimismus a racionální přístup. „Adaptačně-integrační kurzy v roce 2021 budou určité prezenční. To v této chvíli ale znamená, že musíme počkat na zlepšení situace. V případě, že pandemie koronaviru bude pokračovat nebo vznikne nový podobný problém, museli bychom uvažovat o nějakých on-line formách, i když si myslíme, že je interaktivní kontakt mezi cizinci, lektory a týmem, který kurzy realizuje, strašně důležitý. My věříme ve smysl toho projektu, nedělali bychom ho, kdyby tomu tak nebylo.“

„Adaptačně-integrační kurzy nemusí absolvovat držitelé zaměstnaneckých a modrých karet vydaných v rámci vládních programů Vysoce kvalifikovaný zaměstnanec a Klíčový a vědecký personál.“



Slovo 1/2021

Page 12

Průběh letošní realizace zatím komplikují omezení a pravidla vycházející z aktuálního vývoje pandemie u nás. Reditelka Slova 21 Jelena Silajdžić neztrácí optimismus a racionální přístup. „Adaptačně-integrační kurzy v roce 2021 budou určité prezenční. To v této chvíli ale znamená, že musíme počkat na zlepšení situace. V případě, že pandemie koronaviru bude pokračovat nebo vznikne nový podobný problém, museli bychom uvažovat o nějakých on-line formách, i když si myslíme, že je interaktivní kontakt mezi cizinci, lektory a týmem, který kurzy realizuje, strašně důležitý. My věříme ve smysl toho projektu, nedělali bychom ho, kdyby tomu tak nebylo.“

Jen za posledních pět let kurzy dobrovolně absolvovalo kolem čtyř tisíc cizinců (bez účastníků fokusních skupin), což jistě svědčí o jeho kvalitě a užitečnosti.

Průběh letošní realizace zatím komplikují omezení a pravidla vycházející z aktuálního vývoje pandemie u nás. Reditelka Slova 21 Jelena Silajdžić neztrácí optimismus a racionální přístup. „Adaptačně-integrační kurzy v roce 2021 budou určité prezenční. To v této chvíli ale znamená, že musíme počkat na zlepšení situace. V případě, že pandemie koronaviru bude pokračovat nebo vznikne nový podobný problém, museli bychom uvažovat o nějakých on-line formách, i když si myslíme, že je interaktivní kontakt mezi cizinci, lektory a týmem, který kurzy realizuje, strašně důležitý. My věříme ve smysl toho projektu, nedělali bychom ho, kdyby tomu tak nebylo.“

Jen za posledních pět let kurzy dobrovolně absolvovalo kolem čtyř tisíc cizinců (bez účastníků fokusních skupin), což jistě svědčí o jeho kvalitě a užitečnosti.

„Adaptačně-integrační kurzy nemusí absolvovat držitelé zaměstnaneckých a modrých karet vydaných v rámci vládních programů Vysoce kvalifikovaný zaměstnanec a Klíčový a vědecký personál.“

Slovo 1/2021

„Adaptačně-integrační kurzy nemusí absolvovat držitelé zaměstnaneckých a modrých karet vydaných v rámci vládních programů Vysoce kvalifikovaný zaměstnanec a Klíčový a vědecký personál.“

Průběh letošní realizace zatím komplikují omezení a pravidla vycházející z aktuálního vývoje pandemie u nás. Reditelka Slova 21 Jelena Silajdžić neztrácí optimismus a racionální přístup. „Adaptačně-integrační kurzy v roce 2021 budou určité prezenční. To v této chvíli ale znamená, že musíme počkat na zlepšení situace. V případě, že pandemie koronaviru bude pokračovat nebo vznikne nový podobný problém, museli bychom uvažovat o nějakých on-line formách, i když si myslíme, že je interaktivní kontakt mezi cizinci, lektory a týmem, který kurzy realizuje, strašně důležitý. My věříme ve smysl toho projektu, nedělali bychom ho, kdyby tomu tak nebylo.“

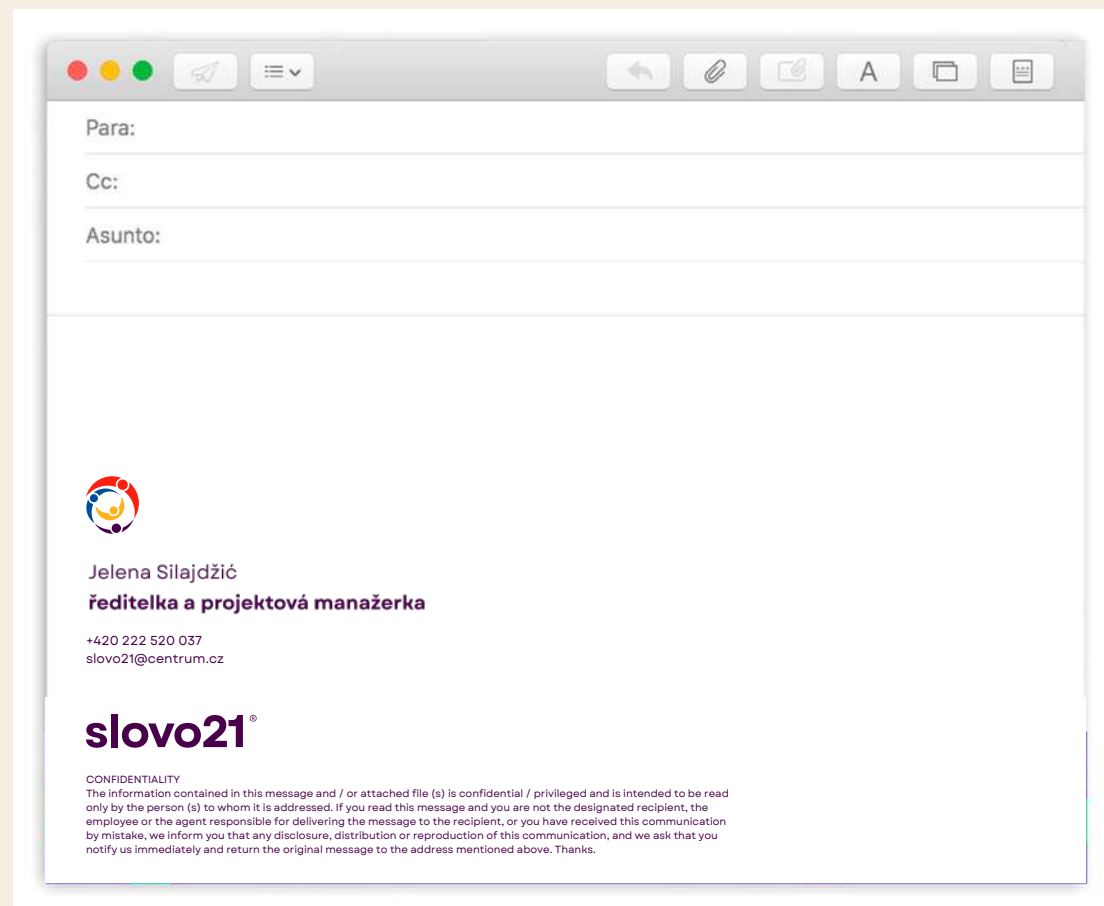
Vizitka

Zde je zobrazeno schválené rozvržení hlavních prvků značky Slovo 21 pro vizitky.



E-mail

Zde je zobrazeno schválené rozvržení hlavních prvků značky Slovo 21 pro podpis v e-mailu.



07

Grafické elementy

Externí Komunikace

Grafické elementy

Pro naši externí komunikaci, sociální média a další kanály potřebujeme být více expresivní, organičtější a lidskopřátelštější, abychom se lépe propojili s našimi cílovými skupinami. Náš symbol budeme dále rozvíjet tak, aby lépe vyjadřoval hodnoty komunity, podpory a propojení mezi lidmi, a to pomocí kruhových a propojených forem. Tato evoluce bude zahrnovat nepravidelné, expresivní tvary, které budou vycházet z antropologické podstaty lidského spojení.

Zatímco náš symbol bude nést tento dynamičtější a organický výraz, naše korporátní komunikace – včetně vizitek, e-mailů a oficiálních dokumentů – si zachová profesionální tón s logem na neutrálním pozadí doplněným čistou a konzistentní typografií.



Abychom do naší vizuální komunikace vnesli dynamické prvky, vytvořili jsme tři siluety na základě organického tvaru, přičemž každá z nich reprezentuje pilíř SLOVO2: Brand, Cizinci/Cizinci Ukrajina, Romové. Tyto tvary lze rozložit na jednotlivé dynamické prvky, které nám umožní vytvářet různé vizuální kompozice a hladce je kombinovat s fotografií, ilustrací nebo animací.



Slovo21

Cizinci
Ukrajina

Romové

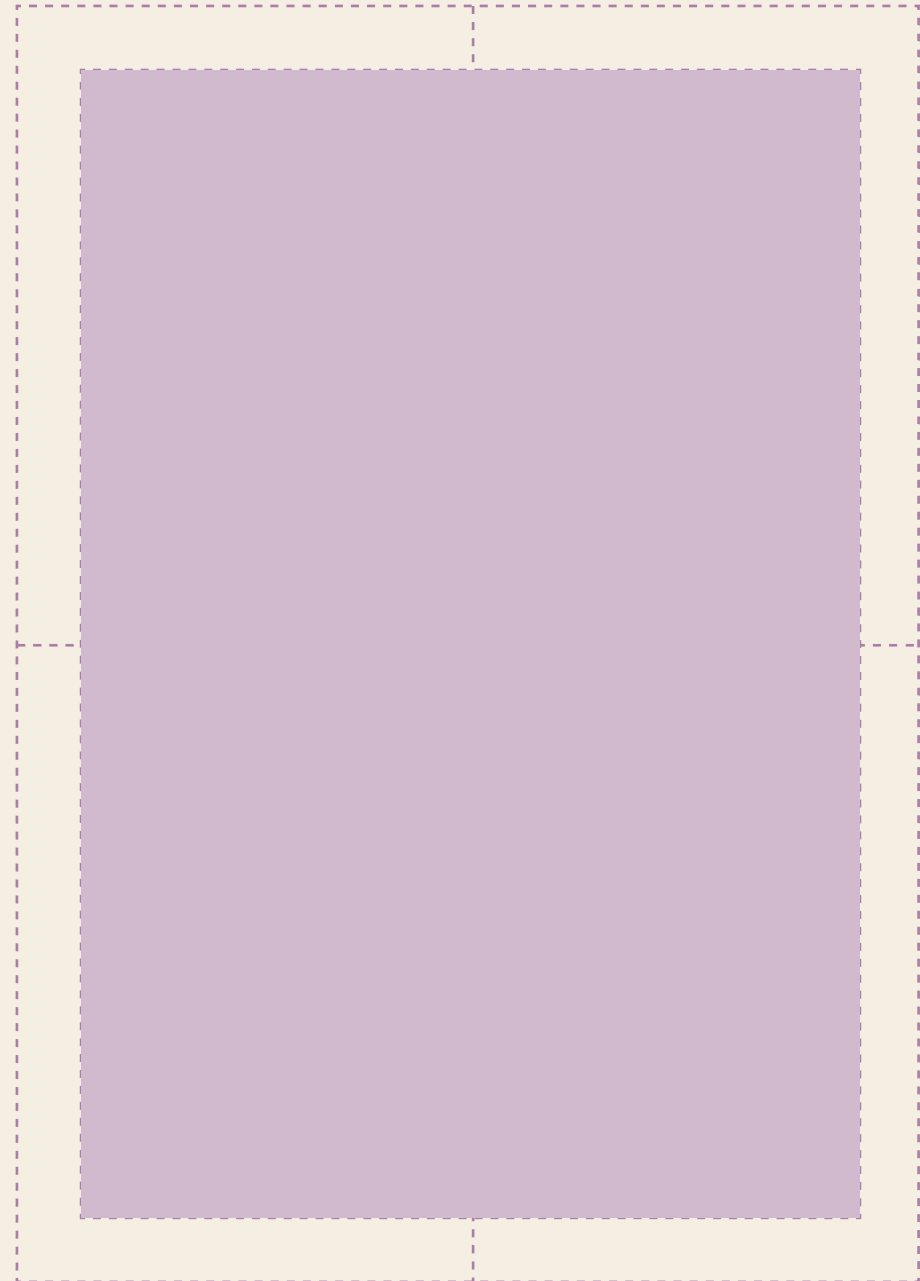
Můžeme použít prvky našeho symbolu, aby byly flexibilnější, adaptivnější a bezproblémově integrovány do prostředí. Tímto způsobem účinně začleňujeme hodnoty Slovo21 do našeho vizuálního systému.

**Slovo21**

Struktura rozvržení

Máme nastavené pravidlo pro vytvoření našeho vizuálního systému, abychom mohli snadno přizpůsobit jakýkoli kus, který vytvoříme. Naše přístupy budou vycházet ze základních struktur, grafických prvků, typografie a fotografie.

Základní struktura jakéhokoli formátu bude vždy používat 4-modulový systém.

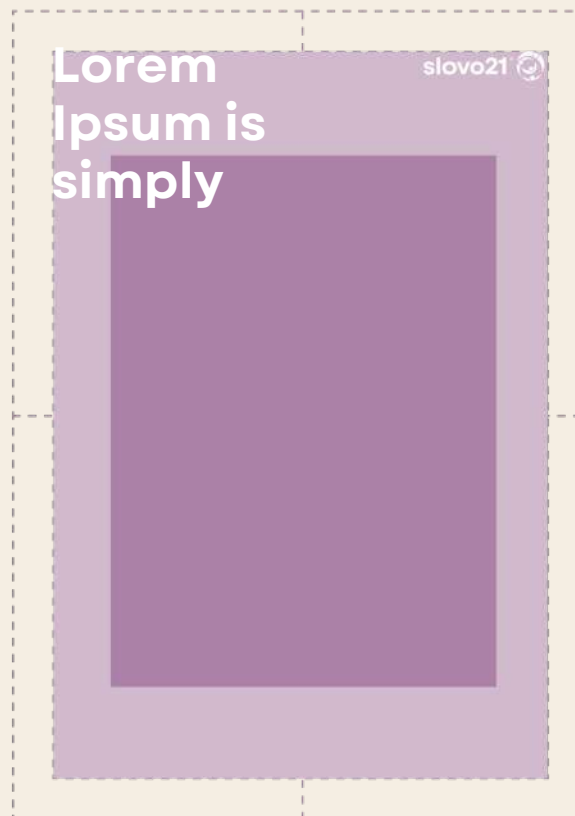


Tisk



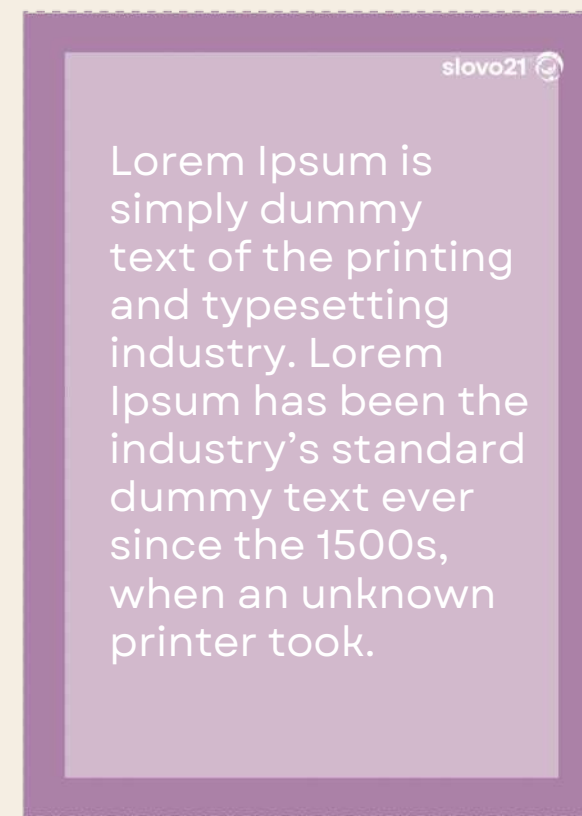
Nadpis bude vždy vpravo nahoře a směr čtení bude vždy diagonální. Pro korporátní tisk použijeme kruh, který vychází z loga, a vložíme ho přes fotografie nebo ilustrace. Grafické prvky pomáhají komunikovat a zvýraznit obraz.

Plakát



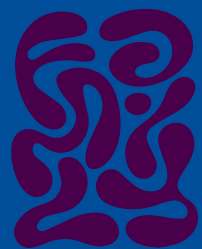
U plakátů rozšiřujeme pole obrázku nebo ilustrace od středu formátu, což nám umožňuje dosáhnout většího vizuálního dopadu.

Plakát s textem



Pro komunikaci pomocí textu používáme plný nadpis s designem v pozadí, aby nekonkuroval zprávě, kterou chceme sdělit.

Slovo21



Univerzální organický symbol je vytvořený z loga Slovo21, navržený tak, aby byl univerzální a přizpůsobitelný. Tento symbol lze rozdělit na různé tvary pro různá užití.

Cizinci



Pro všechny cizince, kteří přicházejí do nové země, symbol představuje pocit sounáležitosti a doprovodu, využívající lidsky orientovanou, kruhovou grafiku k vyjádření jednoty.

Ukrajina



Ukrajinský trojzubec nebo „tryzub“ je přetvořen do organičtější, květinové podoby, která symbolizuje adaptaci a posílení nových vztahů.

Romové



Ukrajinský trojzubec nebo „tryzub“ je přetvořen do organičtější, květinové podoby, která symbolizuje adaptaci a posílení nových vztahů.

Slovo 21**Blue 21**

Hlavníbarva 30%

Cizinci**Purple 21**

Hlavníbarva 40%

Ukrajina**Blue 21**

Hlavníbarva 40%

Romové**Red 21**

Hlavníbarva 40%

Purple 21

Hlavníbarva 25%

Orange 21

Sekundární barva 40%

Yellow UR

Sekundární barva 40%

Green R

Sekundární barva 40%

Red 21

Sekundární barva 10%

Orange 21

Sekundární barva 10%

Sand

Terciální barva 25%

Pink 21

Terciální barva 10%

Pink 21

Terciální barva 10%

Pink 21

Terciální barva 10%

Sand

Terciální barva 10%

Sand

Terciální barva 10%

Sand

Terciální barva 10%

IN CASE OF EMERGENCY

REDUNDANT BRIDGE BOKI 71
(BRIDGE B)
REDUNDANT BRIDGE NO LONGER
IN USE. ROAD VEHICLES STRIKING
THIS BRIDGE PLEASE PHONE
RAILWAY AUTHORITY ON
0207 247 1292
IMMEDIATELY AFTERWARDS INFORM
POLICE USING 999 SYSTEM.

Hello!

Prague

slovo21

Festival

11-12
February
2024

slovo21

Khamoro sdílí
zkušenosti -
trénink kulturní
managementu
pro mladé Romy
- funguje jako
samostatný
projekt

08

Slovo21 Aplikace

Tisková komunikace

Příklad korporátního vizuálního klíče, kde máme kruh s fotografií uvnitř, připomínající logo a vizuální prvky kolem obrázku. Typografie s různými hierarchiemi je vždy uspořádána kolem osy kompozice.



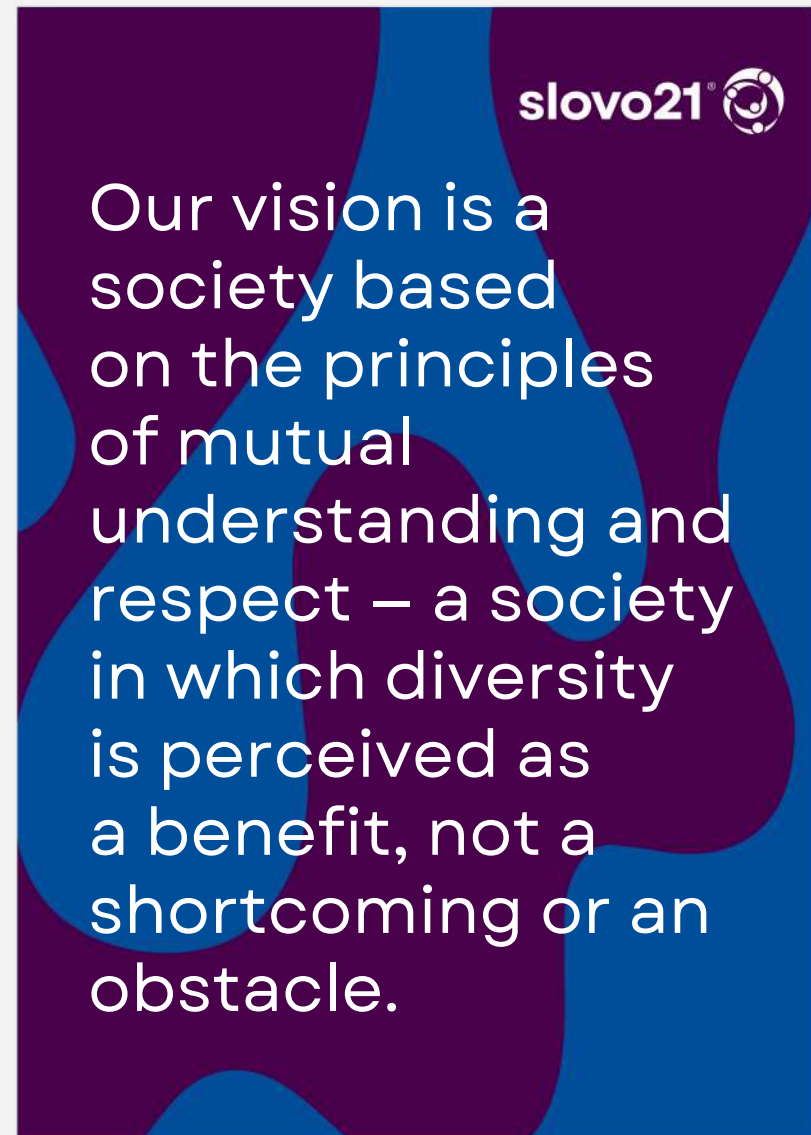
Komunikace na plakátech

Zde vidíme další příklady v plné barvě, kde je použit kompletní prvek s fotografií uvnitř, aby měly tvary větší dopad.



Textové plakáty

Zde vidíme další příklady v plné barvě, kde je použit kompletní prvek s fotografií uvnitř, aby měly tvary větší dopad.



Sociální sítě





Šablona stories v [Canvě](#).





Šablona stories v Canvě.



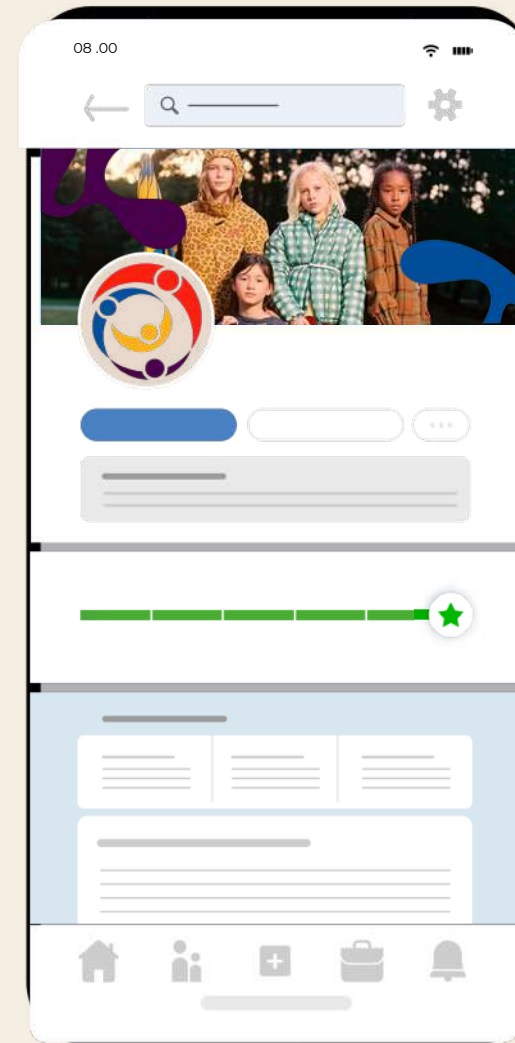
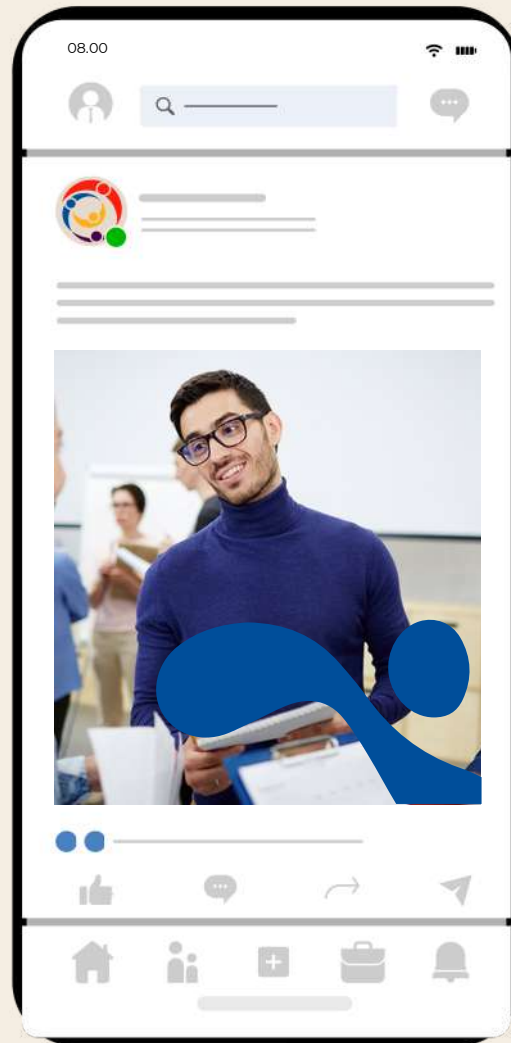
OUR VISION

Our vision is a society based on the principles of mutual understanding and respect - a society in which diversity is perceived as a benefit, not a shortcoming on an obstacle.

Our vision is a society based on the principles of mutual understanding and respect - a society in which diversity is perceived as a benefit, not a shortcoming on an obstacle.

The meaning of life is just to be alive.





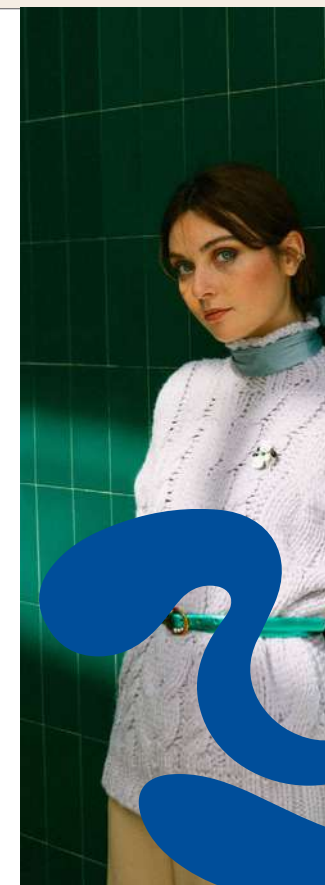




Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including.

Lorem Ipsum is simply dummy

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining



Prezentace

Šablona prezentace v Canvě.

Refugee Info Czechia Informační služba pro uprchlíky v Česku

slovo21[®]

Budoucí cíle a vylepšení

05

Budoucí cíle a vylepšení

- Nepřetržitá podpora a aktualizace skupinou Signpost pro lepší uživatelský zážitek.
- Zavedení nových funkcí, aby byla platforma ještě přívětivější a nabízela více možností.
- Rozšíření databáze služeb se zaměřením na regionální a menší nevládní organizace.
- Posílení stávajících partnerství.
- Zvýšená propagace webových stránek.
- Např. sdílet na sociálních sítích krátké uživatelské video návody, jak co nejlépe využívat naše zdroje.

slovo21[®]

Mapa

04

V čem se lišíme od ostatních map?

Cílená komunikace

Přizpůsobuje informace o službách specifickým potřebám a zranitelnosti různých skupin uživatelů. Revoluční a moderní design služeb tak, aby odpovídal zásadám a metodologií Signpost.

Procedurální pokyny

Podrobnosti o přístupu ke službám a jejich využívání, včetně registračních postupů a podmínek užívání.

Zaměření na přístupnost

Žádáme o citlivost uživatelů vůči specifickým překážkám v přístupu a strategiím, přičemž největší pozornost věnujeme osobám se zdravotním postižením a osobám ohroženým sociálním vyloučením.

Informace z první ruky

Tvoříme mapu ve spolupráci s poskytovateli služeb.

Měsíční aktualizace

Pravidelná synchronizace obsahu s poskytovateli služeb zaručuje spolehlivost informací.

Různé možnosti vyhledávání

Vegani službu nebo funkci dostupnosti, které jsou k dispozici ve formátu mapy nebo seznamu.

REFUGEE INFO

SASKE: Sociálně Aktivizační Služba pro rodiny s dětmi – Komunikace, Integrace, Adaptace – META, s. p. s.

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

REFUGEE INFO

Mapa

slovo21[®]

Informační výzvy v oblasti integrace uprchlíků

01

Informační výzvy v oblasti integrace uprchlíků

Současná situace

- Přestože počet nových registrací klesá, potřeba snadno dostupných a přesných informací zůstává klíčová.

Spolehání se na digitální zdroje

- V situaci, kdy jsou zdroje napjaté, uprchlíci zjišťují životně důležitou informaci od rodiny a na internetu.

Navigace v nejistotě

- Neustálé změny v zákonech a předpisech způsobují zmatek.
- Potíže s registrací pobytu.
- Nedostatečná znalost dostupných služeb.

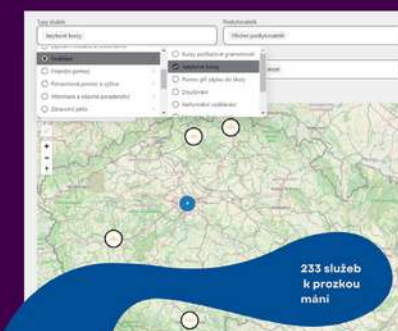
slovo21[®]

Mapa

04

Výkonný vyhledávací nástroj

- Vyhledávání podle klíčových slov
- Procházení na základě polohy
- Možnosti filtrování kategorie služeb, populace, dostupnost atd.
- Např. hledám jazykové kurzy pro děti
=> Práze => Kategorie: Vzdělání
=> Podkategorie: Jazykové kurzy
=> Populace: Děti => Město: Praha



233 služeb
k prozkou
mání

09

Cizinci Aplikace

The slovo21 logo, consisting of the text 'slovo21' followed by a circular icon containing a stylized eye or camera lens.

slovo21

Our vision is a society based on the principles of mutual understanding and respect – a society in which diversity is perceived as a benefit, not a shortcoming or an obstacle.

The slovo21 logo, consisting of the text 'slovo21' followed by a circular icon containing a stylized eye or camera lens.

slovo21



Cizinci

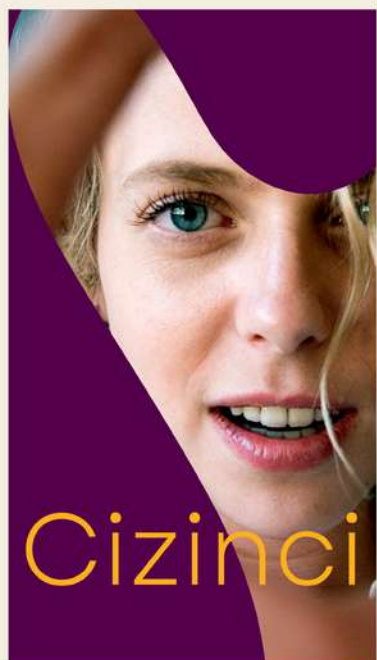


Šablona stories v Canvě.





Šablona stories v Canvě.



10

Ukrajina Aplikace

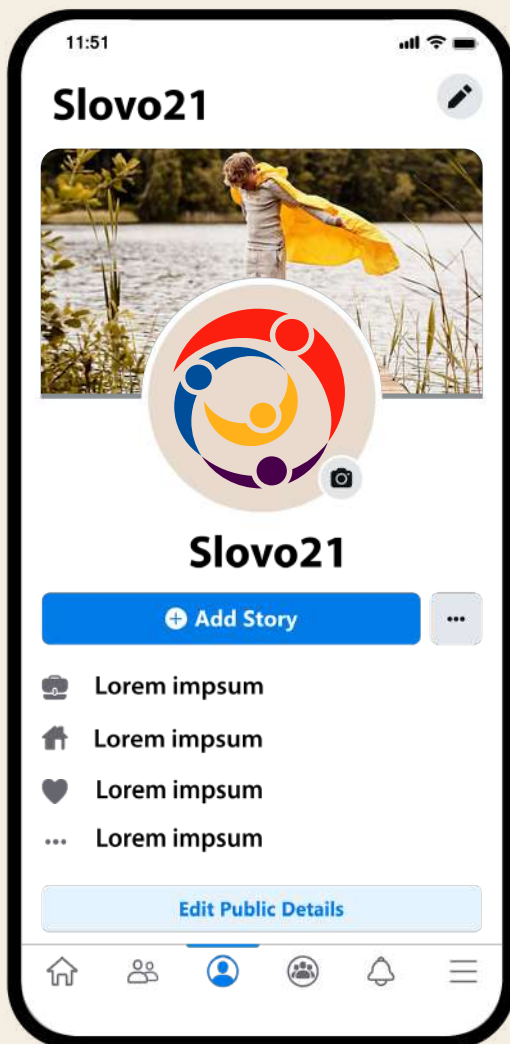
slovo21 

Our vision is a society based on the principles of mutual understanding and respect – a society in which diversity is perceived as a benefit, not a shortcoming or an obstacle.

slovo21 

Ukrajina







Šablona stories v [Canvě](#).





Šablona stories v Canvě.



11

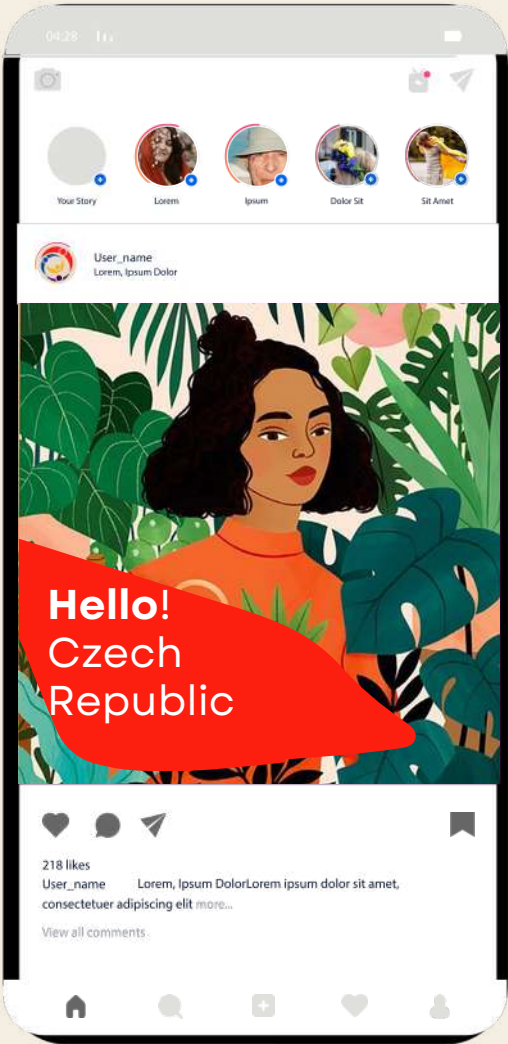
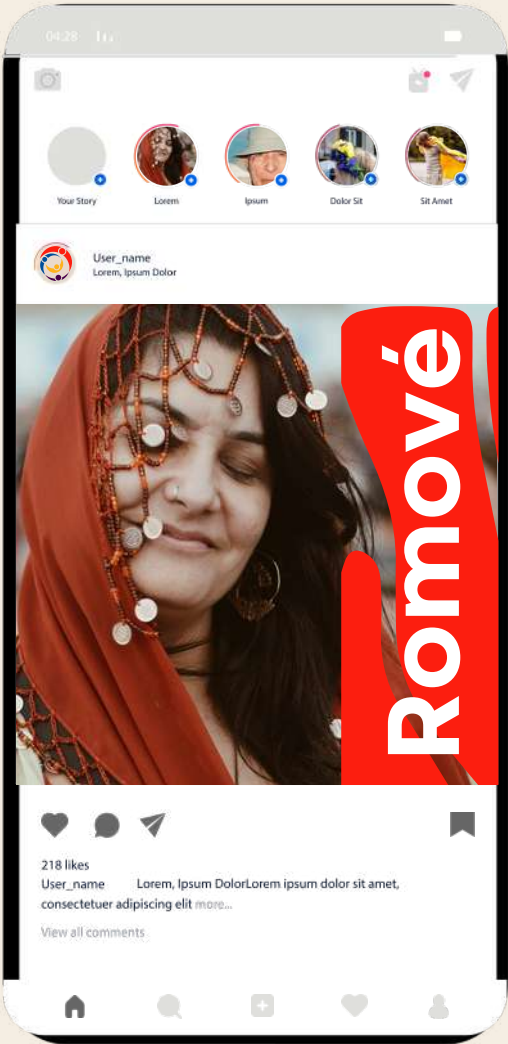
Romové Aplikace

Khamoro sdílí
zkušenosti -
trénink kulturní
managementu
pro mladé Romy
- funguje jako
samostatný
projekt



Romové



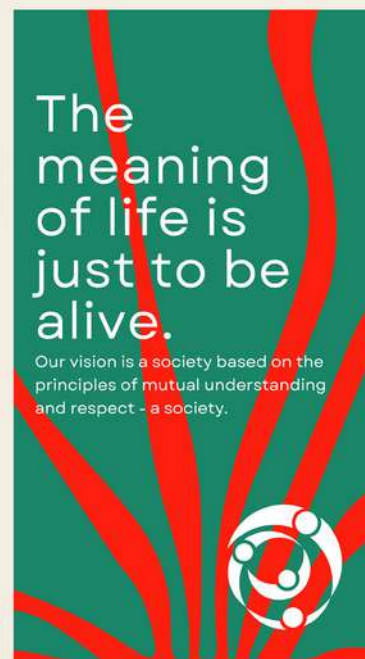


Šablona stories v Canvě.





Šablona stories v Canvě.



Prezentace

Šablona prezentace v Canvě.

Zpráva o výsledcích Výzkumu o životních prioritách Romů v České republice Podzim 2023



slovo21

21

Ohrožující problémy

Otázka „Setkáváte se v běžném životě s problémy, který ohrožují Vás/Vaše blízké?“ je zřejmé, že čtyři hlavní oblasti obav, které byly respondentům předloženy, **chudoba, nezaměstnanost, nemoc a pocit ohrožení nebo nedostatek bezpečí**, odrážejí různé vnímání problémů v jejich každodenním životě. Někteří respondenti uvedli i další problémy, se kterými se potýkají (viz poslední odstavec kurzu na konci této kapitoly, což je důvod, proč všech 100 respondentů nezařadilo nabízené možnosti).



Financováno Evropskou unií. Vyjádřené názory jsou pouze názory autora/autorů a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie, Evropské komise. Evropská unie ani financující orgán za ně nemohou nést odpovědnost.

slovo21

04

- I přes zásadní paradigmatické změny v oblasti ochrany lidských práv a podpory rovnosti od pádu komunistického režimu se česká společnost stále nadál účinně chránit práva romské menšiny a bránit ji před diskriminací.
- Na začátku devadesátých let byli Romové uznáni jako národnostní menšina a jejich vůdci se zapojili do politického života, ale brzy se ukázalo, že sociální status významně částí romské menšiny se rychle zhoršoval.
- V roce 1997, jako odpověď na tuto situaci, přijala vláda Zprávu Bratinka, která poprvé od roku 1989 na vládní úrovni odhalila dramatický ekonomický a sociální úpadek významné části romské menšiny.
- Na základě znepekujících zprávek byla v roce 2000 vypracována první strategie integrace Romů. (Strategie pro integraci Romů 2001-2010, strana 5)

Financováno Evropskou unií

Financováno Evropskou unií. Vyjádřené názory jsou pouze názory autora/autorů a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie, Evropské komise. Evropská unie ani financující orgán za ně nemohou nést odpovědnost.

slovo21

05

Zkušenost se sběrem dat

V roce 2014 jsme provedli rozsáhlý výzkum týkající se postavení romských žen v České republice. Na dotazník jsme obdrželi odpovědi od 400 romských žen z celé země. Byl to první výzkum svého druhu a jeho výsledky stále slouží jako relevantní zdroj dat.

2014

Připravujeme další rozsáhlý výzkum (s 500 respondenkami - romskými ženami v České republice) zaměřený na domácí a genderové podmíněné násilí v romské komunitě, který proběhne v roce 2024.

V současné době

Pro potřeby projektu Bidarpen/Audacity provedli jsme menší průzkum o účasti Romů na veřejném dění. Výsledky průzkumu ukázaly, že romští občane zřídka využívají svá občanská práva a nejsou aktivními občany.

2020-2022



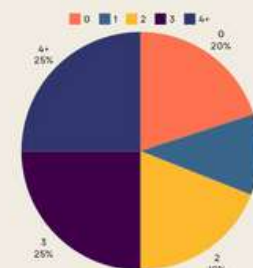
Financováno Evropskou unií. Vyjádřené názory jsou pouze názory autora/autorů a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie, Evropské komise. Evropská unie ani financující orgán za ně nemohou nést odpovědnost.

slovo21

12

Děti

4 a více dětí má 25 respondentů, 25 respondentů má 3 děti, 19 respondentů má 2 děti, 11 respondentů 1 dítě a 20 je bezdětných. (Graf 4)



Financováno Evropskou unií. Vyjádřené názory jsou pouze názory autora/autorů a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie, Evropské komise. Evropská unie ani financující orgán za ně nemohou nést odpovědnost.

12

Video

Look&feel Video

Pro zpracování videa pro Slovo21 používáme následující elementy:

- Titulní strana
- Super text
- Logo ending



Titulní strana



Video bude mít vždy titulek s barevným pozadím podle toho jaký komunikační pilíř video komunikuje.

Logo je vždy vpravo.



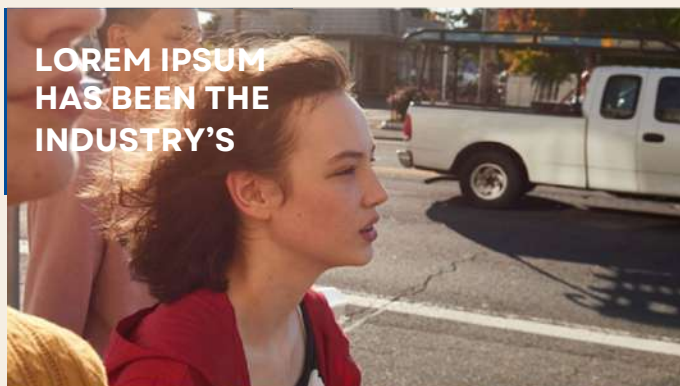
Logo zmizí a objeví se první snímek videa, barevný blok se objeví zleva a název videa zůstane zachován.



Pilulka se pomocí animace promění v jeden ze symbolů Slovo21 nebo symbol kategorie, video je již v pohybu.

Barevné pozadí se pomocí animace promění v jeden ze symbolů značky. Video je již v pohybu.

Titulky



V barevném bloku používáme krátký text velkými písmeny.



Pro delší text používáme text malými písmeny.



Můžeme použít jeden z našich symbolů, kde se objeví logo Slova 21.

Logo ending



V posledních snímcích videa začnou grafické prvky zakrývat obrázek, spojí se a vytvoří logo Slovo21 pomocí animace grafických prvků.

Grafické prvky zakryjí obrázek, spojí se a vytvoří logo Slovo21.



Nejprve se vytvoří obrázek s kruhem Slovo21, poté se animací ztratí vlevo a objeví se text Slovo21. Pozadí se bude lišit podle toho, jaký komunikační pilíř komunikujeme

© 2024 Slovo 21, z. s.

Tento dokument je dostupný pod licencí Creative Commons Uveďte původ 4.0 Mezinárodní (CC BY 4.0).

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.cs>

Děkujeme!

2024

© Všechna práva vyhrazena