



Grafický manuál k základnímu logotypu stanice Dvojka je závazný předpis pro tvorbu, výrobu a užívání uvedených prvků a prostředků.

Základními prvky jednotného vizuálního stylu jsou symbol a logotyp. Prostředky jednotného vizuálního stylu jsou písmo, barva a způsob jejich užití. Jednotné a správné dodržování těchto pravidel spoluvytváří image stanice Dvojka a tím posiluje vnímání hodnot a funkcí, které reprezentuje. Všichni, kdo se podílejí na aplikaci prostředků jednotného vizuálního stylu, smí pracovat pouze v souladu s pravidly obsaženými v manuálu.

Při vytváření dokumentů nebo aplikací jednotného vizuálního stylu, které tento manuál přímo neupravuje, dodržujte pravidla popsaná v kapitolách o použití logotypu a typografii, inspirujte se již hotovými předlohami podobného účelu, řiďte se obecnými typografickými pravidly a dobrým vkusem. Vyobrazené předlohy jsou k dispozici ve formátu PDF, případně jako zdrojové dokumenty v příslušných editovatelných formátech.

Zakázaná užití prostředků jednotného vizuálního stylu, která jsou v manuálu zobrazena, nevyčerpávají všechny způsoby zakázaných užití. Proto jsou obecně také zakázána taková grafická zpracování a použití aplikací, která odporují pravidlům a metodám typografie nebo narušují estetické vnímání.

1	Logotyp				
1.1	Základní verze	5			
1.2	Horizontální verze	6			
1.3	Vertikální verze	7			
1.4	Symbol	8			
1.5	Systém užití verzí logotypu	9			
1.6	Konstrukce symbolu	10			
1.7	Barevné varianty	11			
1.8	Logotyp v materiálu	12			
1.9	Symbol v materiálu	13			
2	Principy užití logotypu				
2.1	Ochranná zóna základní verze	15			
2.2	Ochranná zóna horizontální verze	16			
2.3	Ochranná zóna vertikální verze	17			
2.4	Ochranná zóna symbolu	18			
2.5	Minimální velikost logotypů a symbolu	19			
2.6	Rozměrové řady logotypů a symbolu	20			
2.7	Logotyp na jednobarevném pozadí	21			
2.8	Logotyp na černobílém pozadí	22			
2.9	Logotyp na fotografii	23			
2.10	Zakázané varianty	24			
3	Barevnost				
3.1	Přehled barev logotypů	26			
3.2	Český rozhlas	27			
3.3	Radiožurnál	28			
3.4	Dvojka	29			
3.5	Vltava	30			
3.6	Plus	31			
3.7	Region	32			
3.8	Radio Wave	33			
3.9	Jazz	34			
3.10	D-dur	35			
4	Typografie				
4.1	Obecné typografické pojmy	37			
4.2	Typografické míry	38			
4.3	Titulkové písmo	39			
4.4	Textové písmo	40			
4.5	Písmo pro elektronické dokumenty a web	41			
4.6	Písmo v logotypu	42			
4.7	Kombinace písem	43			
4.8	Řešení sazby	44			
5	Vizuální styl				
5.1	Vizuální styl – úvod	46			
5.2	Korporátní podklad ČRo	47			
5.3	Korporátní fotografie ČRo	48			
5.4	Korporátní podklady stanice	49			
5.5	Korporátní fotografie stanice	50			
5.6	Ukázky inzerce	51			
5.7	Layout inzerce	52			
5.8	Formáty inzerce	53			
5.9	Inzerce s abstraktní grafikou	54			
5.10	Inzerce s fotografickým vizuálem	55			

1 Logotyp

1.1	Základní verze	5
1.2	Horizontální verze	6
1.3	Vertikální verze	7
1.4	Symbol	8
1.5	Systém užití verzí logotypu	9
1.6	Konstrukce symbolu	10
1.7	Barevné varianty	11
1.8	Logotyp v materiálu	12
1.9	Symbol v materiálu	13

1.1 Základní verze

Základní verze logotypu stanice Dvojka se používá ve všech případech s výjimkou extrémních formátů.

- A** Základní barevné provedení
- B** Inverzní provedení — základní barva v podkladu
- C** Inverzní provedení — černá barva v podkladu

Logotyp se může jako celek libovolně zvětšovat nebo zmenšovat, za předpokladu dodržení minimální velikosti stanovené tímto manuálem (viz kapitola 2.5).

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikostí logotypu. Jakákoliv deformace logotypu (např. jeho zúžení nebo rozšíření) je zakázána.



1.2 Horizontální verze

Horizontální verzi používáme u extrémně širokého formátu. Například: internetový banner, záhlaví na webu, aplikace na tužky, venkovní aplikace (mantinely, zábradlí apod.).

- A** Základní barevné provedení
- B** Inverzní provedení – základní barva v podkladu
- C** Inverzní provedení – černá barva v podkladu

Logotyp se může jako celek libovolně zvětšovat nebo zmenšovat, za předpokladu dodržení minimální velikosti stanovené tímto manuálem (viz kapitola **2.5**).

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikostí logotypu. Jakákoliv deformace logotypu (např. jeho zúžení nebo rozšíření) je zakázána.



A



B



C

1.3 Vertikální verze

Vertikální verzi používáme v případě extrémně úzkého formátu. Například: internetový banner, vertikální reklamní aplikace (vlajky, sloupky apod.).

- A** Základní barevné provedení
- B** Inverzní provedení — základní barva v podkladu
- C** Inverzní provedení — černá barva v podkladu

Logotyp se může jako celek libovolně zvětšovat nebo zmenšovat, za předpokladu dodržení minimální velikosti stanovené tímto manuálem (viz kapitola **2.5**).

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikostí logotypu. Jakákoliv deformace logotypu (např. jeho zúžení nebo rozšíření) je zakázána.



A



B



C

1.4 Symbol

Symbol je základním prvkem jednotného vizuálního stylu. Je tvořen čtyřmi horizontálními pruhy ve tvaru verzálkového R. Jednoduché geometrické provedení ve spojení s typickou barevností vytváří základní vizuální prvek stanice Dvojka.

- A** Základní barevné provedení
- B** Inverzní provedení – základní barva v podkladu
- C** Inverzní provedení – černá barva v podkladu

Symbol se může libovolně zvětšovat nebo zmenšovat, za předpokladu dodržení minimální velikosti stanovené tímto manuálem (viz kapitola 2.5).

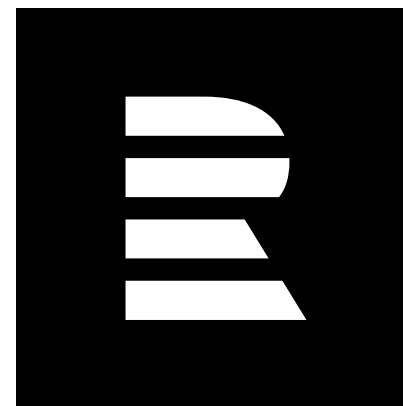
Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikosti symbolu. Jakákoliv deformace symbolu (např. jeho zúžení nebo rozšíření) je zakázána.



A



B

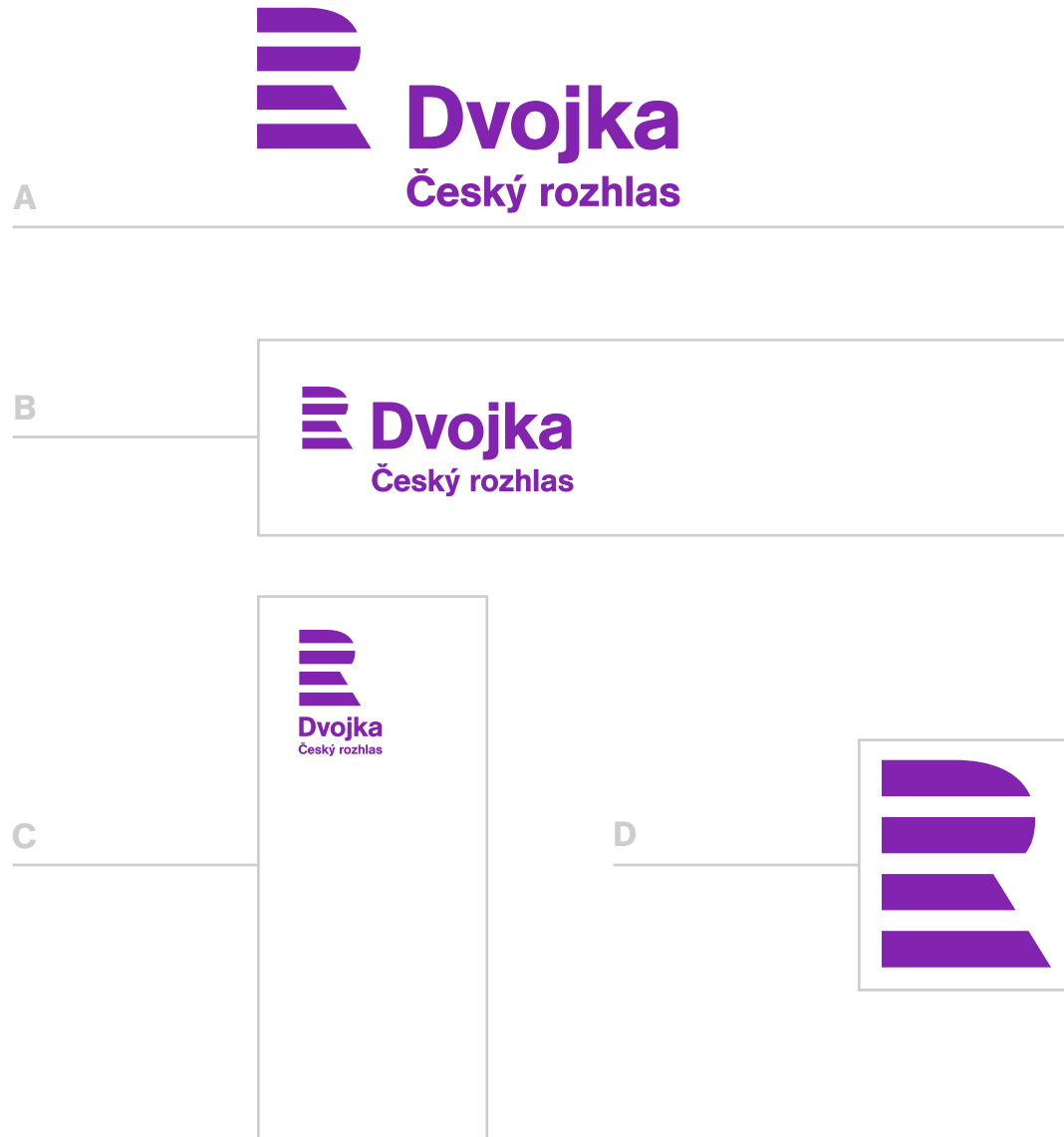


C

1.5 Systém užití verzí logotypu

- A** Základní verze se používá ve všech případech s výjimkou extrémních formátů.
- B** Horizontální verzi používáme u extrémně širokého formátu. Například: internetový banner, záhlaví na webu, zápatí dokumentu, aplikace na tužky, venkovní aplikace (mantinely, zábradlí apod.).
- C** Vertikální verzi používáme v případě extrémně úzkého formátu. Například: internetový banner, vertikální reklamní aplikace (vlajky, sloupky apod.).
- D** Symbol používáme v případě dominantního vyznění jako čistý grafický prvek bez doplňujícího textu. Tato forma se uplatňuje jak v tištěných a digitálních médiích, tak i v trojrozměrném provedení (např. jako symbol na budovu).

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikostí logotypu i symbolu. Jakákoliv deformace logotypu či symbolu (např. jeho zúžení nebo rozšíření) je zakázána.

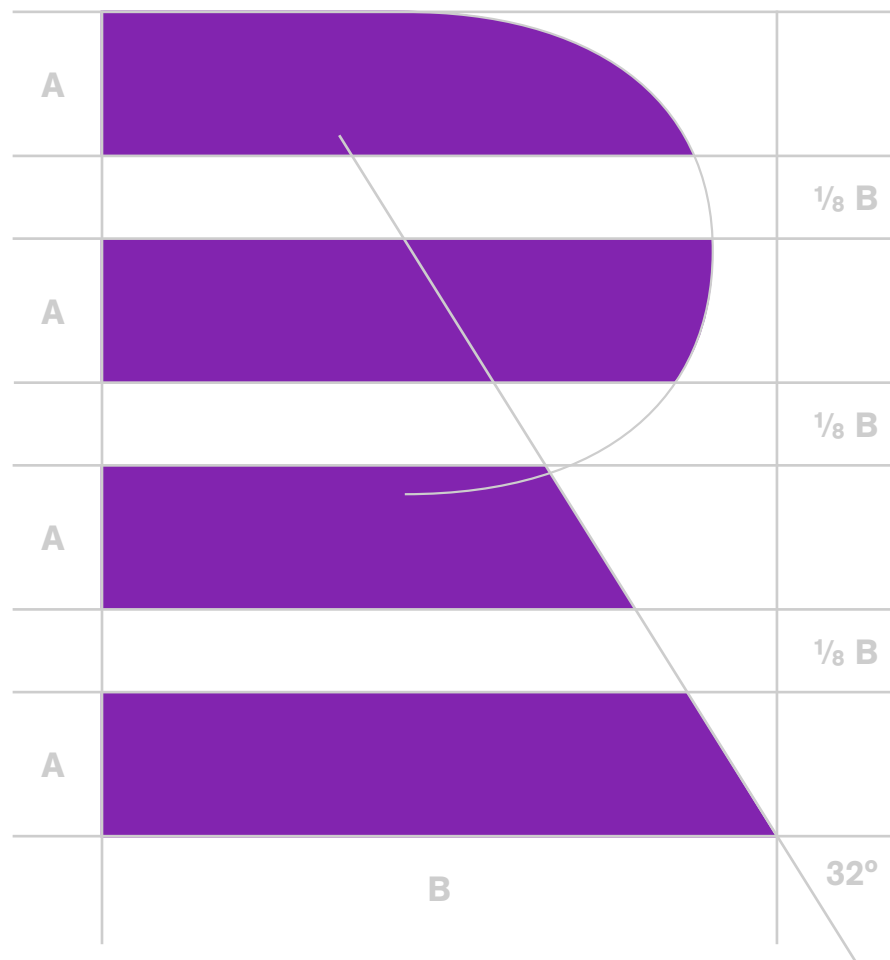


1.6 Konstrukce symbolu

Schéma ukazuje vzájemné poměry jednotlivých prvků symbolu a jejich velikosti. Zobrazení konstrukce slouží pouze pro orientaci, symbol existuje v datové podobě a není třeba jej znovu kreslit.

Výška pruhu **A** je následně používána v metodice pro stanovení ochranné zóny logotypu a symbolu nebo v definici trojrozměrného zobrazení.

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikosti symbolu. Jakákoliv deformace symbolu (např. jeho zúžení nebo rozšíření) je zakázána.



1.7 Barevné varianty

Logotyp stanice Dvojka je v základní barevnosti fialový, případně lze použít jeho variantu v barvě černé.

Přesné definice barev jak pro digitální, tak i pro tisková média jsou uvedeny v kapitole

3. Barevnost logotypu.

Jakákoliv změna barevnosti je zakázána.



fialová / Pantone® 2593



černá / Pantone® Black

1.8 Logotyp v materiálu

Řešení představuje speciální plastickou variantu logotypu aplikovaného na různé typy materiálů (kov, dřevo, textil apod.) a vyrobeného různými technologiemi (ražbou, gravírováním, vyšíváním apod.).

Logotyp může být převeden do materiálu různými způsoby v závislosti na použité technologii:

- A** Samostatný objekt — logotyp je vyvýšen nad rovinu nosného média. Výška logotypu je v tomto případě definována jako $\frac{1}{4}$ velikosti pruhu v symbolu R.
- B** Negativní reliéf — logotyp je zahlouben pod rovinu plochy. Hloubka logotypu je v tomto případě definována jako $\frac{1}{4}$ velikosti pruhu v symbolu R.

Obyčejně je nutné dodržet základní parametry tak, aby logotyp nebyl deformován a byla zachována jeho dobrá čitelnost.



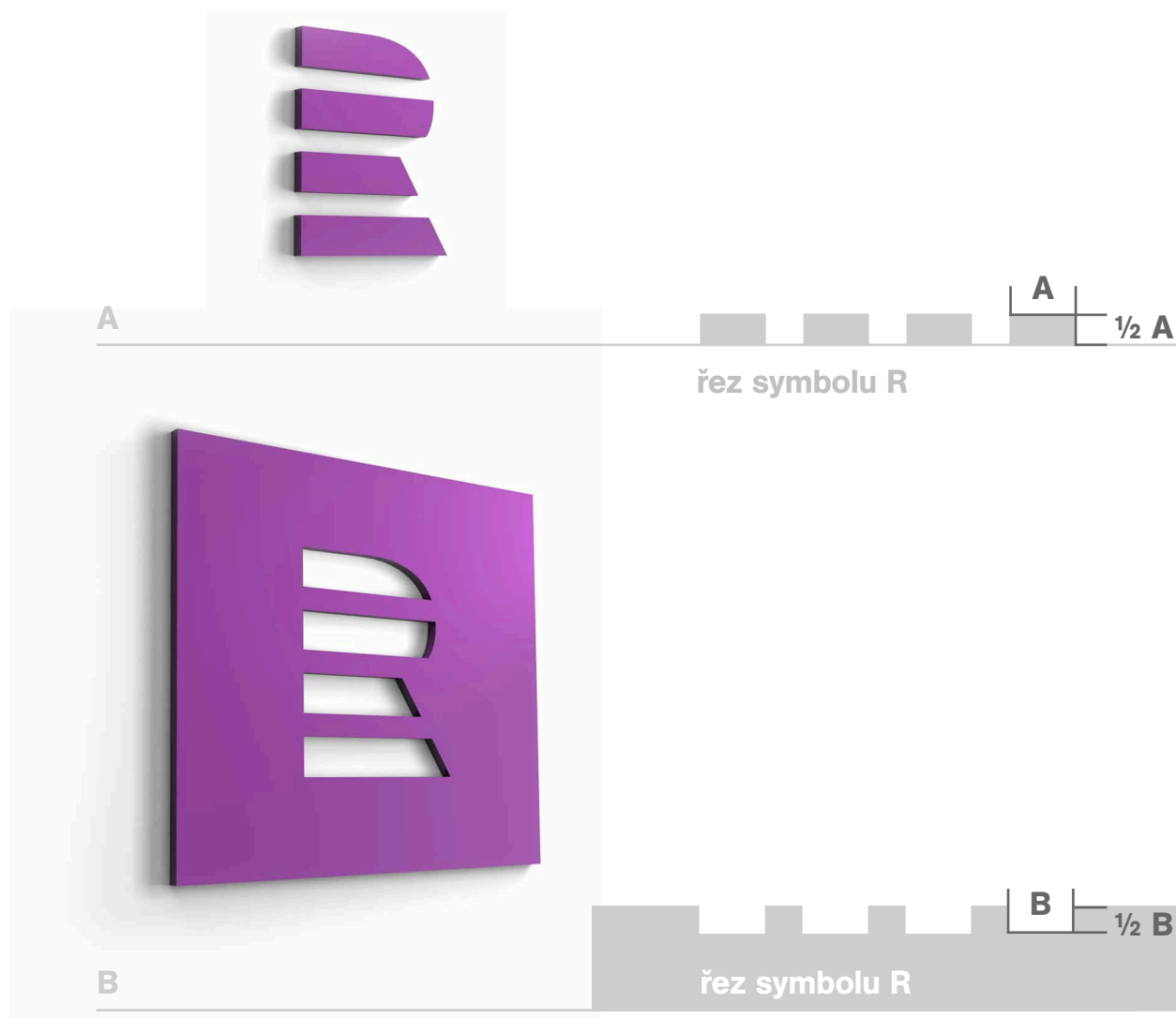
1.9 Symbol v materiálu

Řešení představuje speciální plastickou variantu symbolu aplikovaného na různé typy materiálů (kov, dřevo, textil apod.) a vyrobeného různými technologiemi (ražbou, gravírováním, vyšíváním apod.).

Symbol může být převeden do materiálu různými způsoby v závislosti na použité technologii:

- A** Samostatný objekt — symbol je vyvýšen nad rovinu nosného média. Výška symbolu je v tomto případě definována jako $\frac{1}{2}$ velikosti pruhu v symbolu R.
- B** Negativní reliéf — symbol je zahlouben pod rovinu plochy. Hloubka symbolu je v tomto případě definována jako $\frac{1}{2}$ velikosti pruhu v symbolu R.

Obyčejně je nutné dodržet základní parametry tak, aby symbol nebyl deformován a byla zachována jeho dobrá čitelnost.



2 Principy užití logotypu

- 2.1 Ochranná zóna základní verze 15
- 2.2 Ochranná zóna horizontální verze 16
- 2.3 Ochranná zóna vertikální verze 17
- 2.4 Ochranná zóna symbolu 18
- 2.5 Minimální velikost logotypů a symbolu 19
- 2.6 Rozměrové řady logotypů a symbolu 20
- 2.7 Logotyp na jednobarevném pozadí 21
- 2.8 Logotyp na černobílém pozadí 22
- 2.9 Logotyp na fotografii 23
- 2.10 Zakázané varianty 24

2.1 Ochranná zóna základní verze

Ochranná zóna základní verze logotypu je definována výškou tří horizontálních pruhů v symbolu R.

Smyslem ochranné zóny je zajistit dostatečný odstup logotypu od všech ostatních grafických prvků, které by mohly jeho jedinečnost opticky narušit.

Ochranná zóna také slouží k nastavení minimálního odsazení logotypu od okraje listu, tabule či jiné plochy, na kterou je aplikován.

Obecná pravidla aplikování logotypu na barevném, černobílém pozadí nebo na fotografii jsou popsána v kapitolách **2.7–2.9**.

Bílý či šedivý obdélník v podkladu ochranné zóny však v žádném případě není součástí logotypu.



2.2 Ochranná zóna horizontální verze

Ochranná zóna horizontální verze logotypu je definována výškou tří horizontálních pruhů v symbolu R.

Smyslem ochranné zóny je zajistit dostatečný odstup logotypu od všech ostatních grafických prvků, které by mohly jeho jedinečnost opticky narušit.

Ochranná zóna také slouží k nastavení minimálního odsazení logotypu od okraje listu, tabule či jiné plochy, na kterou je aplikován.

Obecná pravidla aplikování logotypu na barevném, černobílém pozadí nebo na fotografii jsou popsána v kapitolách **2.7–2.9**.



Bílý či šedivý obdélník v podkladu ochranné zóny však v žádném případě není součástí logotypu.

2.3 Ochranná zóna vertikální verze

Ochranná zóna vertikální verze logotypu je definována výškou dvou horizontálních pruhů v symbolu R.

Smyslem ochranné zóny je zajistit dostatečný odstup logotypu od všech ostatních grafických prvků, které by mohly jeho jedinečnost opticky narušit.

Ochranná zóna také slouží k nastavení minimálního odsazení logotypu od okraje listu, tabule či jiné plochy, na kterou je aplikován.

Obecná pravidla aplikování logotypu na barevném, černobílém pozadí nebo na fotografii jsou popsána v kapitolách 2.7–2.9.

Bílý či šedivý obdélník v podkladu ochranné zóny však v žádném případě není součástí logotypu.



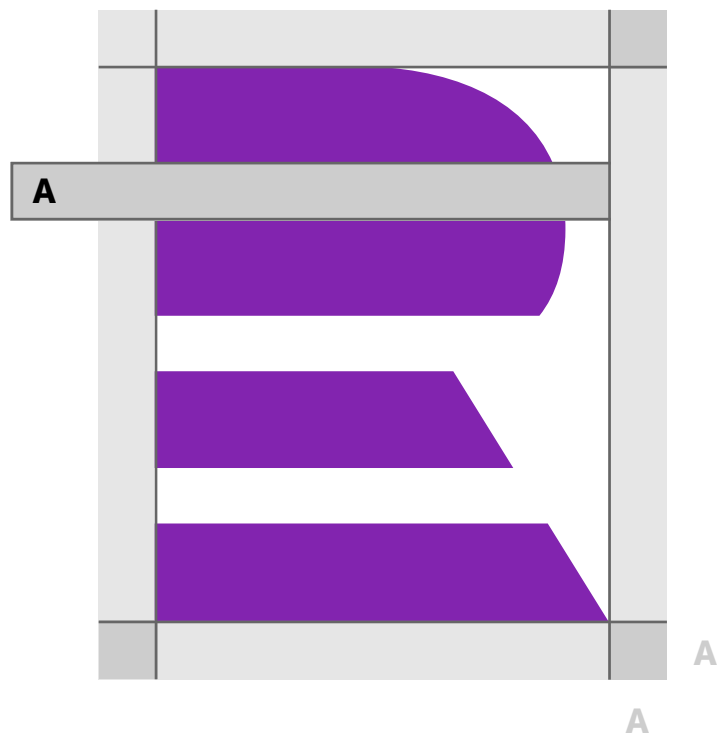
2.4 Ochranná zóna symbolu

Ochranná zóna je definována výškou mezery mezi horizontálními pruhy v symbolu R. Smyslem ochranné zóny je zajistit dostatečný odstup symbolu od všech ostatních grafických prvků, které by mohly jeho jedinečnost opticky narušit.

Ochranná zóna také slouží k nastavení minimálního odsazení symbolu od okraje listu, tabule či jiné plochy, na kterou je aplikován.

Obecná pravidla aplikování logotypu na barevném, černobílém pozadí nebo na fotografii jsou popsána v kapitolách **2.7–2.9**.

Bílý či šedivý obdélník v podkladu ochranné zóny však v žádném případě není součástí symbolu.



2.5 Minimální velikost logotypů a symbolu

Základní 100% velikost, ze které při zmenšování vycházíme, je dána výškou symbolu R.
U jednotlivých verzí logotypu je minimální velikost definována takto:

- A** Základní verze – 15 %
- B** Horizontální verze – 20 %
- C** Vertikální verze – 27 %
- D** Symbol – 15 %

Ve výjimečných případech lze použít i menší velikost, než je definovaná minimální velikost logotypu či symbolu. Podmínkou je, že bude zachována jejich čitelnost.

		minimální velikost (výška symbolu R)	100 % (výška symbolu R)
A		15 % 3,75 mm	25 mm
B		20 % 3 mm	15 mm
C		27 % 6,75 mm	25 mm
D		15 % 3,75 mm	25 mm

2.6 Rozměrové řady logotypů a symbolů

Rozměrová řada definuje **doporučené** velikosti jednotlivých verzí logotypů a symbolů pro běžně používané formáty. Základní 100% velikost, ze které při zmenšování vycházíme, je výška symbolu R v logotypu nebo samotný symbol.

Ve výjimečných případech lze použít i menší velikost, než je definovaná minimální velikost logotypu či symbolu. Podmínkou je, že bude zachována jejich čitelnost.

		100 % (výška symbolu R)	A3	A4	A5	DL	A6	minimální velikost
A		25 mm	55 %	40 %	35 %	35 %	25 %	15 %
B		15 mm	55 %	40 %	35 %	35 %	30 %	20 %
C		25 mm	65 %	50 %	45 %	45 %	40 %	27 %
D		25 mm	75 %	60 %	55 %	55 %	45 %	15 %

2.7 Logotyp na jednobarevném pozadí

- A** Pokud nelze logotyp aplikovat v základní barevné podobě, je povoleno umisťovat jeho inverzní (bílou) variantu na libovolných podkladových plochách, jejichž intenzita zaručuje jeho čitelnost.
- B** Pokud aplikujeme logotyp na velmi světlý barevný podklad, je třeba použít jeho základní tmavě modrou barevnou, případně černou verzi.

Stejná pravidla použití platí nejen u základní verze logotypu, ale i u všech ostatních verzí včetně samotného symbolu.



2.8 Logotyp na černobílém pozadí

A Inverzní (bílou) variantu logotypu lze použít na šedých podkladových plochách v odstínech 40–100 % černé barvy.

B Základní (černou) variantu logotypu lze aplikovat na šedých podkladových plochách v odstínech 0–30 % černé barvy.

Stejná pravidla použití platí nejen u základní verze logotypu, ale i u všech ostatních verzí včetně samotného symbolu.



A



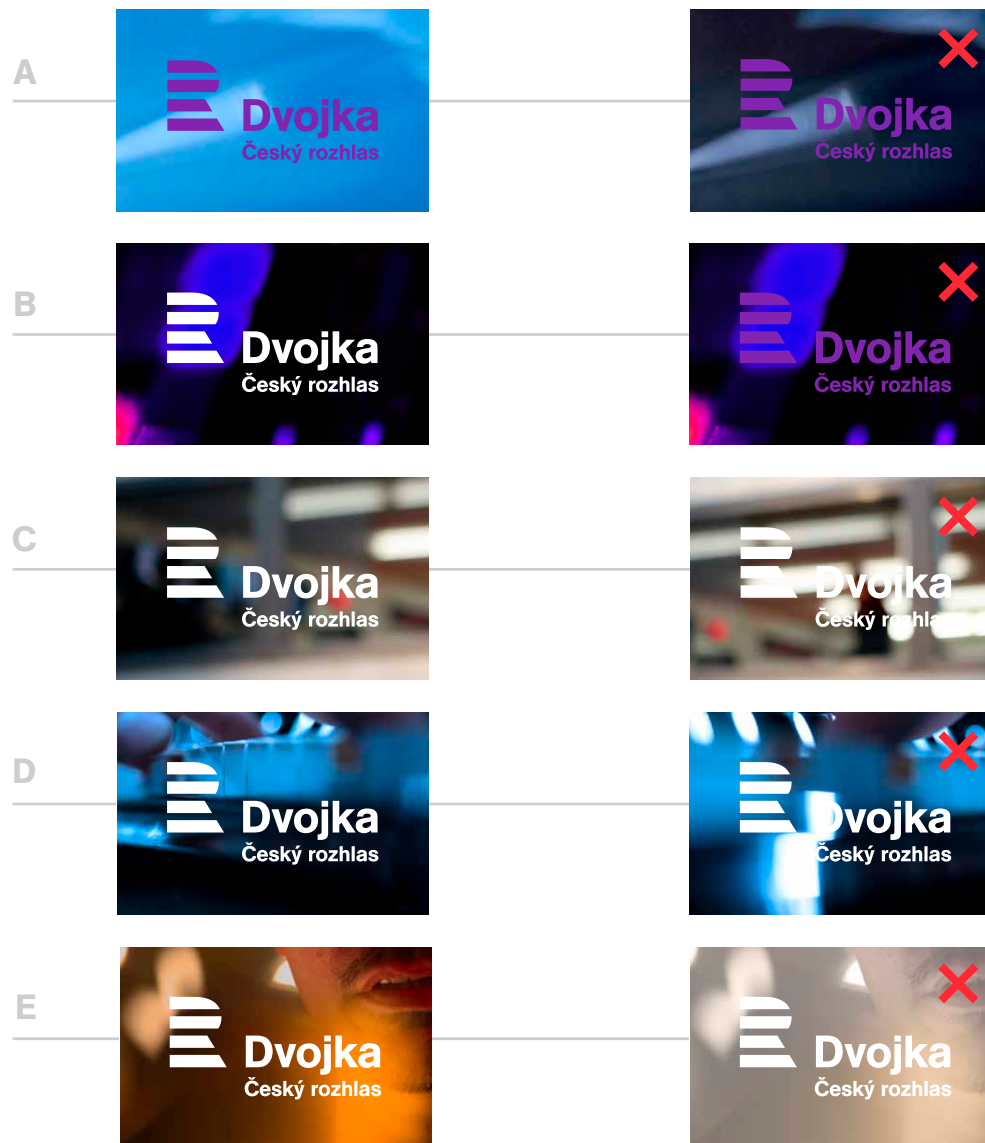
B

2.9 Logotyp na fotografii

- A** Pokud aplikujeme logotyp v jeho základní barevné podobě, musí být barevná nebo černobílá fotografie dostatečně světlá, aby kontrast zaručil jeho čitelnost.
- B** V případě, že je barevná nebo černobílá fotografie velmi tmavá, lze použít inverzní (bílou) variantu logotypu.
- C** Je-li podkladová fotografie nehomogenní, je nutné zvolit jiný výřez pro umístění logotypu.
- D** Také je možné použít drobných retuší ve fotografii pro docílení dostatečné čitelnosti logotypu.
- E** Další možností je úprava barevné saturace fotografie tak, aby vynikla čitelnost logotypu.

Základním pravidlem zůstává: učinit logotyp přirozenou součástí obrazové kompozice tak, aby nebyla narušena jeho čitelnost.

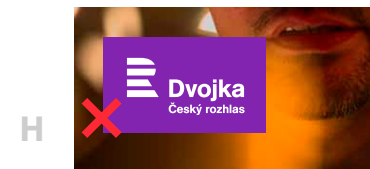
Stejná pravidla použití platí nejen u základní verze logotypu, ale i u všech ostatních verzí včetně samotného symbolu.



2.10 Zakázané varianty

Veškeré povolené podoby logotypu jsou jednoznačně definovány v tomto manuálu. Logotyp či samotný symbol není dovoleno jakkoli upravovat, přemisťovat nebo měnit poměry jednotlivých prvků, používat jiné písmo nebo měnit barevnost. Vyobrazení na této straně ukazují pouze některé nesprávné podoby a použití loga:

- A** pozměněná barevnost
- B** gradient
- C** obrysy
- D** stín
- E** dvě barvy
- F** rozšíření
- G** zúžení
- H** barevná plocha
- I** rámeček
- J** nahrazená typografie



3 Barevnost

3.1	Přehled barev logotypů	26
3.2	Český rozhlas	27
3.3	Radiožurnál	28
3.4	Dvojka	29
3.5	Vltava	30
3.6	Plus	31
3.7	Region	32
3.8	Radio Wave	33
3.9	Jazz	34
3.10	D-dur	35

3.1 Přehled barev logotypů

Vizuální identita Českého rozhlasu zahrnuje mimo základní tmavě modrou barevnost hlavního logotypu i sekundární barevnou škálu celoplošných, speciálních a regionálních stanic. Všechny tyto barvy jsou součástí jednotného vizuálního stylu Českého rozhlasu a lze je použít v rámci mediální komunikace. Každá z těchto stanic má zpracován svůj vlastní grafický manuál, který obsahuje mimo přesné definice základních barev i doplňkové barevné škály.

Stanice a ostatní sub-branding ČRo, které nejsou uvedeny v této tabulce, používají tmavě modrou korporátní barvu.

	Pantone		CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Český rozhlas		281	100 – 80 – 0 – 60	5013	100–724	0 – 15 – 55	000F37
Radiožurnál		032	0 – 90 – 80 – 0	3020	100–466	237 – 46 – 56	ED2E38
Dvojka		2593	66 – 92 – 0 – 0	4008	100–721	133 – 36 – 143	85248F
Vltava		306	75 – 0 – 5 – 0	5012	100–123	0 – 184 – 224	00B8E0
Plus		158	0 – 60 – 100 – 0	2011	100–717	222 – 112 – 8	DE7008
Region		3268	86 – 0 – 53 – 0	5021	100–718	0 – 171 – 150	00AB96
Radio Wave		457	30 – 30 – 100 – 0	1027	100–54	205 – 162 – 0	CDA200
Jazz		633	98 – 6 – 10 – 29	5019	100–17	0 – 128 – 158	00809E
D-dur		227	18 – 100 – 6 – 18	4004	100–723	171 – 3 – 92	AB035C
Zelená vlna		355	91 – 0 – 100 – 0	6018	100–122	0 – 150 – 69	009645

3.2 Český rozhlas

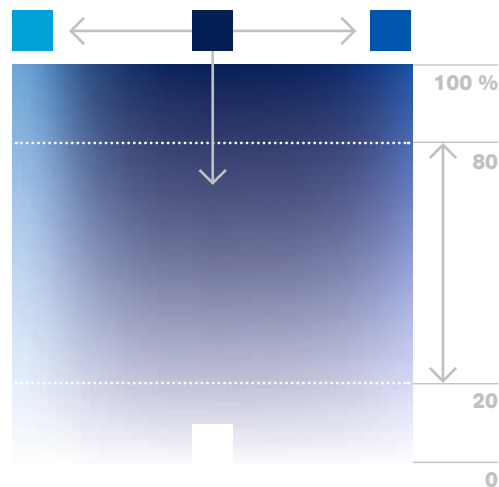
Základní barvou logotypu Českého rozhlasu je tmavě modrá.

Kromě základní tmavě modré jsou doporučeny dvě doplňkové barvy ve středním a světlém odstínu.

- A** Gradient – při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní tmavě modré, která tvoří střed mezi středním a světlým odstínem.
Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie – kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

Tato barevnost se aplikuje na všechny značky a sub-brandy, které nejsou uvedeny v přehledové tabulce, viz. kapitola 3.1. Např. Rádio Junior, SOČR, Rada ČRo atd. Tuto barevnost používáme i při tvorbě nových značek.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Český rozhlas		281 100 – 80 – 0 – 60	5013	100–724	0 – 15 – 55	000F37
doplňkové barvy						
Český rozhlas střední odstín		100 – 72 – 0 – 0			0 – 88 – 169	
Český rozhlas světlý odstín		65 – 25 – 0 – 0			81 – 159 – 215	



A



B

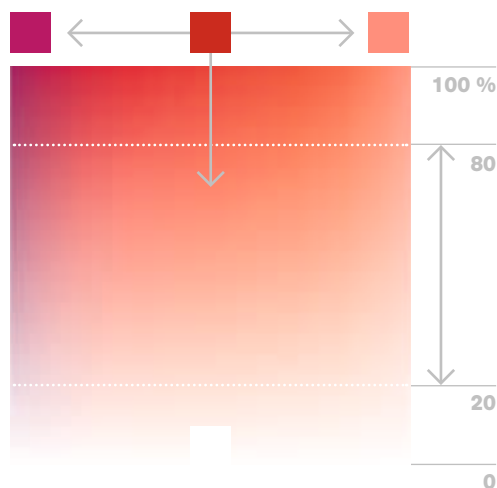
3.3 Radiožurnál

Základní barvou logotypu stanice Radiožurnál je červená.

Kromě základní červené jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient — při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní červené, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem.
- Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie — kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Radiožurnál		032 0 – 90 – 80 – 0	3020	100–466	237 – 46 – 56	ED2E38
doplňkové barvy						
Radiožurnál tmavý odstín		35 – 100 – 35 – 10			158 – 31 – 99	
Radiožurnál světlý odstín		0 – 55 – 45 – 0			245 – 142 – 125	



A

Zvýrazněný nadpis

Potlačený text na základním odstínu

Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

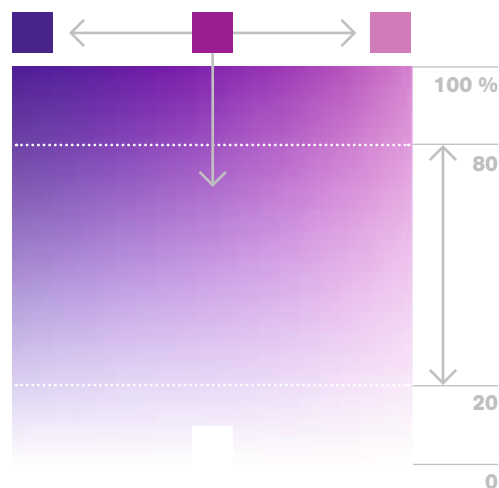
B

3.4 Dvojka

Základní barvou logotypu stanice Dvojka je fialová. Kromě základní fialové jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient — při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní fialové, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem. Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie — kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Dvojka		2593 66 – 92 – 0 – 0	4008	100–721	133 – 36 – 143	85248F
doplňkové barvy						
Dvojka tmavý odstín		90 – 100 – 0 – 10			65 – 41 – 133	
Dvojka světlý odstín		25 – 60 – 0 – 0			189 – 124 – 181	



A

Zvýrazněný nadpis
Potlačený text na základním odstínu
 Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

B

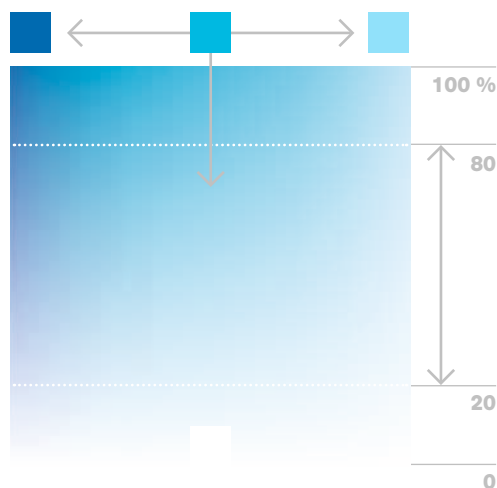
3.5 Vltava

Základní barvou logotypu stanice Vltava je tyrkysová.

Kromě základní tyrkysové jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient – při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní tyrkysové, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem.
Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie – kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Vltava		306 75 – 0 – 5 – 0	5012	100–123	0 – 184 – 224	00B8E0
doplňkové barvy						
Vltava tmavý odstín		90 – 50 – 0 – 10			0 – 106 – 172	
Vltava světlý odstín		30 – 0 – 0 – 0			171 – 225 – 250	



A

Zvýrazněný nadpis
Potlačený text na základním odstínu
 Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

B

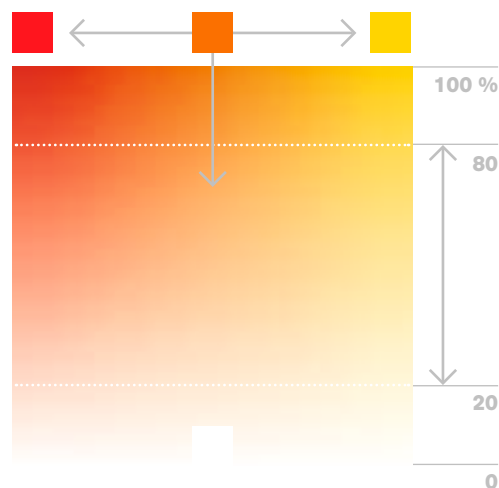
3.6 Plus

Základní barvou logotypu stanice Plus je oranžová.

Kromě základní oranžové jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient – při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní oranžové, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem.
Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie – kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Plus		158 0 – 60 – 100 – 0	2011	100–717	222 – 112 – 8	DE7008
doplňkové barvy						
Plus tmavý odstín		0 – 100 – 100 – 0			237 – 28 – 36	
Plus světlý odstín		0 – 15 – 100 – 0			255 – 212 – 0	



A

Zvýrazněný nadpis
Potlačený text na základním odstínu
 Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

B

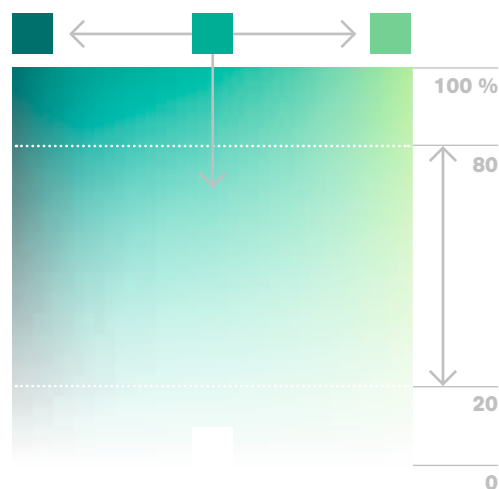
3.7 Region

Základní barvou logotypu regionálních stanic je zelená.

Kromě základní zelené jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient — při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní zelené, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem.
- Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie — kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Region		3268 86 – 0 – 53 – 0	5021	100–718	0 – 171 – 150	00AB96
doplňkové barvy						
Region tmavý odstín		100 – 50 – 65 – 0			0 – 112 – 109	
Region světlý odstín		43 – 0 – 53 – 0			150 – 207 – 151	



A

Zvýrazněný nadpis

Potlačený text na základním odstínu

Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

B

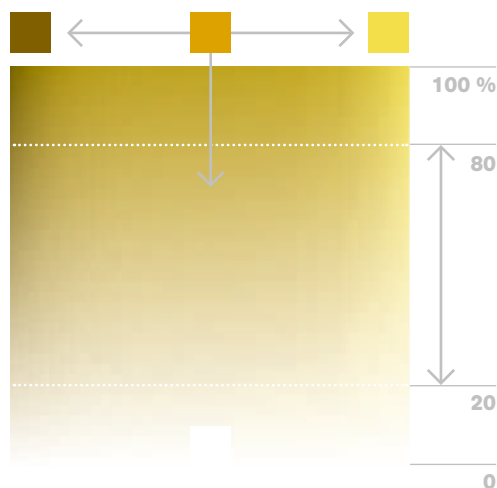
3.8 Radio Wave

Základní barvou logotypu stanice Radio Wave je zlatá.

Kromě základní zlaté jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient – při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní zlaté, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem. Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie – kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML	
Radio Wave		457	30 – 30 – 100 – 0	1027	100–54	205 – 162 – 0	CDA200
doplňkové barvy							
Radio Wave tmavý odstín		0 – 20 – 100 – 65			118 – 95 – 0		
Radio Wave světlý odstín		0 – 0 – 75 – 10			237 – 222 – 88		



A

Zvýrazněný nadpis
Potlačený text na základním odstínu
 Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

B

3.9 Jazz

Základní barvou logotypu stanice Jazz je petrolejová.

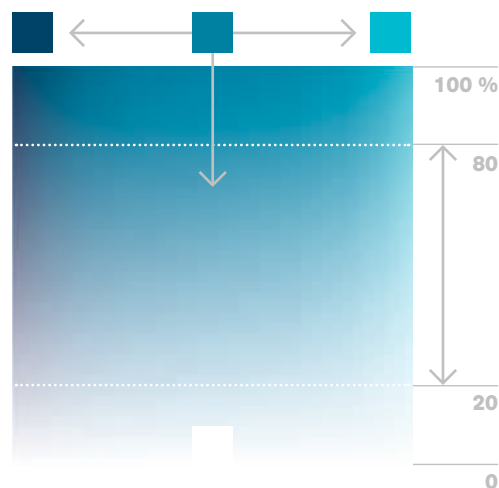
Kromě základní petrolejové jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

A Gradient – při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní petrolejové, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem.

Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).

B Typografie – kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
Jazz		633 98 – 6 – 10 – 29	5019	100–17	0 – 128 – 158	00809E
doplňkové barvy						
Jazz tmavý odstín		100 – 75 – 40 – 20			9 – 69 – 103	
Jazz světlý odstín		75 – 0 – 20 – 0			0 – 187 – 206	



A

Zvýrazněný nadpis
Potlačený text na základním odstínu
 Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

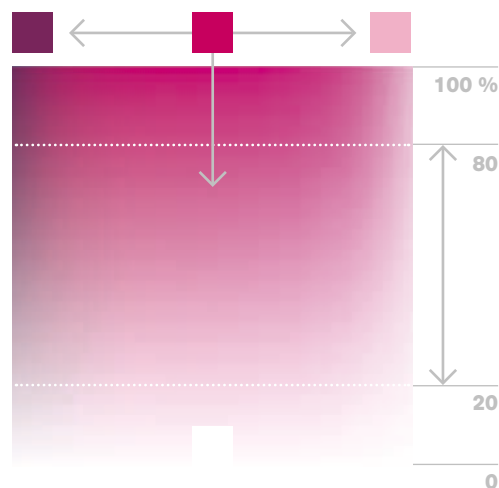
B

3.10 D-dur

Základní barvou logotypu stanice D-dur je bordó. Kromě základní bordó jsou doporučeny dvě doplňkové barvy v tmavém a světlém odstínu.

- A** Gradient – při vytváření přechodového gradientu vycházíme ze základní bordó, která tvoří střed mezi tmavým a světlým odstínem. Vytvořený gradient lze používat nejen ve 100% sytosti, ale lze zvolit i jeho světlejší odstíny (80–20 %).
- B** Typografie – kombinováním doplňkových barevných odstínů a bílé získáme další možnost dobře strukturovat informaci v textu.

základní barva	Pantone	CMYK	RAL	3M	sRGB	HTML
D-dur		227 18 – 100 – 6 – 18	4004	100–723	171 – 3 – 92	AB035C
doplňkové barvy						
D-dur tmavý odstín		70 – 100 – 49 – 10			104 – 42 – 90	
D-dur světlý odstín		0 – 30 – 0 – 10			225 – 176 – 198	



A

Zvýrazněný nadpis

Potlačený text na základním odstínu

Kontrastní doplňkové texty v bílé barvě

B

4 Typografie

- 4.1 Obecné typografické pojmy 37
- 4.2 Typografické míry 38
- 4.3 Titulkové písmo 39
- 4.4 Textové písmo 40
- 4.5 Písmo pro elektronické dokumenty a web 41
- 4.6 Písmo v logotypu 42
- 4.7 Kombinace písem 43
- 4.8 Řešení sazby 44

4.1 Obecné typografické pojmy

- A** Písmová osnova
 1 – akcentová linie
 2 – horní dotažnice
 3 – střední dotažnice
 4 – účaří (základní dotažnice)
 5 – spodní dotažnice
- B** Písmová rodina, řez (styl) písma
- C**
 1 – **verzálky** jsou velká písmena
 2 – **minusky** jsou malá písmena
 3 – **kapitálky** jsou verzálky speciálně překreslené na výšku minusek. Nejsou to tedy zmenšené verzálky. Uměle zmenšené verzálky působí výrazně světlejším dojmem a v textu působí rušivě.
 4 – Tam, kde je předepsaná sazba kapitálkami, se smí použít výhradně kapitálky, tedy ne v kombinaci s první literou verzálky



B AG Book Pro

Light
 Light Italic
 Regular
 Regular Italic
 Medium
 Medium Italic
 Bold
 Bold Italic
 Black
 Black Italic

- 1 **VERZÁLKY**
 2 **minusky**
 3 **KAPITÁLKY NEJSOU MALÉ VERZÁLKY**
 4 **✗ KAPITÁLKY**

4.2 Typografické míry

- A** Základní **typografickou jednotkou** je typografický bod. V tomto manuálu používáme anglosaský typografický bod (0,3528 mm).
- B** 1 – **výška řádku** (nepřesně řádkový proklad) je definována jako vzdálenost mezi účarími dvou po sobě následujících řádků textu. V grafických aplikacích se výška řádku nastavuje buď relativně, jako procento výšky písma, nebo absolutně, v typografických bodech.
2 – **výška písma** se v grafických programech nastavuje v typografických bodech.
- C** **Prostrkání** je vzájemná vzdálenost jednotlivých znaků (písmen, číslic, atd.) definovaná v relativních jednotkách – zlomcích čtverčíku (em).
1 – prostrkání 0,005 em
2 – prostrkání 0,05 em
3 – prostrkání 0,1 em
4 – **čtverčík** je rozměr čtverce, jehož šířka/výška se rovná definované velikosti písma. (V kovové sazbě mělo písmeno M většinou šířku i výšku kuželky shodnou, proto se čtverčík v angličtině označuje em – podle názvu písmene.)
V grafických programech se způsob zadávání prostrkání liší: v aplikacích firmy Adobe se udává prostrkání v 1/1000 em, v aplikaci QuarkXPress se používá jako jednotka 1/200 em a v kancelářských aplikacích (MS Word) je hodnota prostrkání zadávána absolutně v bodech.

A AG Book Pro 36/48

A

Skákal pes
přes oves

1

2

B

1 JMÉNO SPOLEČNOSTI

2 JMÉNO SPOLEČNOSTI

3 JMÉNO SPOLEČNOSTI

4



C

4.3 Titulkové písmo

AG Book Pro je základním písmem jednotného vizuálního stylu. Toto písmo – vycházející z původního Akzidenz-Grotesku – překreslil v letech 1969–1973 Günter Gerhard Lange. V roce 2006 byla písmová rodina rozšířena o další řezy ve formátu OpenType. Písmo AG Book Pro se pro svou tvarovou neotřelost a jasný výraz uplatní především jako písmo titulkové. Díky jeho vyvážené kresbě a dobré čitelnosti je také písmem, které lze použít i pro sazbu delších textů.

Písmo dodává písmolijna Berthold
<http://www.bertholdtypes.com/>

AG Book Pro
Regular

AÁBCČDEÉĚFGHIJKLMNOPQRŘ
 SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
 aábcčdeéěfghiijklmnopqrřsstťuúůvwxyzž
 [\^_‘~¢£¥¦§¨ª«¬–†‡•¶·¸»…‰œž!“”]
 # \$ % & ’ * + , - . / Æ ª Ł Ø Æ ° æ ð ø œ ß µ ™ Ð
 { 1/2 ± 1/4 ÷ ! ° 3/4 ® – ð × © Δ ≠ √ ≤ ≥ ∂ }

AG Book Pro
Medium

AÁBCČDEÉĚFGHIJKLMNOPQRŘ
 SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
 aábcčdeéěfghiijklmnopqrřsstťuúůvwxyzž
 [\^_‘~¢£¥¦§¨ª«¬–†‡•¶·¸»…‰œž!“”]
 # \$ % & ’ * + , - . / Æ ª Ł Ø Æ ° æ ð ø œ ß µ ™ Ð
 { 1/2 ± 1/4 ÷ ! ° 3/4 ® – ð × © Δ ≠ √ ≤ ≥ ∂ }

AG Book Pro
Bold

AÁBCČDEÉĚFGHIJKLMNOPQRŘ
 SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
 aábcčdeéěfghiijklmnopqrřsstťuúůvwxyzž
 [\^_‘~¢£¥¦§¨ª«¬–†‡•¶·¸»…‰œž!“”]
 # \$ % & ’ * + , - . / Æ ª Ł Ø Æ ° æ ð ø œ ß µ ™ Ð
 { 1/2 ± 1/4 ÷ ! ° 3/4 ® – ð × © Δ ≠ √ ≤ ≥ ∂ }

4.4 Textové písmo

Písmo **Arnhem** navrhl Fred Smeijers v roce 1999 speciálně pro sazbu dlouhých textů, dobře poslouží v luxusních publikacích i v novinovém firemním zpravodaji. Celá rodina je vybavena dostatečným počtem řezů, takže umožní typograficky kvalitně zvládnout všechny druhy firemní prezentace.

Písmo dodává písmolijna OurType
<http://ourtype.com/>

Arnhem
Regular
Italic

AÁBCČDEÉĚFGHIJKLMNOPQRŘ
 SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
 aábcčdeéěfghiíjklmnopqrřsstťuúůvwxyzž
 [\^_‘~¢£¥ƒ§€’“«»–†‡•¶•,,,”»…%‰!"]
 # \$ % & ’ * + , - . / Æ Æ L Ø O E ° æ ı ø œ ß μ ™ Đ
 { ½ ± ¼ ÷ ÷ ¹ ³ ¼ ® – ð × © ≠ √ ≤ ≥ ∂ }

Arnhem
Bold
Bold Italic

AÁBCČDEÉĚFGHIJKLMNOPQRŘ
 SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
 aábcčdeéěfghiíjklmnopqrřsstťuúůvwxyzž
 [\^_‘~¢£¥ƒ§€’“«»–†‡•¶•,,,”»…%‰!"]
 # \$ % & ’ * + , - . / Æ Æ L Ø O E ° æ ı ø œ ß μ ™ Đ
 { ½ ± ¼ ÷ ÷ ¹ ³ ¼ ® – ð × © ≠ √ ≤ ≥ ∂ }

Arnhem
Black
Black Italic

AÁBCČDEÉĚFGHIJKLMNOPQRŘ
 SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
 aábcčdeéěfghiíjklmnopqrřsstťuúůvwxyzž
 [\^_‘~¢£¥ƒ§€’“«»–†‡•¶•,,,”»…%‰!"]
 # \$ % & ’ * + , - . / Æ Æ L Ø O E ° æ ı ø œ ß μ ™ Đ
 { ½ ± ¼ ÷ ÷ ¹ ³ ¼ ® – ð × © ≠ √ ≤ ≥ ∂ }

4.5 Písmo pro elektronické dokumenty a web

V případech, kdy není k dispozici originální písmo AG Book Pro, mohou uživatelé kancelářských programů (MS Office apod.) použít jako náhradu systémové písmo Arial. Písmo Arial lze také použít pro počítačové prezentace a webové stránky. Toto písmo je předepsáno i pro nastavení automatického e-mailového podpisu. Písmo je stanoveno jak pro automatický podpis, tak i pro průvodní text v těle zprávy.

Ke generování podpisu slouží aplikace umístěná na intranetu ČRo.

Arial
Regular
Italic

AÁBCČDEÉĚĚFGHIJKLMNOPQRŘ
SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
aábcčdeéěfghiíjklmnopqrřsstt'uúůvwxyzž
[^_ '~¢£¥¦§¨ª«»–†‡•¶„”»...%º¿!"]
#\$%&'*,+,-./ÆªŁØOE°æıøoeßµ™Đ
{½±¼÷!³¼®–ð×©Δ≠√≤≥ð}

Arial
Bold
Bold Italic

AÁBCČDEÉĚĚFGHIJKLMNOPQRŘ
SŠTUÚŮVWXYZŽ (123456789)
aábcčdeéěfghiíjklmnopqrřsstt'uúůvwxyzž
[~¢£¥¦§¨ª«»–†‡•¶„”»...%º¿!"]
#\$%&'*,+,-./ÆªŁØOE°æıøoeßµ™Đ
{½±¼÷!³¼®–ð×©Δ≠√≤≥ð}

4.6 Písmo v logotypu

Pro vytváření dalších logotypů bylo v titulkovém písmu AG Book upraveno několik liter.

- A** Verzálka **R** má narovnan šikmý dřík, chvost písmene. Také je narovnan jemný seríf na základní dotažnici u minusky **a**. Háček a čárka byly nepatrně sníženy a nakloněny.
- B** Srovnání logotypu vysázeného originálním písmem AG Book (v šedé). Pod ním v modré barvě stejný logotyp s upravenými literami.

R Č ě ž

A

Radiožurnál



Radiožurnál

B

4.7 Kombinace písem

Ukázka kombinace titulkového písma
AG Book Pro a textového písma Arnhem.

AG Book Pro⁺

iRádio
ONLINE

94.6
FM

Český rozhlas
je jediným
veřejnoprávním
rádiem v České
republice.

**AG Book is a variant designed by
Günter Gerhard Lange between
1969 and 1973. In 2006, the font
family was expanded to 3 widths
with 6 weights.**

Naším posláním je sloužit veřejnosti,
poskytovat kvalitní informace,
vzdělávání, kulturu i zábavu
a přispívat k ochraně a rozvoji
základních hodnot demokratické
společnosti. **Proznačování v textu
je možné použitím písma Arnhem
Bold. Nebo použitím písma Arnhem
Bold Italic, případně Arnhem
Italic.** Pro zajištění dlouhodobé
úspěšnosti Českého rozhlasu jako
média veřejné služby je nezbytné
rozvíjet společnou firemní

kulturu založenou na vzájemné
spolupráci, důvěryhodnosti, rozvoji
a především orientaci na posluchače.
Základním kamenem firemní
kultury jsou hodnoty společnosti,
které vycházejí z poslání Českého
rozhlasu. Pro zajištění dlouhodobé
úspěšnosti Českého rozhlasu jako
média veřejné služby je nezbytné
rozvíjet společnou firemní kulturu
založenou na vzájemné spolupráci,
důvěryhodnosti, rozvoji a především
orientaci na posluchače.

Arnhem OT

4.8 Řešení sazby

Ukázky optimálního poměru velikosti textového písma Arnhem Regular a řádkového prokladu vzhledem k šířce sazby (délce řádku). Ukázka má pouze ilustrativní charakter, hodnoty lze citlivě přizpůsobovat podle typu a účelu textu.

Pro zajištění dlouhodobé úspěšnosti Českého rozhlasu jako média veřejné služby je nezbytné rozvíjet společnou firemní kulturu založenou na vzájemné spolupráci, důvěryhodnosti, rozvoji a především orientaci na posluchače. Základním kamenem firemní kultury jsou hodnoty společnosti, které vycházejí z poslání Českého rozhlasu a definují hlavní principy a požadavky na naši každodenní práci.

8/10,5 bodu

Pro zajištění dlouhodobé úspěšnosti Českého rozhlasu jako média veřejné služby je nezbytné rozvíjet společnou firemní kulturu založenou na vzájemné spolupráci, důvěryhodnosti, rozvoji a především orientaci na posluchače. Základním kamenem firemní kultury jsou hodnoty společnosti, které vycházejí z poslání Českého rozhlasu a definují hlavní principy a požadavky na naši každodenní práci.

9/11,5 bodu

Projevují se v našem myšlení, chování, kvalitě mezilidských vztahů, rozhodování a mají vliv na naši motivaci a pracovní výsledky. Klíčovým úkolem Českého rozhlasu je tyto hodnoty sdílet, dlouhodobě udržovat a především jednat v souladu s nimi. Čím pevněji budeme naše hodnoty prosazovat, tím větší pozitivní vliv budou mít na naši společnost i posluchače.

10/12,5 bodu

Český rozhlas je jediným veřejnoprávním rádiem v České republice. Kromě základních čtyř celoplošných plnoformátových stanic nabízí ještě program na čtyřech specializovaných kanálech zaměřených na zpravodajství, vážnou hudbu, popularizaci vědy a techniky a na vysílání pro mladé posluchače. Kromě toho Český rozhlas vysílá do zahraničí v pěti světových jazycích a češtině.

11/13,5 bodu

5 Vizuální styl

5.1	Vizuální styl – úvod	46
5.2	Korporátní podklad ČRo	47
5.3	Korporátní fotografie ČRo	48
5.4	Korporátní podklady stanice	49
5.5	Korporátní fotografie stanice	50
5.6	Ukázky inzerce	51
5.7	Layout inzerce	52
5.8	Formáty inzerce	53
5.9	Inzerce s abstraktní grafikou	54
5.10	Inzerce s fotografickým vizuálem	55

5.1 Vizuální styl – úvod

Vizuální styl ČRo tvoří čtyři základní prvky.

Symbol, korporátní podklad, fotografie

a typografie. Práce s nimi a vzájemné propojení je popsáno dále v této kapitole.



5.2 Korporátní podklad ČRo

Modré podklady jsou tvořeny zvětšenými detaily symbolu R. Následným prolínáním a násobením je vytvořena široká paleta abstraktních ploch. Korporátní podklad používáme především u všech merkantilních tiskovin a materiálů, které mají přímou vazbu na Český rozhlas. Abstraktní podklad použijte i v případě, že nemáte k dispozici dostatečně kvalitní fotografický materiál nebo na míru vytvořený vizuál. Je povoleno provádět drobné úpravy, pro dosažení optimálních kontrastů např. plochy a typografie.

Používejte pouze existující předlohy abstraktního podkladu, které vám poskytneme – nikdy podklad sami znovu nevytvářejte.

Český rozhlas

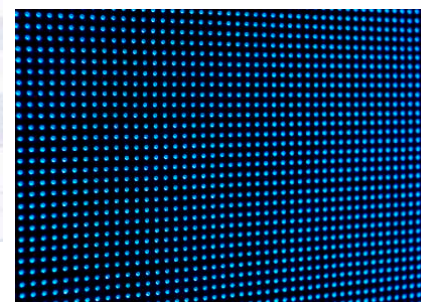
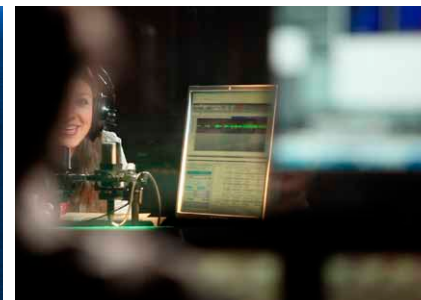


5.3 Korporátní fotografie ČRo

Korporátní fotografie je takový snímek, který obsahově a esteticky koresponduje s vizuálním stylem ČRo. Snímky je možné barevně korigovat, lze na ně např. aplikovat modré tóny z korporátní barevné palety. Vybírejte fotografie s abstraktními motivy a nebojte se velkých detailů. Při správné aplikaci typografie dosáhnete maximálního vizuálního účinku.

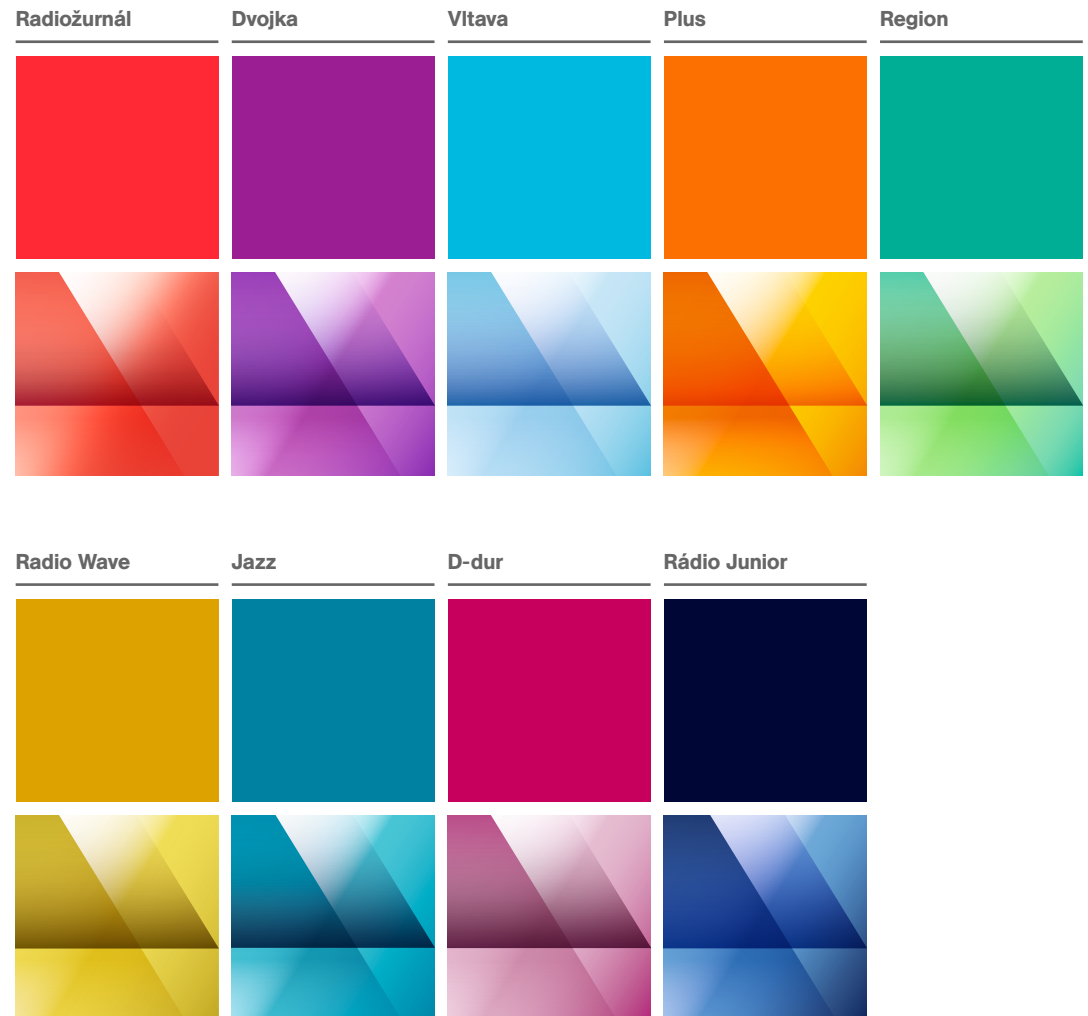
Vyvarujte se snímků s nevhodnou expozicí, kompozicí či příliš mnoha detaily.

Český rozhlas



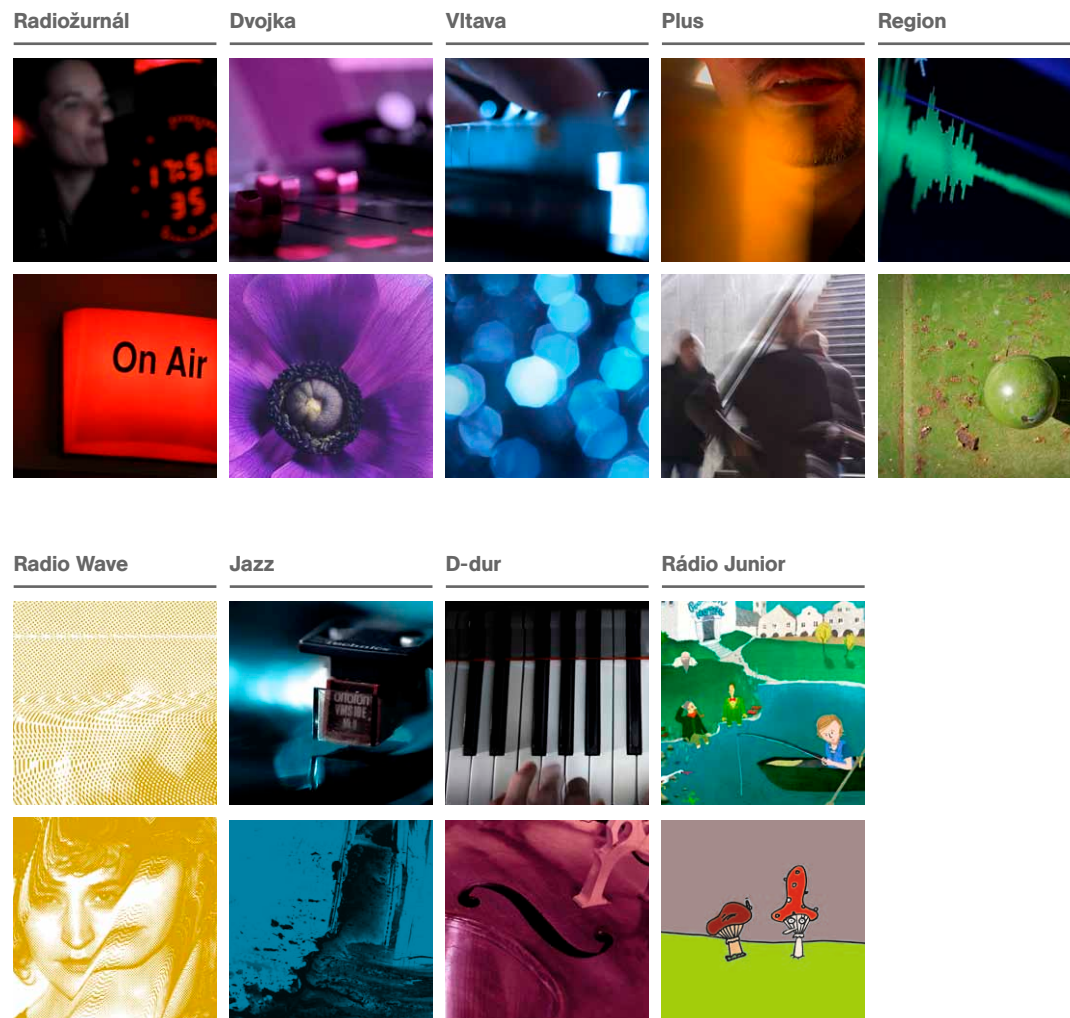
5.4 Korporátní podklady stanice

Korporátní podklady stanic jsou postaveny na stejném principu jako korporátní podklad ČRo. Řídí se stejnými pravidly. Jednotlivé podklady jsou provedeny v příslušné barevnosti dané stanice (viz. kapitola **3 Barevnost**).



5.5 Korporátní fotografie stanice

Výběr fotografií k jednotlivým stanicím se řídí stejným principem jako výběr fotografií pro ČRo. Používejte detaily, abstraktnější motivy, a barevně snímky upravujte dle příslušné barevné škály.



5.6 Ukázky inzerce

Ukázka variability vizuálního stylu na příkladech celostranové inzerce se třemi typy podkladu.

barevná plocha



abstraktní podklad



korporátní fotografie



5.7 Layout inzerce

- A** Zrcadlo sazby – definuje vzdálenost všech objektů od kraje formátu (pro základní formát A4 je 12 mm).
- B** Logotyp (velikost 40 %) – fixně dané umístění do levého spodního nebo horního okraje (viz. kapitola **5.8**).
- C** Hlavní titulek – AG Book Pro Medium – nemá fixně danou velikost ani umístění, obojí se mění vzhledem k rozsahu titulku. Pro případné proznačování lze použít jinou barvu titulku (viz. kapitola **3 Barevnost**) nebo jiný řez písma.
- D** Doplnkový text – AG Book Pro Medium a Regular – velikost textu je odvozena od velikosti textu webové stránky a je definována na 60 % nebo 100 % této velikosti. Umístění se mění vzhledem k rozsahu textu. Pro případné proznačování lze použít i jinou barvu titulku (viz kapitola **5.8**).
- E** Webová adresa – AG Book Pro Medium – velikost textu je rovna velikosti textu logotypu. Fixně dané umístění do levého nebo pravého spodního okraje (viz kapitola **5.8**). Barva textu je vždy stejná jako barva logotypu. Způsob psaní webové adresy uvádí interní metodický pokyn ČRo.

A4 – logotyp 40 %, webová adresa 18 bodů

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikostí všech prvků inzerce.

Prvky inzerce



5.8 Formáty inzerce

U výškových formátů inzerce jsou logotyp a webová adresa vždy umístěny u levého okraje zrcadla, u šířkových formátů pak u spodního okraje zrcadla.

U formátů A4, 1/2 a 1/3 A4 je zrcadlo sazby vsazené 12 mm od kraje, u formátu 1/4 A4 9 mm (u menších formátů je okraj zmenšený poměrově).

- A** U základního formátu (poměru stran) lze logotyp a webovou adresu umístit ke spodnímu nebo levému okraji.
- B** Extrémní šířkový formát – logotyp v horizontální verzi (logotyp 30 %, webová adresa 14 bodů).
- C** Extrémní výškový formát – logotyp ve vertikální verzi (logotyp 50 %, webová adresa 13 bodů).
- D** U základního poměru stran lze logotyp a webovou adresu umístit ke spodnímu nebo levému okraji.

A4 – logotyp 40 %, webová adresa 18 bodů
 1/2 A4 – logotyp 35 %, webová adresa 16 bodů
 1/3 A4 – logotyp 35 %, webová adresa 16 bodů
 1/4 A4 – logotyp 25 %, webová adresa 12 bodů

Při zvětšování a zmenšování je nutné zachovat dané poměry velikostí všech prvků inzerce.

Přehled formátů



5.9 Inzerce s abstraktní grafikou

Ukázka typických formátů inzerce s abstraktním gradientem v podkladu s aplikovanou metodikou kapitoly 5.8.

Ukázkový vizuál – abstraktní podklad



5.10 Inzerce s fotografickým vizuálem

Ukázka typických formátů inzerce s fotografií
v podkladu s aplikovanou metodikou kapitoly 5.8.

Ukázkový vizuál – fotografický podklad

