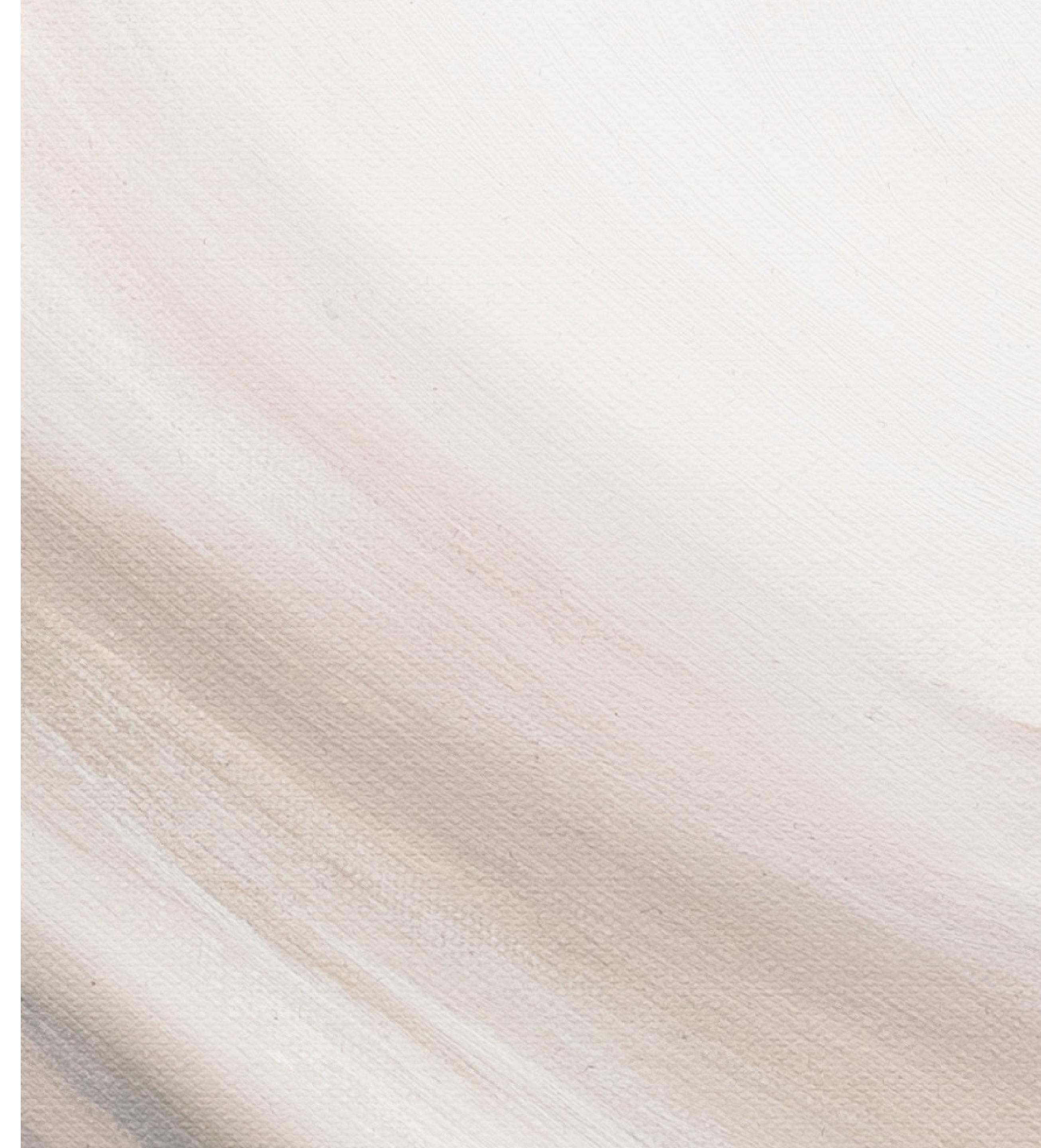


STYLE GUIDE & BRAND IDENTITY

ARTISTRYZEY

Version 1.0 - December 2020



INDHOLD

Indholdsfortegnelse	Side 1
Introduktion	Side 2
Brand Identitet	Side 3
Visuel Identitet	Side 4
Logo	Side 5
Typografi	Side 6
Farver	Side 7
Billeder	Side 8
Layout	Side 9
Stil og tone	Side 10
Fremtid og udvikling	Side 11

INTRODUKTION

ARTISTRYZEY er mere end bare et navn, en farvepalette eller en bestemt font; det handler om den overordnede oplevelse, stemning og det indtryk, som man prøver at opnå.

Denne styleguide er med til at opretholde ARTISTRYZEYs afsenderidentitet. Dette skal sikre, at undervisere, potentielle kunder og arbejdsgivere får en konsekvent oplevelse over forskellige platforme og produkter. Alt dette er med til at skabe genkendelse og tillid, som er vigtige elementer for at sætte sine spor som brand.

Guiden vil dække over forskellige elementer som udgør den visuelle identitet, stil og tone, samt brand identitet/associationer, som branden står inde for. Denne styleguide kan bruges som en regelbog, til at navigere rundt og arbejde på vegne af ARTISTRYZEY.

BRAND IDENTITET

ARTISTRYZEY er et, et-mands-brand, bestående af Zeynep Karagöz. "Artistry", som repræsenterer mit kreative jeg, er sat sammen med "Zey", værende en forkortelse af fornavnet Zeynep. Brandet er på nuværende tidspunkt ikke en stor virksomhed, med flere ansatte. Derimod er mit brand den jeg er, som person, samt de services jeg kan tilbyde. Søg mig som multimediedesign studerende, maler, kunstner og overordnet kreativt individ. En multi person, som er klar på at tage udfordringer op.

Sidestående ord, er værdiord/karaktertræk, som brandet ARTISTRYZEY, søger at identificerer sig med.

PERSONLIGT PLAN

KREATIV

AMBITIOS

FLEKSIBEL

PLATFORME

Ser man hen på platforme/områder relateret til ARITISTRYZEY, i form af hjemmesiden artistryzey.com, YouTube, visitkort, brochurer, Instagram og andre div. platforme, er der nogle lidt anderledes karaktertræk, som gør sig gældende. Se nedenstående værdiord:

MINIMALISTISK

GENNEMFØRT

OVERSKUELIGT

STILRENT

VISUEL IDENTITET

OVERVIEW

Overblik over design elementer, som er med til at udgøre ARTISTRYZEY's visuelle identitet.

"Less is more"

- Ludwig Mies Van Der Rohe

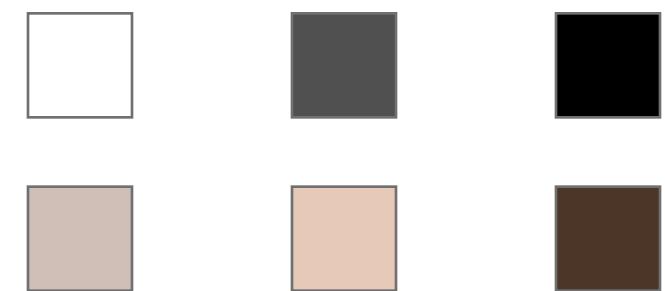
STIL

Stilistisk, kan man beskrive ARTISTRYZEY ved disse karakteristika: Simpelt, Nordisk, Moderne, Neutrale farver, Stilrent og Minimalistisk.

LOGO

ARTISTRYZEY

FARVER



TYPOGRAFI

HELVETICA BOLD
HELVETICA REGULAR
HELVETICA LIGHT
HELVETICA LIGHT OBLIQUE

BILLEDER



LOGO

Logoet består af kunstnernavnet ARTISTRYZEY, som er et samspil mellem det engelske “Artistry” og fornavnet “Zeynep”. Logoet er skrevet med skriftypen Helvetica, med fed/bold skrift. Logoet skrives med store bogstaver, og må ikke skrives med små bogstaver. Farven på skriften er sort, dog kan skriften ændres til hvid på mørke baggrunde.

1) Det primære logo til højre, er skrevet med en skriftstørrelse på 70 pixels, i en kasse der har en bredde på 800 pixels og en højde på 400 pixels.
(X = 2*Y)

Kasse størrelsen kan justeres til en smallere/bredere horisontal rektangel eller en kvadratisk kasse. Undgå vertikale rektangler.

2) Hvis det primære logo ikke fungerer i given kontekst, kan man bytte rundt på tekst og baggrunds farven. Her står den hvide skrift på sort baggrund, for at skabe kontrast, hvilket gør det læsbart.

Undgå prængende farver, og mangel på kontrast.

1) Primære logo



ARTISTRYZEY

2) Alternativt logo



3) Undgå



TYPOGRAFI

ARTISTRYZEY gør brug af skriftypen Helvetica, af skriftdesigner Max Miedinger og Eduard Hoffmann.

Hvis **Helvetica** ikke er tilgængelig, kan man bruge **Helvetica Neue**.

Er Helvetica slet ikke tilgængeligt, så gør brug af en Sans Serif font, som er simpel og moderne.

Se nedenstående eksempler, på hvordan skriftypen bruges, og i hvilke sammenhænge:

HELVETICA BOLD

**LOGO, OVERSKRIFTER, KNAPPER, VIGTIGE ORD/
SÆTNINGER.**

STORE BOGSTAVER

HELVETICA REGULAR

MINDRE OVERSKRIFTER, SEMI VIGTIGE ORD/
SÆTNINGER

STORE BOGSTAVER

Helvetica Regular

Brødtekst, diverse kortere sætninger.

Stort begyndelses bogstav

Helvetica Light

Diverse brødtekst, diverse mindre vigtige korte sætninger.
Stort begyndelses bogstav

HELVETICA LIGHT

DIVERSE KORTE SÆTNINGER, FOOTER TEKST, DATOER,
SIDETAL
STORE BOGSTAVER

Helvetica Light Oblique

Citater, sproglige vendinger

Stort begyndelses bogstav

FARVER

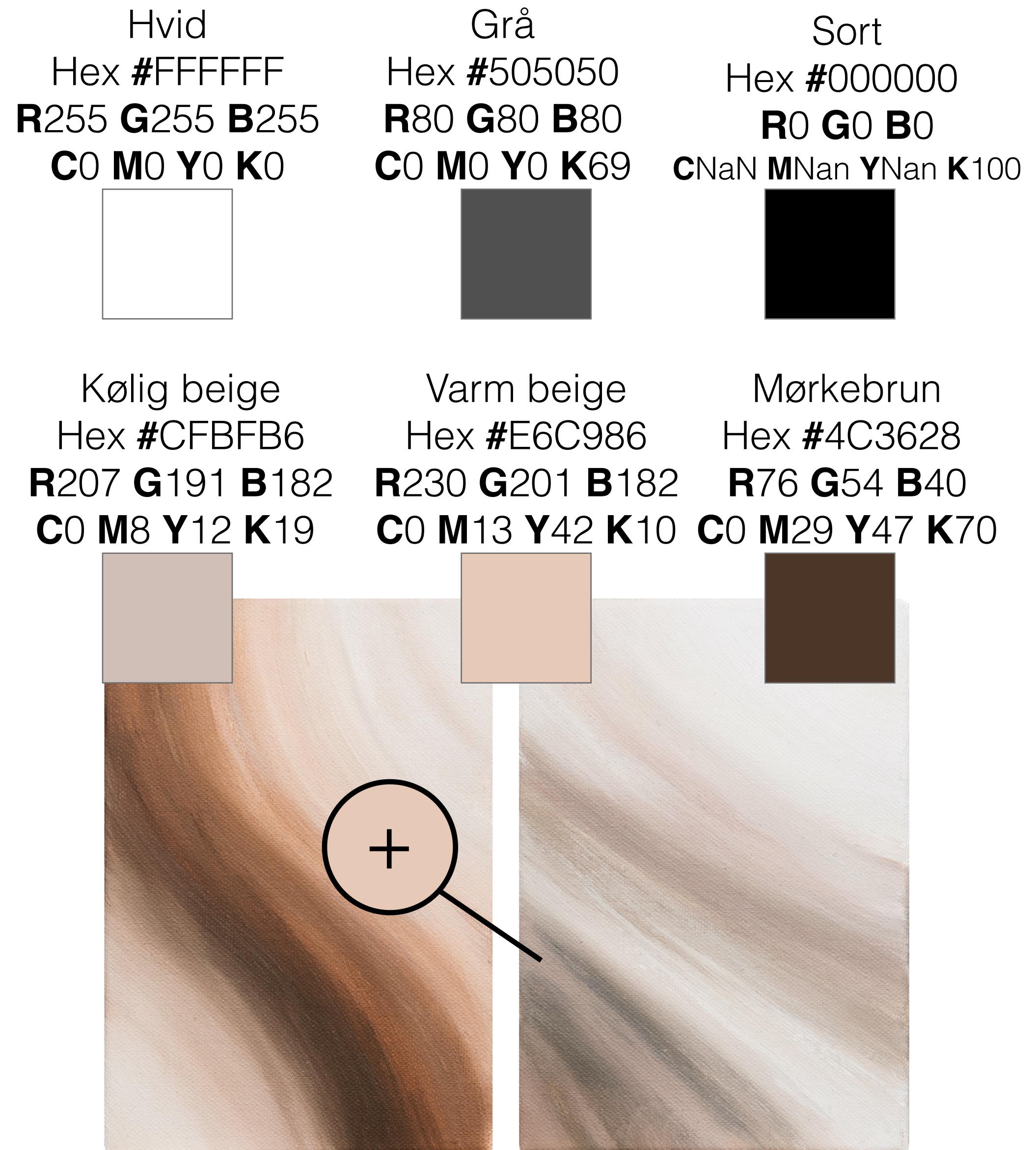
PRIMÆRE FARVER

Hovedsageligt bliver "farverne" hvid, grå og sort brugt. Sort bruges primært til logo og tekst. Hvorimod hvid hovedsageligt bliver brugt til baggrundsfarver på hjemmesider/baggrunds drop bag billeder. Dog kan rollerne også byttes mellem sort og hvid. Til diverse brødtekst bliver farven grå brugt, der er ikke nogen bestemt grå, som skal bruges/implementeres. Det anbefales dog at vælge en grå, som er mørk nok til at skabe kontrast mod en hvid baggrund, og omvendt, lys nok på en sort baggrund. Se farven "grå", som et eksempel på en mulig grå farve.

ALTERNATIVE FARVER

Der tages stor afstand fra prangende farver, hvad end omhandler opbygning af hjemmesiden artistryzey.com og logo. Kunst mæssigt (malerier, tegninger, grafiske illustrationer og andre kreative opgaver/projekter) er der frit spil i hele farvespektret. Vil man implementere billeder/farver på hjemmesiden artistryzey.com, kan man vælge neutrale farver/jordtoner. Eksemplerne til højre, er farver, som er uddraget fra mine malerier med pipette værktøj. Hvis passende i given kontekst, kan man bruge ARTISTRYZEY's værker, som farve inspiration.

Se artistryzey.com > Projekter > Malerier

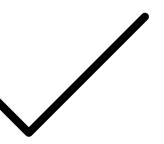


BILLEDER

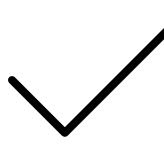
Ved implementering af billeder, anbefales det at bruge professionelle billeder. Alt efter kontekst, kan det også anbefales af have et hvidt back drop, hvor personen/værket får lov til at tale for sig selv. Skal der bruges billeder til hjemmesider/brochurer, kan man bruge malerierne "Moon", "1.0" og "2.0", da de er relativt neutrale i farverne og er æstetisk nydelige at se på. Ergo, passer de godt ind til mange områder/platforme såsom hjemmesider og endda fremtidige visitkort/brochurer. Undgå implementering af billeder i dårlig kvalitet med dårlig belysning.

Skal der bruges billeder af Zeynep Karagöz, som person, anbefales det at bruge professionelle portrætbilleder, og ikke "selfies".

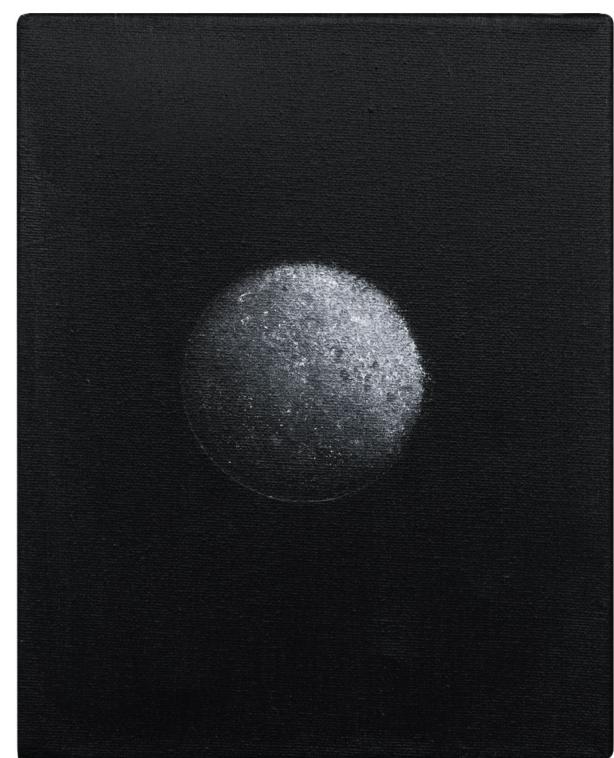
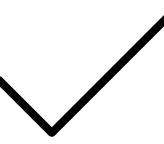
Se eksempler for 'anbefalinger' og 'undgå'.



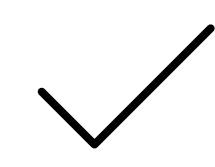
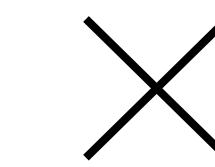
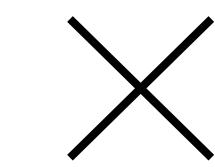
1.0



2.0



Moon



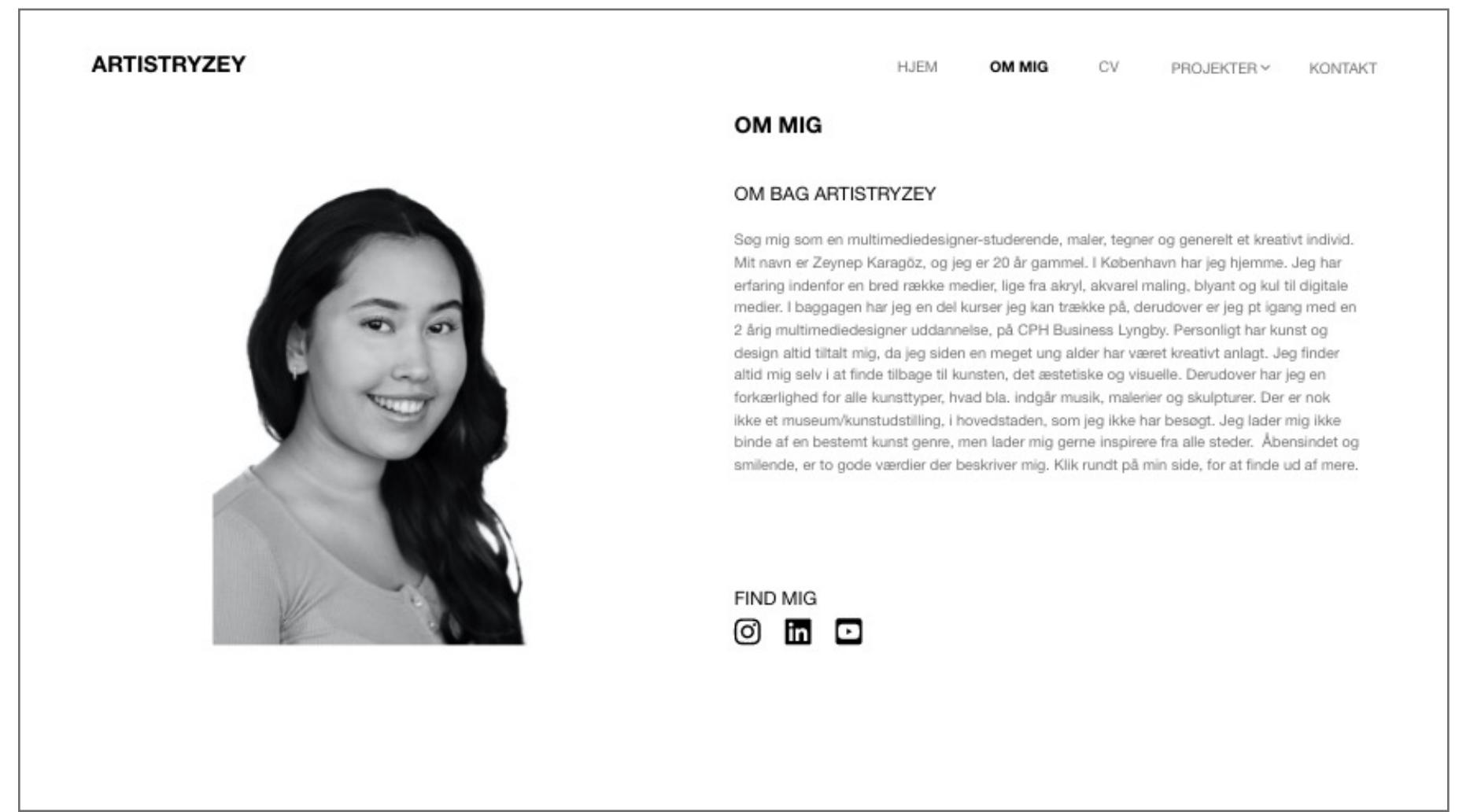
LAYOUT

For at køre videre på den minimalistiske og overskuelig stil, anbefales det, at man max har 1-2 fokus område/områder på given side/ark. Dette er for, at få brugeren til at fokusere på det indhold, som er vigtigt. For meget indhold presset sammen på en side, kan skabe forvirring og gøre tingene uoverskuelige. Om det så er en side på artistryzey.com hjemmesiden eller en styleguide, som denne, anbefales der, at man udvælger hoved indholdet, og skaber et sammenspil mellem tekst og billeder/ikoner/knapper/grafiskelementer, hvilket man kan gøre ved at positionere tekst til enten højre/venstre eller øverst/nederst. Derudover kan man også skabe kasser med en anden solid farve, hvis der er brug for mere information/indhold på given side. Husk luft, (margin/padding, hvis man koder) for at skabe mere overskuelighed.

1) Figur 1, viser siden “OM MIG”, hvor hoved indholdet er en forklaring om Zeynep Karagöz, som understøttes af et billede af Zeynep Karagöz. Under ser vi socialemedie ikoner, som ikke forstyrrer fra hovedindholdet.

2) Figur 2, viser det man hos ARTISTRYZEY prøver at undgå. Dette er bla. i form af prangende farver, detaljerede mønstre, for meget indhold på en side og uoverskuelighed.

1) Skærmbillede fra Adobe XD prototype af artistryzey.com



2) Skærmbillede af Lingscars.com

STIL OG TONE

Det er på nuværende tidspunkt let at holde en ensartet stil og tone, en stemme, så at sige. Dette er grundet af, at det kun er mig, Zeynep Karagöz, som står bag al tekst, formuleringer og vendinger. På længere sigt, hvis brandet fik flere medarbejdere, ville der være en bestemt stil og tone, som skulle overholdes. Dette sørger for, at dem der interagerer med ARTISTRYZEY får en ensartet oplevelse, på tværs af platforme, upåvirket af tid og sted.

Sproget skal være ordentligt, og må ikke være præget af subjektive følelser, meninger og vendinger. Der skal overholdes en overordnet pæn og professionel tone, som vil få en mulig kunde til at føle sig velkommen og informeret. Er der eksempelvis tale om en interaktion med en mulig kunde, som er interesseret i et maleri, hvor kunden har et spørgsmål. Skal der være nok tekst og information til, at kunden føler sig informeret og har fået en grundlæggende idé om det specifikke henvendelses område.

Eksemplet til højre, er en hypotetisk interaktion mellem potentiel kunde og medarbejder fra ARTISTRYZEY.

- 1) Potentiel kunde skriver en mail, efter at have set ARTISTRYZEY's Instagram profil.

Hej!

Mit navn er Maibritt, og jeg kunne godt tænke mig at høre, hvor meget du solgte dit "Moon" maleri for?

Mvh Maibritt Kviesgaard

Sendt fra min iPhone

God eftermiddag Maibritt,

Tak for din mail.

Værket "Moon" på 30x15cm, står til 3000 dkk.

Du kan læse mere om værker og priser på www.artistryzey.com/køb

Mvh

Zeynep Karagöz fra ARTISTRYZEY

- 2) Hvordan det forventes, at man hos ARTISTRYZEY svarer tilbage på en mail.

FREMTID OG UDVIKLING

Fretniden ser lys og succesfuld ud.

Som nævnt tidligere, er ARTISTRYZEY på nuværende tidspunkt et et-mands-brand. Hvis man på længere sigt fik flere medarbejdere eller samarbejdspartnere, ville denne styleguide være nyttig. Dog ser jeg ARTISTRYZEY udvikle og rykke sig mere endnu. Dette er grundet af, at jeg pt færdiggør første semester, og stadig har 1,5 år tilbage af uddannelsen. Denne styleguide vil formegentlig være fundamentet, som jeg kan falde tilbage på.

Fretniden kan byde på en klogere og videreudviklet version af Zeynep Karagöz, og dertil vil mine kompetencer også rykke sig. Derfor kaldes denne styleguide for version 1.0, da dette er første udkast af ARTISTRYZEYs styleguide.

STYLE GUIDE & BRAND IDENTITY

ARTISTRYZEY

Version 1.0 - December 2020

