

# **Aflatoun International**

## **Изображения и графика**

### **Общая информация**

Визуальный контент имеет ключевое значение для донесения миссии и влияния Aflatoun. Наши изображения должны отражать расширение прав и возможностей, разнообразие и преобразования, лежащие в основе наших программ социального и финансового образования. Это руководство содержит рекомендации по выбору и использованию фотографий, графики и визуальных элементов, соответствующих нашей айдентике.

## **1. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОТОСЪЕМКЕ**

### **Аудитория и цель**

Визуальные материалы Aflatoun International ориентированы на взрослую и институциональную аудиторию, включая:

- Партнёров и внедряющие организации
- Спонсоров и доноров
- Представителей государственных структур
- Образовательные учреждения
- СМИ и специалистов по коммуникациям

### **Стиль фотографии**

#### **ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЕ СТИЛИ:**

- Аутентичный документальный: Реальные моменты из программ Aflatoun
- Ориентированный на действие: Дети и молодёжь активно вовлечены в обучение
- Укрепляющий субъектность: На снимках уверенные, инициативные и способные люди
- Разнообразный: Отражающий наш глобальный охват в более чем 100 странах

## **ВАРИАНТЫ ЦВЕТА:**

- Полноцветная фотография (предпочтительна для цифровых и печатных материалов)
- Чёрно-белая — для акцента, документальности или при недоступности цветной печати
- Оба стиля можно сочетать в одном документе при наличии цели

## **Приоритеты по тематике ОСНОВНЫЕ СЮЖЕТЫ:**

1. Дети и молодёжь (6–24 лет), занятые:
  - Групповым обучением и сотрудничеством
  - Сбережениями и финансовыми активностями
  - Проектами социального предпринимательства
  - Активностями по осознанию прав
  - Упражнениями по личностному развитию
2. Педагогами и фасилитаторами, внедряющими методологию Aflatoun
3. Влиянием на сообщество, демонстрирующим преобразования и результаты
4. Использованием материалов программы (рабочие тетради, копилки, наглядные пособия)

## **ВТОРИЧНЫЕ СЮЖЕТЫ:**

- Сотрудников и волонтеров партнёрских организаций
- Обучающих сессий и мастер-классов
- Региональных и глобальных мероприятий
- Вовлечения родителей и сообщества

## **2. ЧТО СТОИТ И ЧЕГО НЕ СТОИТ ДЕЛАТЬ В ФОТОСЪЕМКЕ**

### **✓ СЛЕДУЕТ:**

- Показывать детей как активных агентов перемен
- Фиксировать подлинные моменты обучения, обсуждений и решения задач
- Аутентично отражать географическое и культурное разнообразие
- Показывать разнополюсные группы и инклюзивную среду
- Включать крупные планы, демонстрирующие эмоции и вовлечённость
- Показывать практическую деятельность (счёт, письмо, создание)

- Показывать взаимодействие и сотрудничество между сверстниками
- По возможности использовать естественное освещение
- Показывать материалы и брендинг Aflatoun, когда это уместно

#### **X НЕ СТОИТ:**

- Изображать детей беспомощными, пассивными или в роли жертв
- Использовать чрезмерно постановочные кадры, выглядящие неаутентично
- Показывать только взрослых без участников программы
- Использовать визуальные клише, усиливающие стереотипы, или «порно нищеты»
- Выделять брендинг других организаций
- Использовать размытые, низкокачественные или плохо освещённые изображения
- Кадрировать так, что теряется контекст или смысл
- Забывать получать необходимые разрешения/согласия на использование фото

## **3. ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ ГРАФИКА**

### **Инфографика**

**ЦЕЛЬ:** Визуализировать сложные данные, концепции программ и показатели воздействия

#### **РЕКОМЕНДАЦИИ:**

- Использовать исключительно цветовую палитру Aflatoun
- Сохранять чистоту и простоту дизайна
- Обеспечивать точность данных и указывать источники
- Делать информационную иерархию прозрачной
- Проектировать для печати и цифровых носителей
- Тестировать читаемость при разных размерах

#### **ТИПОВЫЕ СЛУЧАИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:**

- Статистика воздействия программы (охват детей, объём сбережений)
- Объяснение пяти ключевых компонентов
- География и карты партнёров
- Данные годового отчёта
- Обзор структуры учебной программы
- Визуализации теории изменений

## **СТАНДАРТЫ ДИЗАЙНА:**

- Основные данные — в фирменных цветах
- Сравнительные данные — во вторичных цветах
- Понятные подписи осей и заголовки
- Указывать источники данных
- Сохранять единообразие во всех материалах

## **Иконки и иллюстрации КОГДА ИСПОЛЬЗОВАТЬ:**

- Чтобы представить пять ключевых компонентов
- Для заголовков разделов или разделителей
- Чтобы упростить сложные концепции
- Как визуальные паузы в насыщенных текстом документах

## **СТИЛЬ:**

- Простые иконки — контурные или залитые
- Единая толщина линий
- Фирменные цвета или монохром
- Масштабируемость и чёткость при любом размере
- Избегать чрезмерно декоративных или детских стилей

# **4. ОБРАБОТКА И КОМПОНОВКА ИЗОБРАЖЕНИЙ**

## **Размещение логотипа на фотографиях**

- Использовать логотип со слоганом при размещении логотипа на фотографиях
- Обеспечивать достаточный контраст для читаемости
- Соблюдать требуемое свободное поле вокруг логотипа
- Размещать последовательно (обычно вверху слева или внизу справа)

## **Текстовые блоки поверх изображений КОГДА НУЖНО:**

- Титульные страницы и шапки отчётов
- Графика для социальных сетей
- Слайды презентаций
- Баннерные изображения

## **ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ:**

- Добавлять полупрозрачные цветové блоки из фирменной палитры за текстом
- Обеспечивать контраст текста в соответствии со стандартами доступности (минимум 4,5:1)
- Делать текст кратким и читаемым
- Проверять читаемость при планируемом размере просмотра

## **Кадрирование и кадр**

- Держать ключевые объекты в фокусе
- По возможности сохранять контекст
- Соблюдать правило третей для динамичной композиции
- Избегать неловкого обрезания лиц
- Использовать как альбомную, так и портретную ориентацию

## **Цветовые блоки с фотографией**

**Фотографии можно сочетать с заливками в фирменной палитре:**

- Используйте для создания визуальной иерархии
- Для разделения секций в многостраничных документах
- Для обрамления фотографий в макетах
- Для контраста и лучшей читаемости текста

# **6. ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

## **Требования к файлам**

### **ФОТОСЪЕМКА:**

- Минимальное разрешение: 300 DPI для печати, 72 DPI для веба
- Предпочтительные форматы: JPG для фото, PNG для изображений с прозрачностью
- Цветовой режим: CMYK для печати, RGB для цифровых материалов
- Минимальный размер файла: 2 МБ для качественного использования
- Метаданные: Указывать подпись, место, дату и авторство фотографа

### **ГРАФИКА:**

- Форматы: Векторные файлы (AI, EPS, SVG) для инфографики и иконок
- Экспорт: PNG или PDF для вставки в документы

- Разрешение: Соответствующий размер под предполагаемое использование
- Редактируемость: Хранить исходные файлы для будущих правок

## **Аспекты доступности**

- Добавлять описания alt text для всех изображений (цифровые материалы)
- Использовать палитры, дружелюбные к дальтоникам, в визуализациях данных
- Предоставлять текстовые альтернативы для инфографики
- Проверять коэффициенты контраста на читаемость
- Добавлять субтитры к видео и предоставлять расшифровки

## **7. ИСТОЧНИКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ И ПРАВА**

### **Приоритетные источники**

1. Собственная фотосъёмка: с визитов в программы и мероприятий
2. Материалы партнёров: качественные изображения от внедряющих организаций
3. Профессиональные фотосессии: по заказу для ключевых материалов
4. Стоковые изображения: только при необходимости и при явном соответствии бренду

### **Права и разрешения**

#### **ТРЕБОВАНО ДЛЯ ВСЕХ ИЗОБРАЖЕНИЙ:**

- Письменные согласия родителей/опекунов на использование изображений детей
- Согласие на использование в печати, цифровых материалах и социальных сетях
- Согласие на использование имени и персональных данных
- Соблюдение запросов на отзыв согласия

#### **УКАЗАНИЕ АВТОРОВ ФОТО:**

- Указывать профессиональных фотографов в публикациях
- Вести внутреннюю базу с метаданными фотографий
- Соблюдать авторские права и лицензионные соглашения

### **Хранение и организация**

- Поддерживать организованную медиатеку цифровых активов

- Помечать изображения по: локации, программе, теме, году, сюжетам
- Хранить оригиналы высокого разрешения
- Отслеживать формы согласий и разрешений
- Регулярно создавать резервные копии всех визуальных активов

## **8. ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ**

### **Годовые отчёты**

- Заставка/герой: Разнообразная группа детей, занятых деятельностью
- Разделители: Цветовые блоки с соответствующими иконками
- Страницы с данными: Диаграммы и инфографика в фирменных цветах
- Истории влияния: Портрет + цитата + контекстное изображение

### **Социальные сети**

- Квадрат (1:1): Крупный план детей в процессе занятий
- Формат сторис (9:16): Вертикальная композиция с наложением текста
- Обложки: Горизонтальные изображения с размещением логотипа
- Единая обработка/фильтр во всех публикациях

### **Презентации**

- Title slides: Strong photography with Logo
- Слайды с контентом: Сочетание фото, иконок и визуализации данных
- Разделительные слайды: Фото на весь экран с цветной подложкой
- Завершающий слайд: Групповое фото или выразительное изображение

### **Веб-сайт**

- Баннеры-герои: Широкие горизонтальные фотографии
- Выделенные секции: Фотография + цветовые блоки в макете
- Страницы «О нас»: Фотографии команды и партнёров
- Страницы программ: Изображения деятельности по каждому компоненту

### **Печатные материалы (брошюры, листовки)**

- Обложка: Выразительное фото с минимумом текста
- Внутренние полосы: Баланс пустого пространства, текста и изображений
- Задняя обложка: Логотипы партнёров, контакты, небольшое групповое фото

## 9. ЧЕК-ЛИСТ КАЧЕСТВА

**Перед использованием любого изображения проверьте:**

- ☐ Достаточное разрешение для предполагаемого использования
- ☐ Получены и сохранены согласия на использование изображений
- ☐ Сюжеты легко узнаваемы и в фокусе
- ☐ Освещение адекватно и выгодно
- ☐ Изображение соответствует ценностям и сообщениям бренда
- ☐ Проверена культурная чувствительность
- ☐ Размещение логотипа соответствует руководству (если применимо)
- ☐ Подготовлены alt-тексты/подписи (для цифрового использования)
- ☐ Автор фотографии корректно указан
- ☐ Файл правильно назван и заархивирован

## 10. РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ, КОТОРЫХ СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ

- ✗ Using imagery that contradicts empowerment messaging
- ✗ Poor image quality that reflects badly on the brand
- ✗ Inconsistent style across materials
- ✗ Forgetting to obtain permissions
- ✗ Over-editing photos to look artificial
- ✗ Using stock photos that don't reflect real programs
- ✗ Placing logos where they obscure important subjects
- ✗ Creating graphics that aren't accessible
- ✗ Mixing too many visual styles in one piece
- ✗ Ignoring the established color palette

## КОНТАКТ ПО ВОПРОСАМ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ

**По вопросам выбора изображений, разрешений или доступа к фотобиблиотеке:**

**Communications Team**

Email: [communications@aflatoun.org](mailto:communications@aflatoun.org)