1. b) Úvod do tvorby logotypu (symbolu, piktogramu)

# Logotyp

definice:

* Z Řeckého pojmu *logos* – slovo, řeč, nauka, zákon, pojem, *typos* – výraz nebo znak.
* Oficiálně **graficky upravený název společnosti**, který neobsahuje piktogram (obrázek).

**Logotyp** je **písmová** nebo **slovní** **značka**, graficky znázorněný název společnosti, firmy, výrobku, značky atd. Obvykle je použitý **charakteristický** **řez** **písma**. Pokud je logotyp důsledně používán, může se stát důležitou součástí propagačního stylu firmy, tzv. Corporate identity.

# Piktogram / symbol

definice:

* **Obrazový symbol**, který funguje samostatně nebo ho doprovází textová část loga
* Můžeme také použít pojem **symbol** nebo **ikona**

**Piktogram** je **grafický** **znak** znázorňující pojem nebo sdělení **obrazově**. Většinou jde o malý a srozumitelný nákres věci. Mají široké uplatnění ve vizuální komunikaci v různých oblastech lidské činnosti. Piktogramy také stály na počátku vývoje písma.

# Tvorba

## Identifikační kritéria

Nejdůležitější je, aby lidé naši značku **poznali**. Proto je potřeba vytvořit logo, logotyp či piktogram tak, aby se **nedal zaměnit s jiným na trhu**.

1. **Originalita**
2. **Identifikace**
3. **Čitelnost**
4. **Zapamatovatelnost**
5. Kulturní přizpůsobitelnost

## Významová kritéria

Je důležité volit správná slova, **aby jejich význam dával smysl**.

1. Jméno (název)
2. Srozumitelnost
3. Vztah k oboru
4. Sympatie

## Estetická kritéria

Tato kritéria bývají často velmi **diskutovaná**, jejich velkou nevýhodou je **subjektivnost** při **posuzování** (estetické cítění). Častou chybou při výběru bývá fakt, že často posuzujeme pouze **v základní emotivní rovině** (líbí/nelíbí).

1. **Kvalita výtvarné stylizace**
2. **Míra výtvarné stylizace (jednoduchost, abstrakce…)**
3. **Barevné řešení**
4. **Kompoziční varianty**
5. **Kvalita použitého písma (typografie)**

## Technologická kritéria

Z technologického hlediska je potřeba zajistit, aby značka **nepůsobila** problémy při **reprodukci** jakoukoliv technologií, jejíž použití pro danou značku připadá v úvahu.

1. **Minimální velikost**
2. **Kvalita provedení detailu**
3. **Používané technologie a materiály**
4. Barevné systémy
5. Světelné podmínky a **aplikovatelnost**

# Typografie v logotypu

Písmo je velmi důležitou součásti, neboť ve značce **nahrazuje** mluvené slovo. Zprostředkovává pozorovateli **informaci**, jak má danou značku vyslovit. Kromě názvu, přináší často i informaci o **působení a oboru firmy**.

Ve značce zle použít písmo, které dává určitý **vizuální** **charakter** a dotváří její **emotivní** **hodnotu**. Kvalita značky může být snížena použitím nevhodného písma, které na sebe např. **zbytečně strhává pozornost, neodpovídá oboru, nebo je špatně čitelné.**

Kvalita může být také vážně ohrožena použitím písma, která jsou běžně dostupná zdarma – mívají většinou velmi nízkou kvalitu výtvarné stylizace, chybějící znaky či kurzíva nebo jiné problémy.