

DIZAJN LOGA

ÚVOD

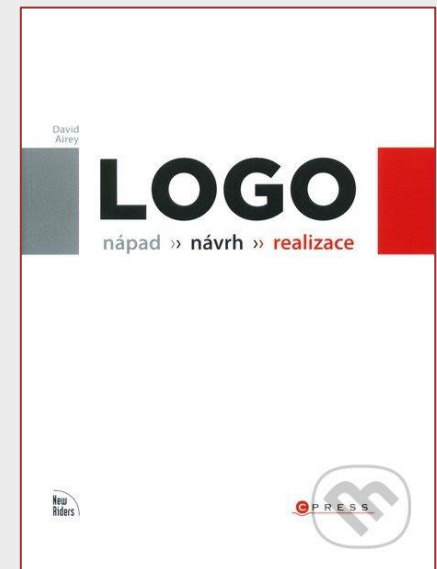
ANDREW GLASSNER: LOGO DESIGN I, II SIGGRAPH 1998 course notes

http://www.siggraph.org/education/materials/siggraph_courses/S98/30/c30.pdf

DAVID AIREY: LOGO DESIGN LOVE

[HTTP://LOGODESIGNLOVE.COM](http://LOGODESIGNLOVE.COM)

MATTHEW HEALEY: DESIGN DNA: LOGOS



LOGO PLNÍ VIACERO FUNKCIÍ

IDENTIFIKUJE

značku

ODLIŠUJE

značku od iných značiek

ZJEDNOCUJE

rôzne produkty jednej značky

VYSVETĽUJE

o čom je značka

ANTROPOMORFIZUJE

značku

FUNKCIA 1: IDENTIFIKOVAŤ

TENTO SYMBOL = TÁTO ZNAČKA

INÝ SYMBOL != TÁTO ZNAČKA

TENTO SYMBOL != INÁ ZNAČKA

VYTVÁRAME PREPOJENIE MEDZI GRAFIKOU
A ZNAČKOU

ZANECHÁVAME PODVEDOMÝ OTLAČOK

Napríklad aj v product placemente.

Dôležité je vystavovať ľudí kontaktu s logom.

FUNKCIA 2: ODLIŠOVAŤ

VYČNIEVAŤ Z RADU

PRIŤAHOVAŤ POZORNOSŤ

NIEKEDY SA CHCEME LÍŠIŤ, NIEKEDY NIE
Toto rozhoduje manažér, nie grafik

*BYŤ ODLIŠNÝ PRINÁŠA MOŽNÉ NEVÝHODY.
NIEKEDY SA TO OPLATÍ, INOKEDY NIE.
JE ALE DÔLEŽITÉ POZNAŤ TIE RIZIKÁ.*

FUNKCIA 3: ZJEDNOCOVAŤ

RÔZNE PRODUKTY
JEDNEJ ZNAČKY

DIVÍZIE ALEBO
LOKÁLNE POBOČKY

FIREMNÁ KULTÚRA
A LOJALITA

KORPORÁTNA IDENTITA



ZJEDNOCOVAŤ + ODLIŠOVAŤ



FUNKCIA 4: VYSVETLIŤ

DAŤ ÚVODNÚ INFORMÁCIU O ZNAČKE:

Kto za tým stojí?

Pre koho to je?

Na čo to slúži?

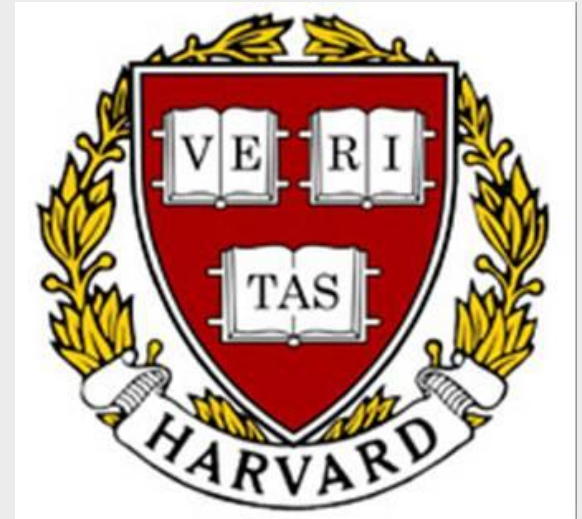
...



FUNKCIA 4: VYSVETLIŤ

ĎALŠIE ODOVZDÁVANÉ INFORMÁCIE

Kvalita, cena, tradícia, ...



FUNKCIA 5: ANTROPOMORFIZMUS

ZADNÉ VRÁTKA DO PODVEDOMIA

ODVOLÁVANIE SA NA PRÍJEMNÉ ASOCIÁCIE

OSOBY ALEBO INÉ BYTOSTI



ANTROPOMORFIZMUS: MASKOTI

ŽIVÉ OBJEKTY PRIŤAHUJÚ POZORNOSŤ

PREPOJENIE MEDZI ZNAČKOU A MASKOTOM:

- farbami
- zakomponovaním loga do maskota
- zakomponovaním maskota do loga
- ak sa nič iné nedá, tak opakovanie



FreeBSD®

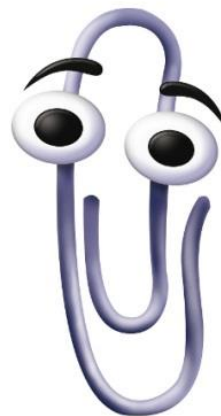
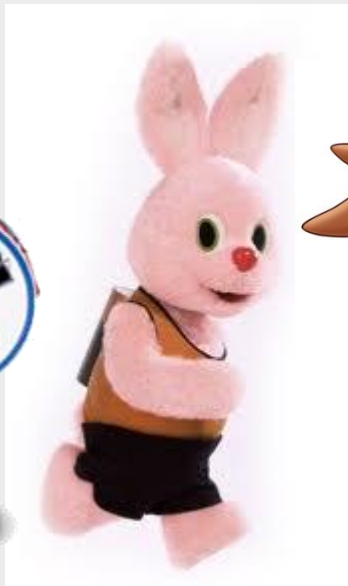


ANTROPOMORFIZMUS: MASKOTI

HMATATEĽNÁ VERZIA LOGA PROMUJE ZNAČKU
VO FYZICKOM SVETE = ĎALŠIA MOŽNOSŤ PRE
UMIESTNENIE LOGA

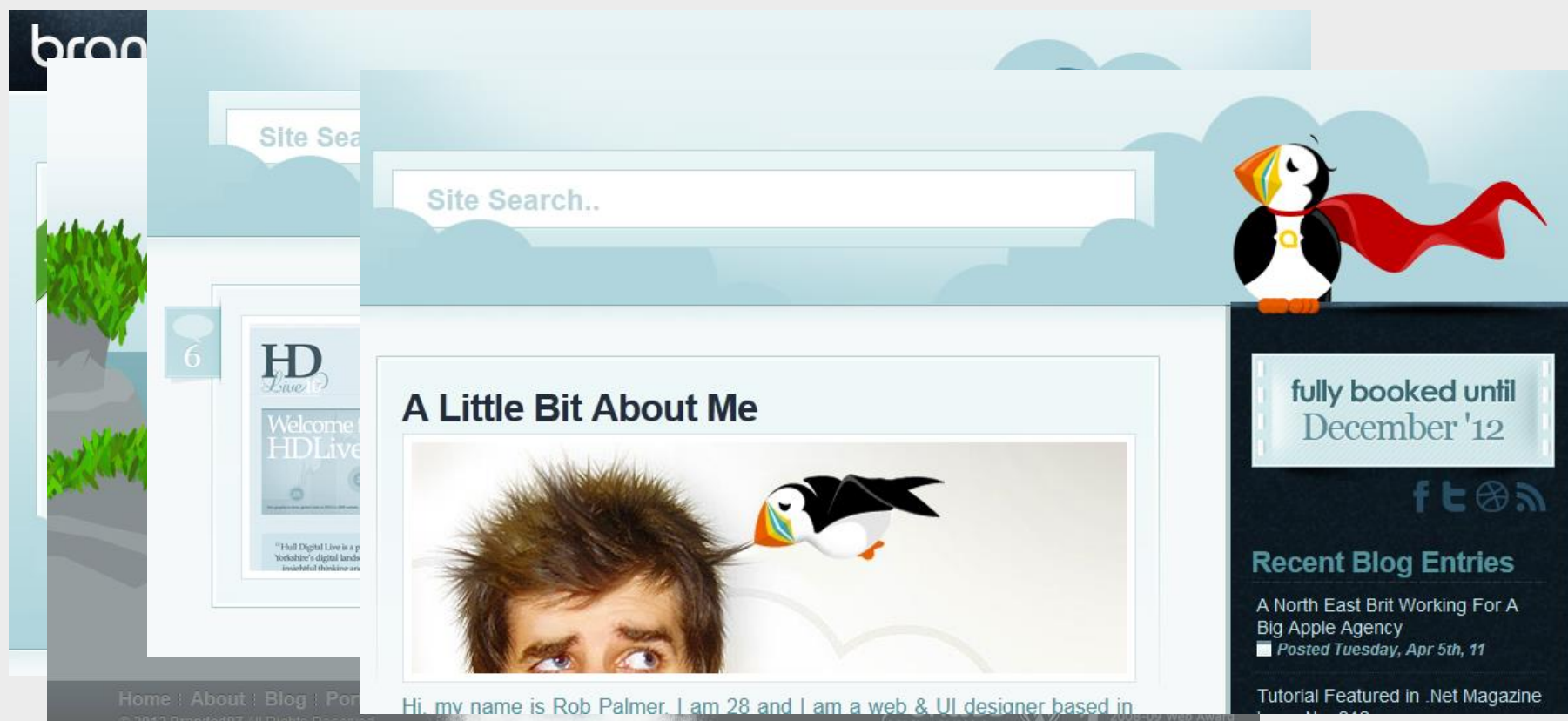


PRÍKLADY



MASKOTI NA WEBE

ZJEDNOCUJÚCI DEKORAČNÝ PRVOK,
MOŽNÝ PRESAH DO TLAČENÝCH VÝSTUPOV



TYPY LÔG

1. LEN NÁZOV ZNAČKY

IDENTIFIKUJE SA MENOM
ODLIŠUJE SA FONTOM A FARBOU

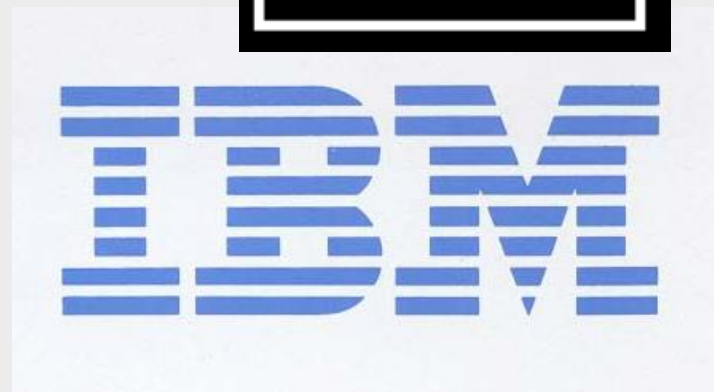
The Microsoft logo is displayed in a bold, black, sans-serif font. The word "Microsoft" is written in a slightly italicized style, and a registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word.The Coca-Cola logo is shown in its classic script font, rendered in a vibrant red color. The word "Coca-Cola" is written in a flowing, cursive style with a registered trademark symbol (®) at the bottom right.The logo for The Chemical Brothers is presented in a bold, black, hand-drawn style font. The word "The" is written in a smaller, simpler font above the word "chemical", which is written in a large, stylized font. The word "brothers" is written below "chemical" in a similar bold, hand-drawn style.

2. INICIÁLY

MENEJ PÍSMEN = MENEJ MOŽNOSTÍ (NAOZAJ?)

MOŽNÉ SÚ AJ NETRADIČNÉ PÍSMO

NIEKEDY SA DOPÍŇA AJ CELÉ
MENO, PRE BUDOVANIE SPOJENIA



3. MENO A SYMBOL

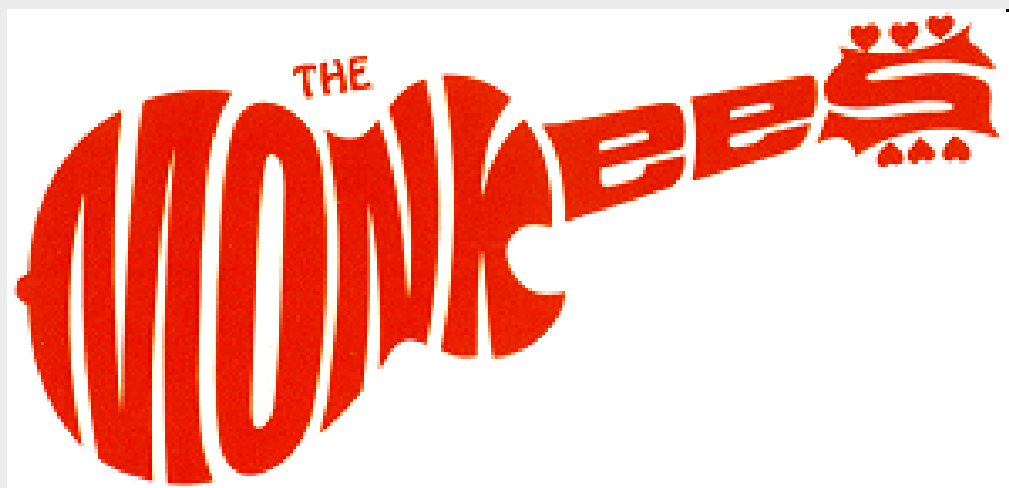
PRIDANÍM SYMBOLU MÔŽEME POVEDAŤ VIAC
SYMBOL MÔŽE PODČIARKOVAŤ VÝZNAM
SYMBOL MÔŽE VYSVETĽOVAŤ, ILUSTROVAŤ

KEĎ SYMBOL DOSTATOČNE PREVIAŽEME
NA ZNAČKU, MÔŽE ĎALEJ UŽ FUNGOVAŤ
AJ BEZ MENA.

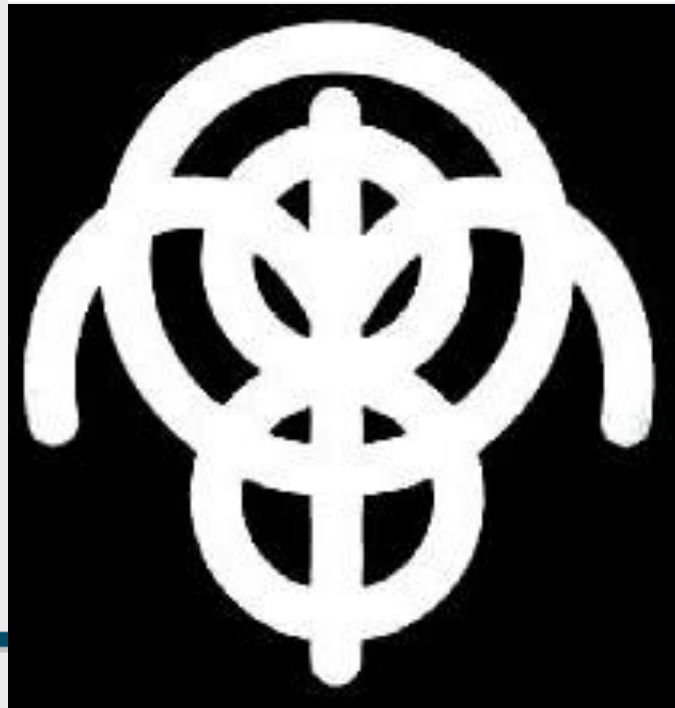


4. OBRÁZKOVÝ NÁZOV

PÍSMO VYTVÁRA SYMBOLY,
VIZUÁLNY VTIP, HÁDANKU



NIEKEDY AŽ PRÍLIŠ ŤAŽKÚ ☹



5. ASOCIATÍVNY SYMBOL

SYMBOL, KTORÝ MÁ ZREJMÉ VÝZNAMOVÉ
PREPOJENIE NA ZMYSEL ZNAČKY

UMELECKÉ A ZJEDNODUŠENÉ
STVÁRNENIE ZNÁMEHO OBJEKTU

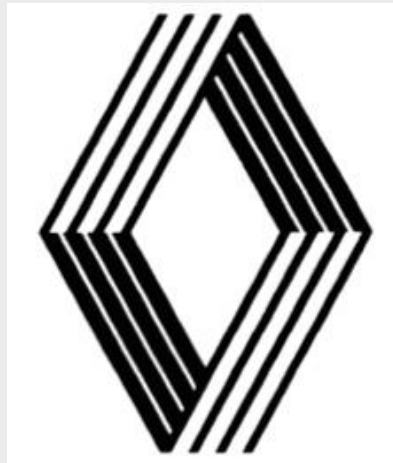
NIE VŽDY SA TO DÁ,
ALEBO JE VHODNÉ



6. ABSTRAKTNÉ SYMBOLY

BEZ JASNÉHO VÝZNAMU. AUTOR MOŽNO
NEJAKÝ POZNÁ, ALE VEREJNOSŤ NIE.

ZNAČKA PROMUJE LOGO A NIE AKO BY TOMU
MALO BYŤ, ŽE LOGO PROMUJE ZNAČKU.



7. LOGO SO SLOGANOM

ZAPÍSAŤ SLOGAN DO PODVEDOMIA A ON SA ZADARMO HOCIKEDY VYNORÍ

"Connecting people" → Nokia

KOMUNIKUJE FILOZOFIU
ZNAČKY



NOKIA
Connecting People



POPULAR CULTURE



**PROCES
TVORBY
LOGA**

Z AKÝCH KROKOV POZOSTÁVA

- | | |
|-----------------|--|
| 1. ŠPECIFIKOVAŤ | ŽELANÚ ZNAČKU |
| 2. ZISTIŤ INFO | O KLIENTOVI, JEHO TRHU,
CIEĽOVEJ SKUPINE A POD. |
| 3. VYVINÚŤ | NIEKOĽKO NÁPADOV |
| 4. VYBRAŤ | PÁR, KTORÉ FUNGUJÚ |
| 5. PREZENTOVAŤ | TIE NAJLEPŠIE |
| 6. ZAPRACOVAŤ | FEEDBACK OD KLIENTA |
| 7. FINALIZOVAŤ | DO POTREBNÝCH FORIEM |
-

ŠPECIFIKÁCIA

GRAFIK OD KLIENTA ZÍŠKA INFO O JEHO
POTREBÁCH, VÍZII ZNAČKY, ODBERATEĽOCH,
CIEĽOCH, TRADÍCIÍ, KVALITE, ...

AKÝ DOJEM CHCEME VYVOLAŤ?

Komfort, Rebel, Prielom, Živosť, Stabilita, ...

AKÉ SÚ OBMEDZENIA?

Zaužívané symboly (e.g. zelený kríž = lekárne v SR)
Požadované farby, požadovaný pomer strán (rozmery)
...

ZÍSKAŤ INFO

KAŽDÁ INFO JE DOBRÁ. GRAFIK MUSÍ MAŤ
MULTISPEKTRÁLNU PREDSTAVU O ZNAČKE.

VZŤAH ZNAČKY K INÝM LOGÁM

Je to solitér, alebo súčasť niečoho

=> Existujú už nejaké overené postupy?

AKO DLHO PLÁNUJE ZNAČKA ŽIŤ?

Sezónna záležitosť alebo dlhotrvajúca?

=> Striktne s módou alebo radšej konzervatívnejšie?

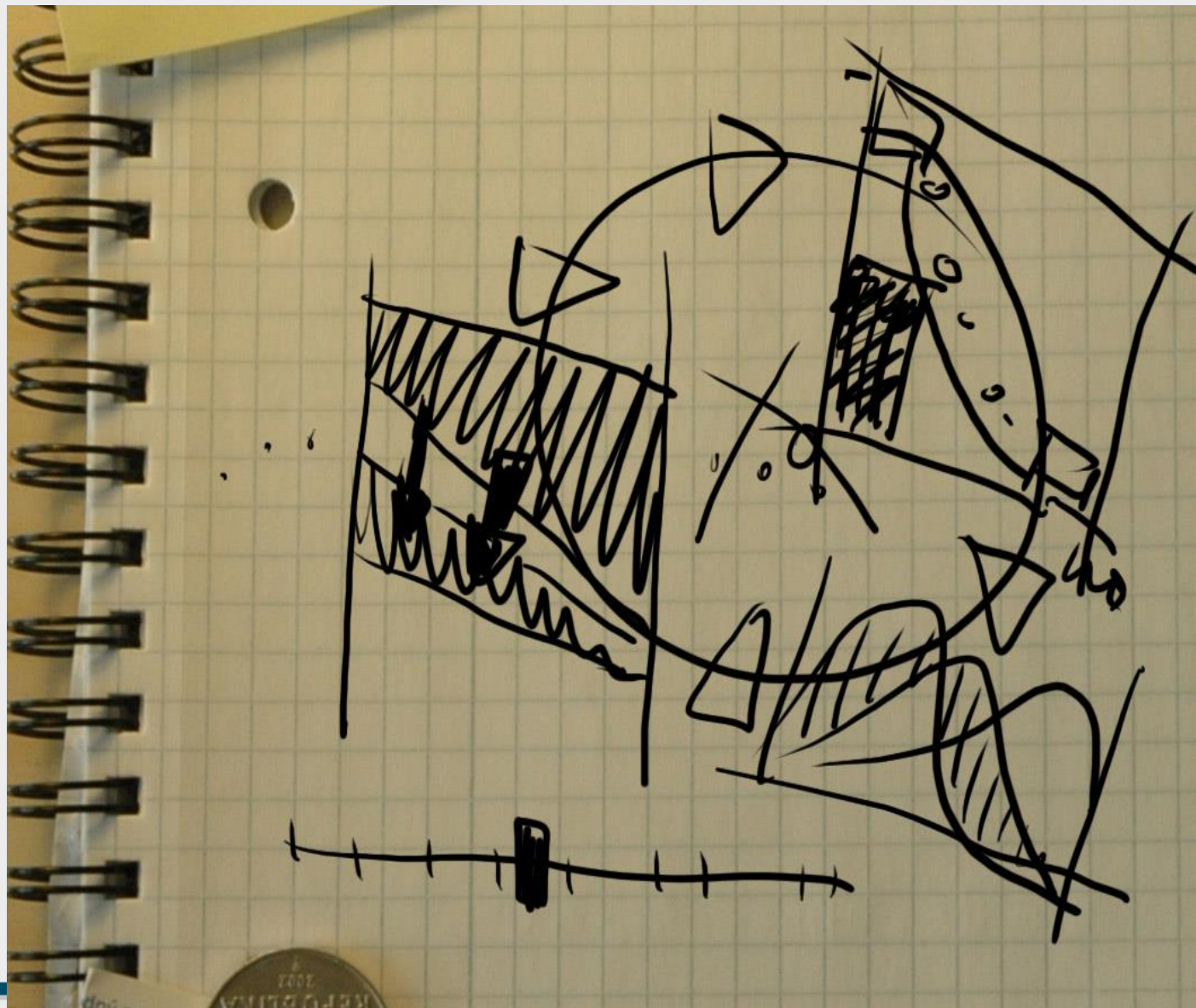
VÝVOJ

KRESLIŤ

KRESLIŤ

KRESLIŤ

KAŽDÝ
NÁPAD
PLATÍ



VYBRAŤ A PREZENTOVAŤ

Z VÝVOJA VYBRAŤ PÁR FUNKČNÝCH NÁPADOV

SÚ V SÚLADE SO ZADANÍM A VÝSKUMOM?

KLIENTOVI VYSVETLIŤ SVOJ ZÁMER A
DIZAJNÉRSKE ROZHODNUTIA

V TEJTO FÁZE JE KLÚČOVÁ KOMUNIKÁCIA

Klient by sa mal vedieť pýtať

A grafik by mal vedieť vysvetliť, čo je prečo a ako.

ZAPRACOVAŤ FEEDBACK A PREZENTOVAŤ

ZOBRAŤ VÝSTUPY Z PREDOSHLEJ PREZENTÁCIE

UPRAVIŤ NÁPADY, ABY ICH ZOHLADŇOVALI

GRAFIK SA NESMIE URAZIŤ NA KLIENTA
Čo je niekedy dosť ťažké

OPÄŤ JE KLÚČOVÁ KOMUNIKÁCIA

CYKLUS PREZENTÁCIA-FEEDBACK-
ZAPRACOVANIE-PREZENTÁCIA-FEEDBACK-...

FINALIZOVAŤ LOGO

PREVIESŤ DIZAJN DO DIGITÁLNEJ PODOBY

Vektorová grafika, definícia farieb a písma

VYTVORIŤ MOŽNÉ VARIANTY

Napr. bez sloganu, vertikálne, a pod.

VYTVORIŤ TECHNICKÉ VERZIE

Vo farbe, šedotónové, čierno-biele, len obrys, ...

ZOSTAVIŤ DIZAJN MANUÁL A PRAVIDLÁ POUŽÍVANIA LOGA

VIZUÁLNY JAZYK

LOGA

PRINCÍPY STABILITY A DYNAMIKY

STABILITA, POKOJ

Horizontálna orientácia (minimálna energia)

Kockaté tvary zarovnané s osami

Dojem pevnosti

Kolmé pätkové fonty, studené farby

DYNAMIKA, ŽIVOT

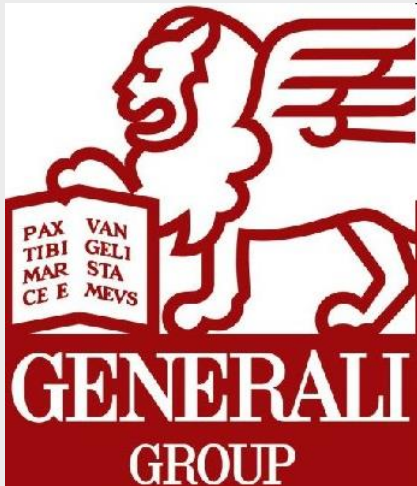
Vertikálna a šikmá orientácia

Organické tvary

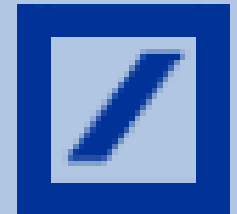
Dojem pohybu

Šikmé a rukou písané fonty, teplé farby

PRÍKLADY: STABILITA



Deutsche Bank



PRÍKLADY: DYNAMIKA



PROSPERITA, ROZVOJ

RAST, ROZKVVET, NOVÉ OBZORY

VERTIKÁLNÝ POHYB

CREDIT SUISSE 



 VOLKSBANK AG

DETSKÝ VS. DOSPELÝ DIZAJN

VÝBER PÍSMO

ANTROPOMORFIZMUS
VS. ABSTRAKCIA

Zvieratká vs. symboly



OBLÉ MÄKKÉ TVARY VS. TVRDÉ OSTRÉ

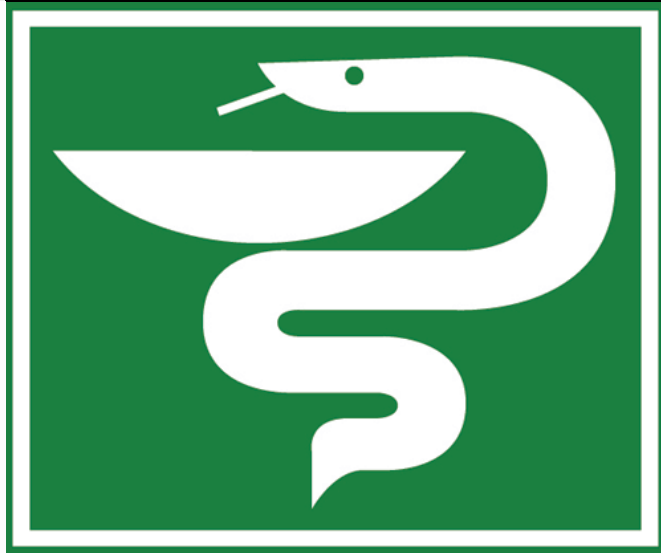


POUŽÍVANIE ZABEHANÝCH SYMBOLOV

PRÁCU S VYTVÁRANÍM
POCHOPENIA SYMBOLU UŽ
ZA NÁS NIEKTO UROBIL

ZNAČKY, SYMBOLY
FARBY
ZVIERATÁ...

SÉMIOTIKA
ARCHETYPY
MÉMY



TECHNICKÉ RIZIKÁ

POZOR SI TREBA DÁVAŤ NA:

DROBNÉ DETAILY ALEBO OSTRÉ ŠPICE

Pri malom logu sa stratia, navyše žerú pozornosť

GRADIENTY

Problémy pri tlači

PREKRÝVAJÚCE SA OBJEKTY

Ich kontrast sa môže v Č/B prevedení stratiť

FARBY

Pripomínam pojmy: gamut, CMYK, PANTONE

ŠPECIÁLNE EFEKTY

Odlesky, zrkadlenie, žiara, tiene, ...

DIZAJN MANUÁL A KORPORÁTNA GRAFICKÁ IDENTITA

LOGO DIZAJN MANUÁL

DEFINÍCIA LOGA

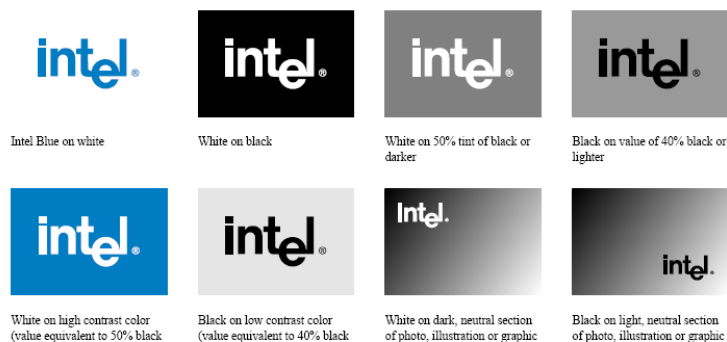
Jeho variácie a rôzne verzie

DEFINÍCIA POUŽITÝCH FARIEB (WEB & PRINT)

MOŽNÉ POZADIA

PÍSMO

Correct Backgrounds



Incorrect Backgrounds



01



02



Skype Blue

Pantone Pro. Cyan C

CMYK 100/0/0/0

RGB 0/175/240

HEX #00AFF0

100% General Use

50% Strapline

20% Boxes

Skype Text

Cool Gray 9 C

CMYK 0/0/0/60

RGB 130/130/130

HEX #666666

LOGO DIZAJN MANUÁL

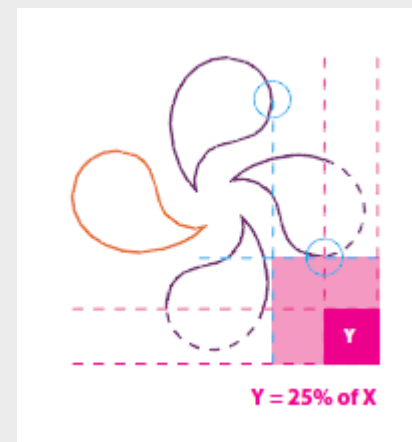
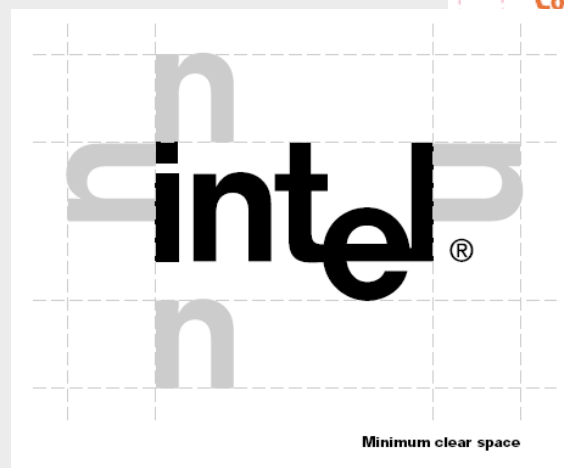
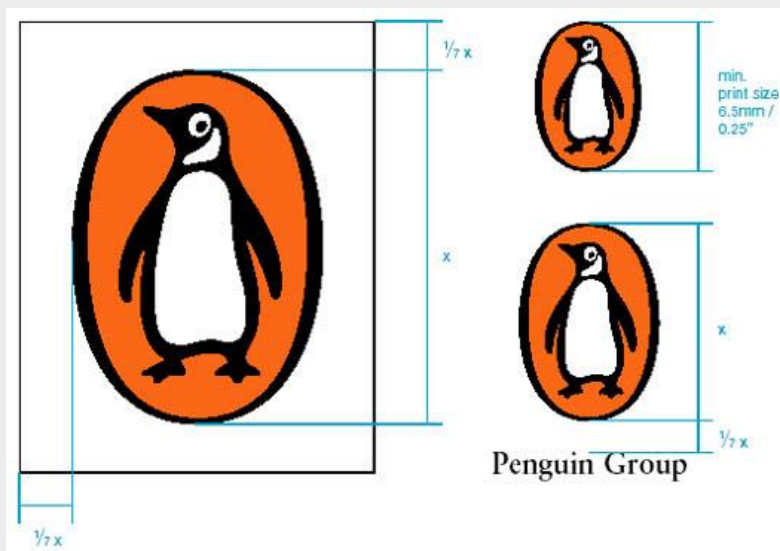
UMIESTŇOVANIE LOGA

Minimálna veľkosť (v absolútnych číslach)

Odstupy (v relatívnych číslach)

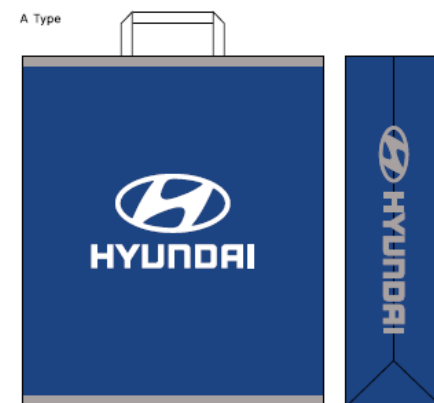
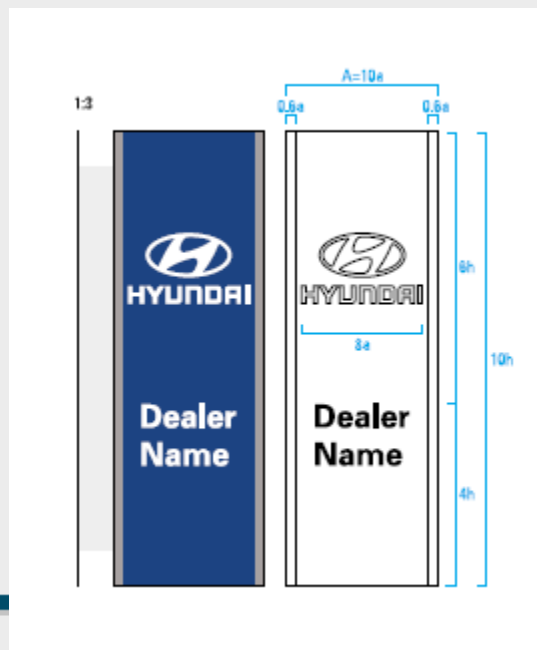
Zarovnanie, umiestnenie na strane

(ne-)Povolené orezanie von zo strany



BRANDING

PRAVIDLÁ PRE POUŽÍVANIE LOGA NA PREDMETY
HLAVIČKOVÉ PAPIERE, VIZITKY, BROŽÚRY, ...
AUTÁ, BANNERY, FIREMNÉ TABULE ...
TAŠKY, PERÁ, ČIAPKY ...



KORPORÁTNA (GRAFICKÁ) IDENTITA JE:

LOGO DIZAJN MANUÁL

KORPORÁTNE FARBY A PÍSMA

PRAVIDLÁ BRANDOVANIA

FILOZOFIA DIZAJNÉRSKYCH ROZHODNUTÍ

Na čo je to dobré definovať:

ZACHOVAŤ DUŠU A ZMYSEL DIZAJNU AJ KEĎ
HO DOSTANE DO RÚK INÝ GRAFIK

CVIČENIE

KDE UROBILI SÚDRUHOVIA Z NDR CHYBU:



**BLUE BIRD
BAKERY**

A TU?



A ČO TU?

POZNÁMKA: SPOLOČNOSŤ PREDÁVA
PRÁZDNINOVÉ APARTMÁNY V HORÁCH

VaseApartmány.sk



ČARO NECHCENÉHO



www.witourismfederation.org

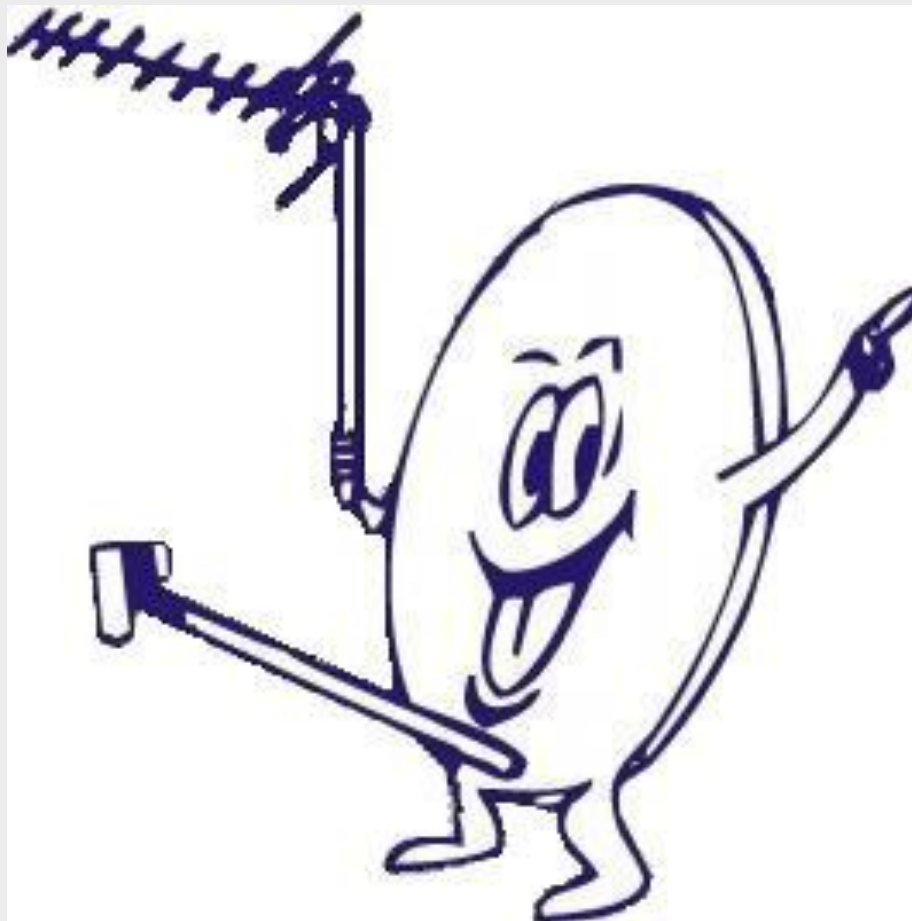


www.kudawara.com



www.astyle.it

UVIDÍME SA O TÝŽDEN



www.mont-sat.pl