

Logochecklist

aneb co na svém logu zkontrolovat

Obecně

1) Mám z loga **dobry pocit**?

Nikdy neposílám nic, z čeho nemám dobrý pocit. Je to signál od podvědomí, že s logem není něco v pořádku a že si mám dát od loga na chvíli oddech, vrátit se k němu s čerstvými očima, chybu odhalit a vyřešit ji.

2) **Nepřipomíná** mi jiné logo?

3) Působí dostatečně **jedinečné**? **Vynikne** v davu?

4) Je **zapamatovatelné**?

Nemusí být *překreslitelné*. Lidé nezvládnou nakreslit ani Apple. Zapamatovatelnost neznamená tvarovou jednoduchost, ale symbolickou jednoduchost. Takové logo si abstraktně zapamatujeme, i když ho nenakreslíme.

5) Nepoužívá grafiku z **fotobanky**? Nevychází z **práce někoho jiného**?

Fotobanky obvykle zakazují používat zakoupenou grafiku do loga. A pokud jde o práci někoho jiného, tak i když je upravená, stejně můžete mít problém se zákonem. Doporučuji mrknout na 2 mé články: <https://logotvurce.cz/loga-fotobank-podobnych-sluzeb/> a <https://logotvurce.cz/plagiaty/>

Symbolika a emoce

6) Co to **logo / symbol říká**? Sedí to sdělení k zadání?

Nápad, příběh, poselství, nebo sděluje nějakou zprávu?

7) Jaké z loga cítím **hodnoty, emoce, atmosféru**? Sedí k zadání?

Zatímco *mluví* hlavně symbol, tak emoce a hodnoty jsou cítit ze zpracování loga jako takového.

8) **Navazuje** symbol na **název**? Na **slogan**?

Nemusí vyloženě vyjadřovat to, co říká název. Nicméně loga, kde se symbol s textem navzájem podporují, jsou lépe zapamatovatelná. Plus by se význam symbolu neměl křížit s významem názvu či sloganů. Pokud slogan vyjadřuje konkrétní emoce, měl by je vyjádřit i symbol, nebo je aspoň podpořit.

9) Poznám aspoň zhruba, k **jakému oboru** se logo váže?

Nemusí to být jasné, pokud je cílem aby to nebylo jasné (třeba firmy s širokým zaměřením). Ale jinak by ta symbolika anebo aspoň zpracování mohlo decentně naznačovat, oč půjde.

10) Jsou tam **symboly**, co **dávají smysl** vzhledem k zadání / tématu?

11) Není tam **základní symbol**, který říká něco jiného, než je pro něj obvyklé?

Některé základní symboly se tak vryly do obecného podvědomí, že lidé *vědí*, co znamenají (srdíčko = láska, ikona připínáčku v mapě = lokace), tudíž v logu by mělo znamenat totéž, anebo být zpracované tak, aby lidem dávalo smysl, že znamenají něco jiného.

12) **Nechybí tam nějaká symbolika?**

Třeba specifické zadání či téma, které si *říká* o to, aby na něj logo navázalo.

13) Nepřipomíná mi některá část loga **něco jiného**, než by mělo?

Pozor na dvojsmysly.

14) Není tam **až moc nápadů?**

Může tam být více skrytých dílčích metafor, ale měly by se podporovat a být zapouzdřené v sobě, ne se křížit anebo být vedle sebe.

15) Není logo **příliš konkrétní** či **příliš univerzální** vzhledem k zadání?

Konkrétní = popisné. Univerzální = abstraktní. Konkrétní se hodí třeba pro konkrétní produkty či služby, univerzální pro širší výběr produktů či služeb. Příliš konkrétní může klienta limitovat. Příliš abstraktní zase nemusí oslovit cílovou skupinu, která hledá specialistu na tu danou věc.

Kompozice

16) Je symbol i text po zmenšení **čitelný**?

Zjistěte, kde se bude logo používat a mějte na mysli to nejmenší možné použití.

17) Půjde s logem **dobře pracovat** v praxi?

Hlavička webu, sociální sítě, vizitka, tričko..

18) **Nepoutá** některá část loga **příliš pozornosti**?

Logo by mělo být vyvážené. Nic by nemělo příliš vynikat, pokud to není úmysl.

19) Zasedne **symbol** zhruba do **kružnice** či **čtverce**?

Není to nutné, ale je to fajn pro sociální sítě. I když v nejhorším se použije výřez loga.

20) Zasedne **celé logo** do **rozumného obdélníku**?

Logo by nemělo být moc dlouhé ani moc vysoké. Výjimkou jsou loga, se kterými se bude naopak pracovat výhradně na velmi dlouhých či vysokých plochách.

21) Není **text moc dlouhý** či **vysoký** oproti symbolu?

Texty pod symbolem (svislá varianta loga) ani vedle symbolu (vodorovná varianta) by se neměly oproti symbolu ztrácet, ale ani ho přebíjet.

22) Není symbol **moc daleko** či **blízko** textu?

Ať nevzniká moc pnutí, ale ať to ani nepůsobí jako 2 oddělené prvky.

23) Obecně: **drží všechny části loga pohromadě**? *Neutíká* nějaká část loga pryč?

Barvy

24) Dávají barvy **smysl** vzhledem k tématu?

25) Jsou **rozeznatelné** v menší velikosti?

26) Jsou barvy uvnitř loga dostatečně **kontrastní** vůči sobě?

Pokud z dálky nejde poznat, že jde o 2 barvy, tak ideálně je sloučit v 1 barvu, nebo tu druhou dostatečně odlišit, aby bylo na první pohled jasné, že jde o jinou barvu.

27) Jsou barvy **harmonicky vyvážené**?

Některé barvy spolu zkrátka nefungují.

28) Má **počet barev své opodstatnění**?

Logo nemusí mít 1 barvu. Naopak někdy to může bránit sdělení více emocí. Na druhou stranu nemusí mít 10 barev, pokud to nemá svůj důvod.

29) Působí barvy dobře i na **tmavém pozadí**?

30) Funguje **jednobarevná** varianta?

Nemusí se nikdy využít, ale je dobré, aby logo fungovalo i v jedné barvě.

31) Jsou barvy **zaokrouhlené** na celá procenta?

32) Jsou v logu jiná **barevná krytí** než *Normální*? Třeba *Násobit*, *Závoj* atd.?

Nejlepší je pracovat jen s Normálním krytím. Ty ostatní se mohou vytisknout či zobrazit špatně.

33) Jsou barvy **tisknutelné**? CMYK? Pantone?

Pokud se logo nikdy v tisku nevyužije, tak barvy tisknutelné být nemusí, ale vždy je lepší, když jsou.

Efekty a styl

34) Nejsou tam **efekty jen pro efekt**?

Trendům je lepší se vyhnout. Logo by nemělo být hezké jen aby bylo hezké. A už vůbec by nemělo být hezké jen na chvíli, tedy pokud nejde o logo pro nárazovou akci. Logo by mělo být nadčasové a být kvalitní i bez efektů. Efekty by zkrátka měly být bonus, ne základ.

35) Dává ten **styl smysl** vzhledem k oboru a zadání?

Třeba jestli je to logo pro restauraci, tak ať není příliš technické a sterilní. Nebo naopak aby logo pro průmysl či technologie nebylo až moc emotivní a organické. Každý obor má svůj styl. Vyniknutí se vítá, ale mělo by se provést s citem.

36) Neobsahuje logo **více stylů** najednou?

Pokud nejsou šikovně spojené, logo působí nekonzistentně – spíše jako koláž než logo.

Konstrukce

37) Jsou všechny **tvary čitelné** v menší velikosti? Neslévají se? „Nemění tvar“?

38) Jsou **tvary precizní**? Křivky hladké, obrysy stejně tlusté, tvary nekolísají atd.?

Klidně se od preciznosti odkloňte, ale mělo by být jasné, že je to úmysl a ne zanedbání zpracování.

39) Jsou dílčí tvary **opticky vyvážené / vycentrované / poskládané**?

40) Je vyvážený **negativní a pozitivní prostor**?

Mezery mezi tvary ať jsou vyvážené. Příliš velké mezery jen když to má smysl. Na příliš malé mezery pozor, může být problém s čitelností v menší velikosti.

41) Jsou tvary stejné barvy **sloučené** do jednoho tvaru?

Aspoň ty tvary, které se skládají v jeden celek, by měly být sloučené do jednoho. Jinak může logo kdokoli otevřít a omylem posunout některou dílčí část.

42) Není to kompozice **více základních symbolů**?

Třeba vedle sebe poskládané srdíčko, plusko, šipka atd. V logu by se symboly neměly skládat vedle sebe, ale *do sebe*, aby vznikl jeden ucelený symbol. Nebo klidně ať jsou symboly vedle sebe, ale ať jejich celková kompozice utvoří další symbol (třeba logo Unilever).

43) Obecně: není to **více log v jednom**?

Třeba když jsou v písmu různé efekty či symboly a zároveň je tam ještě velký symbol. Pak je logo chaotické. Doporučuji buďto pracovat s konceptem: *symbol + písmo* a písmo upravovat jen decentně. Nebo tvořit typografické logo bez symbolu, kde už s písmem dělejte cokoli se vám zachce.

44) **Překáží** v logu něco?

Každý tvar by měl mít smysl, jinak může rušit a odpoutávat pozornost od toho podstatného.

45) Nemůže nějaká část loga **působit jako chyba**?

Třeba malý zádrhel na tvaru, nebo všechny tvary rovné a jeden mírně otočený. Pokud je to úmysl, tak tu změnu zvýraznit, ať je kontrastnější a nevypadá to jen jako že vám omylem ujela ruka.

46) Není logo **přehlčené detaily**?

Více detailů nevadí, ale měly by mít nějakou strukturu a odůvodnění – třeba posílení emocí.

47) Je kompozice **konzistentní z hlediska detailů**?

Působí divně, když je velký hlavní symbol s velkými detaily a po stranách má menší symboly s mnohem menšími detaily. Celé logo by mělo mít konzistentní tloušťku obrysů a velikosti tvarů. Nebo by v jejich velikostech měl být nějaký řád (třeba hlavní velikost → 2x menší → 4x menší).

48) **Nepřekrývají se** hrany dílčích tvarů?

Po uložení do bitmapy, ale občas i v tisku, by mohly ty hrany působit zubatě. Je nutné nechat jen jednu hranu. Návod najdete na straně 97 v mém e-booku: <https://vachudatomas.cz/Logotvorba.pdf>

49) Není mezi žádnými tvary **nulová mezera**?

Když tvary nalepíte hranou k sobě, tak na monitoru a občas i v tisku může prosvítat barva pozadí. Je potřeba spodní tvar *přetáhnout* pod hranu vrchního. Viz str. 97: <https://vachudatomas.cz/Logotvorba.pdf>

50) Nezbyla tam žádná **ořezová maska**? Jsou všechno finální tvary?

Písmo

51) Je čitelné?

Velikost, barva i styl písma musí být takové, aby písmo i v menší velikosti bylo čitelné. Nejen hlavní nápis loga, ale i podtext. V nejhrošším se podtext v menších velikostech smaže, ale v základní variantě by měl být čitelný.

52) Není písmo příliš **dominantní** proti symbolu? Nepřevažuje ho?

Písmo a symbol by měly být v rovnováze. Neměly by se překřikovat. Když je to symbolické logo, symbol by měl být dominantou. Ale záleží na zadání a co má vyniknout. Samozřejmě může vzniknout více kompozic. Záleží i kde se bude logo používat.

53) **Netahá** písmo kompozici vizuálně do strany?

Třeba je jedna část názvu barevně anebo tloušťkou zvýrazněná, takže logo *padá* na jednu stranu, přestože je symbol uprostřed.

54) **Neruš**í v písmu něco? Nepoutá písmo moc pozornosti?

V kombinovaném logu (symbol + text) by text neměl až tak poutat pozornost. Oko nebude vědět, kam koukat, protože symbol bude křičet *KOUKNI NA MĚ* a text zase *NE KOUKEJ SEM*. V ideálním případě symbol neruší písmo a písmo neruší symbol.

55) Není **část názvu** příliš **dominantní**?

Někdy se úmyslně zvýrazní část názvu, takže pak část názvu příliš vynikne a druhé slovo v menší velikosti naopak příliš zaniká.

56) Není **podtext** / **slogan** příliš **velký**?

Vídám loga, kde je podtext či slogan téměř velký anebo dokonce větší, než samotný název loga. Výjimečně to může mít své opodstatnění, ale většinou má být dominantní název firmy, ne slogan.

57) **Doplňuje** písmo **symbol**? Nebo ho aspoň **vyvažuje**?

Třeba emotivní písmo + geometrický symbol skloubí oba světy, aby logo nebylo ani moc emotivní ani moc technické. Tenké písmo dodá eleganci, tlusté zase respekt. Písmo zkrátka umí doplňovat, rozvíjet a vyvažovat symbol. Pokud se vám tedy nepodařilo dostat nějakou klíčovou emoci do symbolu, vyjádřete ji pomocí písma.

58) Sedí písmo k **tématu**?

Třeba příliš autentické písmo se nehodí k něčemu, co se tvoří seriově, teda pokud to není dostatečně autentický produkt. Třeba k softwaru bych ruční písmo nedával, teda pokud nejde o software pro psaní či kreslení. Nebo bych nepoužíval příliš *ostré* či silné agresivní písmo, pokud jde o citlivé téma.

59) Není tam **příliš typů** či **řezů** písma?

Ideálně ať je název jedním řezem či typem písma, podtext jedním řezem či typem. Pokud to nemá odůvodnění, více typů písma bych nepoužíval, jinak text nemusí působit uceleně.

60) Jsou mezery **vyvážené**?

Vhodný kerning. Větší mezery pro rozvolnění a provzdušnění písma, užší třeba pro zvýraznění. Do každé situace se hodí jiné mezery. Experimentujte.