



JAK PRACOVAT

S FONTY



V DESIGNU



Písmo či font, ať už stylu písemného vyjádření říkáte jakkoliv, to, které používáte v rámci vaší brandové strategie se dá přirovnat **ke hlasu vaší značky**. A stejně jako tón hlasu může být přívětivý, seriózní nebo sebevědomý, i výběr písma dokáže prozradit víc, než si na první pohled myslíme. Typografie je jedním **z nejsilnějších prvků** vizuální identity. Má vliv na to, jak si vás lidé zapamatují, jak snadno porozumí vaší zprávě i jakou důvěru v nich vzbudíte.

V této e-knize se společně podíváme na to, co všechno dokáže správně zvolený font ovlivnit. Projdeme si **psychologii písem**, ukážeme rozdíly mezi typy fontů a podíváme se na čitelnost i uživatelskou přívětivost. A pokud se občas ztrácíte ve světě typografie, nebo jen hledáte inspiraci, Loomen je tu pro vás.

Psychologie fontů

Podobně jako **barvy**, různé typy písem vyvolávají specifické emoce a asociace. Patková písma, jako je Times New Roman nebo Garamond, jsou často spojována s tradicí, důvěryhodností a elegancí. Bezpatková písma, například Helvetica a Arial, působí moderně, jednoduše a přístupně. Ručně psaná písma dodávají osobitost a kreativitu, zatímco výrazná display písma upoutávají pozornost a vyjadřují originalitu. Výběr písma by měl tedy korespondovat s hodnotami a poselstvím vaší značky.

Hlavní kategorie fontů a jejich efekt na zákazníky

Patková písma

Elegance

Důvěryhodnost

Tradice

Patková písma mají charakteristické "nožičky" na koncích znaků a jsou spojována s tradicí a seriózností. Často se používají v právnických firmách, finančních institucích a luxusních značkách.

Typické fonty

Times New Roman | Garamond | Baskerville

Příklad z praxe

Časopis Vogue využívá font Didot, který odráží luxus a exkluzivitu.

Bezpatková písma

Jednoduchost

Přístupnost

Bezpatková písma, tedy písma bez zakončení, působí čistě a moderně. Jsou častou volbou technologických firem a digitálních produktů.

Typické fonty

Helvetica | Arial | Montserrat | Open Sans

Příklad z praxe

Společnost Google přešla v roce 2015 na vlastní písmo Google Sans, aby zlepšila čitelnost a podpořila jednotnost vizuální identity.

Hlavní kategorie fontů a jejich efekt na zákazníky

Ručně psaná písma

Kreativita

Osobitost

Hravost

Tato písma napodobují ručně psané písmo a dodávají značce osobní a přátelský nádech. Jsou oblíbená v kreativních oborech, například u svatebních agentur a kaváren.

Typické fonty

Pacifico | *Brush Script* | *Dancing Script*

Příklad z praxe

Společnost Disney využívá vlastní script písmo, které evokuje pohádkovou atmosféru a nostalgii.

Display písma

Dominance

Extravagance

Display písma jsou výrazná a vhodná především pro nadpisy a loga. Často se používají v reklamě a sportovních značkách, kde je cílem okamžitě upoutat pozornost.

Typické fonty

Impact | *Lobster* | BEBAS NEUE

Příklad z praxe

Společnost Nike využívá tučné písmo Futura Bold, které podtrhuje dynamiku značky.

Nevhodný výběr písma může **negativně** ovlivnit vnímání vaší značky. Například použití písma Comic Sans v profesionálním prostředí může působit neprofesionálně. Podobně font Papyrus je často považován za zastaralý a nevhodný pro moderní design.

Na co myslet při výběru písma

1 Poselství značky

Jak chcete, aby vaše značka působila? Formálně nebo přátelsky?
Inovativně nebo tradičně?

2 Čitelnost

Písmo by mělo být snadno čitelné na různých zařízeních a v různých velikostech.

3 Konzistence

Doporučuje se používat maximálně dva až tři fonty, které spolu dobře ladí.

Podpultová doporučení

Moc dobře víme, že použití jednotlivých fontů nelze generalizovat a každý váš výběr by měl ladit s vaší značkou a jejímu kontextu. Berte to jako tipy na fonty, které **nejsou** tolik používané a **okoukané**, ale splňují požadovanou atmosféru.

Seriozní fonty: Richmond Display, Drummond Variable

Moderní technologické fonty: Suisse Int'l, Omnes Variable

Kreativní a umělecké fonty: Ohno Blaze Face, New Spirit

Digitální produkty a webové fonty: Space Grotesk, Manrope

Typografie a UX: Jak fonty ovlivňují čitelnost

(a proč některá písma lidé milují nebo nesnáší)

Typografie má také **přímý vliv na to**, jak snadno a pohodlně dokážeme číst text. Faktory jako tvar písmen, mezery mezi znaky, řádkování či barevnost určují, zda bude text snadno srozumitelný, nebo naopak unaví oči. A to přímo ovlivňuje úspěch vaší komunikace.

Klíčové faktory ovlivňující čitelnost

Na co byste měli dávat pozor pro UX a čitelnost, je třeba velikost a řádkování. Příliš malé písmo nebo špatné rozestupy mezi řádky mohou čtení výrazně ztížit. Kontrast a barvy jsou také něco, na co lidé často nemyslí, při tom jsou nedílnou součástí čitelnosti článku. Světle šedý text na bílém pozadí? Noční můra pro oči. Silný kontrast pozadí s barvou textu naopak čitelnost zlepšuje. V poslední řadě nezapomínejte na šířku řádku. Úzký sloupec se totiž čte o poznání lépe, než dlouhý text natažený přes celou obrazovku.

Loomen je grafické studio se sídlem v Praze, které nabízí širokou škálu služeb v oblasti grafického designu.



Loomen je grafické studio se sídlem v Praze, které nabízí širokou škálu služeb v oblasti grafického designu.



Proč si lidé vybírají oblíbené a neoblíbené fonty?

Neexistuje univerzálně nejlepší font, ale některé typy písma mají lepší pověst než jiné. Zatímco Helvetica nebo Roboto jsou považovány za nadčasové a profesionální, jiné fonty si vysloužily kritiku. Většinou spíše ale z toho důvodu, že je lidé dosazovali na nevhodná místa, kde se dotýkali špatné cílové skupiny nebo emoce, kterou měla značka nebo design vyvolat. A které to jsou? To si přiblížíme na další straně. →

Oblíbené fonty pro jejich čitelnost a design

- **Helvetica** – Klasika, která nikdy neomrzí. Čisté linie, skvělá čitelnost, široké využití v designu.
- **Roboto** – Moderní font používaný v Android UI, dobře čitelný v malých velikostech.
- **Open Sans** – Přehledné, profesionální písmo často používané v korporátní sféře i na webech.
- **Georgia** – Patkové písmo, které se osvědčilo hlavně v dlouhých textech na obrazovce.

Fonty, které lidé milují kritizovat

- **Comic Sans** – Písmo, které se snažilo být přátelské, ale jeho široké používání ho dostalo do kategorie „neprofesionální“.
- **Papyrus** – zkrátka působí, jako z Egypta za doby Tutanchamona. Bohužel, jeho časté použití na místech, kam se nehodí (např. loga), mu nepřidává na oblíbenosti.
- **Impact** – Ideální na MEME texty, ale ne na seriózní obsah.

Fun fact

Studie ukázaly, že lidé považují text napsaný v jednoduchých, dobře čitelných fontech za důvěryhodnější než ten, který je složitě stylizovaný. Například Times New Roman byl ve výzkumu vnímán jako serióznější než *Brush Script*.

Jak si tedy vybrat správné písmo?

Než se rozhodnete pro konkrétní font, položte si několik klíčových otázek:

- **Je text snadno čitelný na všech zařízeních?**
- **Hodí se styl písma k charakteru značky nebo obsahu?**
- **Nevyvolává písmo zbytečné negativní asociace?**

Pokud chcete, aby byl váš obsah čitelný, přístupný a vizuálně atraktivní, sázka na osvědčené UX-friendly fonty je vždy správnou volbou.

Jak na typografii bez přešlapů

Nejčastější chyby v typografii a jak se jim vyhnout

Příliš mnoho fontů v jednom designu

Jeden font může být někdy **málo**, ale pět různých fontů už je zaručený recept na zmatek a pravděpodobně i nečitelnost. Čím více rozdílných typů písma v designu použijete, tím více se oslabuje celkový vizuál a sdělení **ztrácí na srozumitelnosti**.



Loomen je grafické studio se **SÍDLEM**
v Praze, které nabízí širokou škálu služeb
v oblasti grafického designu.

Loomen je grafické studio se sídlem
v Praze, které nabízí širokou škálu služeb
v oblasti grafického designu.

V ideálním případě by měl design pracovat s maximálně dvěma až třemi fonty, které spolu dobře ladí. Pokud potřebujete třetí font, mělo by být z důvodu něčeho extra v článku, třeba **citace** nebo zvýraznění.

Nedostatečný kontrast mezi textem a pozadím

Očividným, ale důležitým základem je, že text musí být **dobře čitelný** na svém pozadí. Pokud je písmo příliš světlé na světlém pozadí, nebo naopak tmavé na tmavém, čtenáři budou mít problém rozluštit sdělení a s největší pravděpodobností design raději opustí.



Loomen je grafické studio se sídlem
v Praze, které nabízí širokou škálu služeb
v oblasti grafického designu.



Loomen je grafické studio se sídlem
v Praze, které nabízí širokou škálu služeb
v oblasti grafického designu.

Dbejte na dostatečný **kontrast** mezi textem a pozadím. Černý text na bílé je klasická a bezpečná kombinace. Pokud chcete využít barvy, hrajte si s nimi, vyzkoušejte různé kombinace. Na internetu jsou i různé nástroje, jako třeba Pigment, které vám nabízí oblíbené barevné kombinace a můžete si tak zkusit, co se pro váš design hodí nejlépe.

Špatné řádkování a zarovnání textu

Příliš natěsnaný text s minimálními mezerami mezi řádky způsobuje, že se většině čtenářů hůř čte. Naopak **přehnaně velké mezery** mohou opticky rozbít strukturu textu.



Loomen je grafické studio se sídlem
v Praze, které nabízí širokou škálu služeb
v oblasti grafického designu.



Loomen je grafické studio se sídlem
v Praze, které nabízí širokou škálu služeb
v oblasti grafického designu.

Optimální řádkování by mělo být **1,3–1,6** násobek velikosti písma. Když dojde na zarovnání textu, obecně se lépe čte text zarovnaný doleva, protože zleva čteme. Napravo je to pro nás nepřirozené a blokové zarovnání většinou vytváří nepravidelné mezery mezi slovy.

LOOMEN



LOOMEN.CZ

info@loomen.cz

+420 774 285 452