
POJMOVNIK

Javni neanonimni konkurs za izbor rješenja loga
brenda nacionalne avio-kompanije Crne Gore

Ovaj konkursni pojmovnik služi lakšem i što iscrpnijem definisanju propozicija konkursa i važi isključivo unutar konkursa, jer su moguće izvjesne razlike u odnosu na konvencionalnu terminologiju. Učesnicima se preporučuje upotreba termina sa sljedećim značenjem:

BREND – Brend je skup čulnih i misaonih asocijacija kod potrošača koje dodaju vrijednost proizvodima i uslugama. Glavni zastupnici brenda u čulnom svijetu su ime (naziv) i logo.

NAZIV BREND – Naziv brenda je verbalni iskaz koji za ulogu ima osnovnu identifikaciju brenda od strane javnosti. Ispis naziva brenda je, po pravilu, gradivni dio loga, a često je i različit od naziva kompanije nosioca brenda.

ISPIS – Ispis je ortografski i tipografski određen slovni zapis naziva brenda koji je podređen čitkosti i vizuelnoj ekspresiji brenda. Ispis može biti dopunjen elementima koji ne ugrožavaju prominentnost znaka.

ZNAK – Znak je vizuelna („ilustrativna“) predstava brenda koja je podređena vizuelnoj ekspresiji brenda i dopunjava ispis. Znak je u prominentnoj poziciji u odnosu na ispis.

LOGO – Logo je vizuelna oznaka kojom se uspostavlja veza između brenda i javnosti, a koja čine ispis naziva i znak.

VIZUELNI KÔD – Vizuelni kôd je optički minimum vizuelne slike koji je potreban i dovoljan uslov za prepoznavanje iste, a koji je autonoman od vizuelne ekspresije te slike (primjer: vizuelni kôd slova H glasi: dva stuba, po sredini spojena prečkom).

PRIRUČNIK – Dizajn priručnik je ilustrovani tehnički dokument koji je odraz

umjetničke kreacije i sadrži sve informacije i smjernice potrebne za ispravnu upotrebu loga i razvoj standarda.

PRIMJENA – Pod primjenom se smatra obilježavanje raznovrsnih utilitarnih i komunikacijskih formi koje za cilj imaju konzistentan čulni izraz brenda. Za potrebe konkursa se pod primjenom smatra i njena simulacija u formi skice, nacрта, fotomontaže, makete i sl.

LOGO U BOJI – Logo u boji je grafička mutacija loga koja sadrži najmanje jednu boju različitu od crne i bijele, sa izvjesnim tonom iz spektra (hue), zasićenjem (saturation) i valerom (brightness), pri čemu boja može da bude polutonirana ili u prelivu sa drugim bojama.

LOGO BEZ BOJE – Logo bez boje sadrži samo oblik loga, obično u dva odnosa sa okolinom. Pozitivna postavka je kompozicija crnog (tretiranog) oblika na bijeloj (providnoj ili netretiranoj) podlozi, a negativna postavka obratno.

OSNOVNI LOGO – Osnovni logo je varijanta loga kojoj se daje prvenstvo u upotrebi, primjeni i komunikacijama.

DJELO – Djelo je individualna duhovna tvorevina koja je izražena na određeni čulni način.

KOAUTORSKO DJELO – Koautorsko djelo je djelo stvoreno zajedničkim stvaralačkim radom dva ili više lica i čini nedjeljivu cjelinu.

SPOJENO DJELO – Spojeno djelo je djelo nastalo spajanjem dva ili više pojedinačnih djela radi zajedničke eksploatacije.

NARUČILAC – Naručilac je fizičko ili pravno lice koje narudžbinom inicira stvaranje djela za sopstvene potrebe. Konkurs se smatra javnom narudžbinom djela na konkurentskoj osnovi.

GARANT – Stručni garant konkursa je pravno lice, neprofitno društvo čija je matična djelatnost srodna sa strukovnim opsegom konkursa, sa ulogom da obezbijedi propozicije konkursa shodno principima struke i dobre prakse.

UČESNIK – Učesnik je fizičko lice koje potpisuje rijavu i podnosi konkursnu dokumentaciju i smatra se odgovornom osobom u predstavljanju autora, autorskih timova i/ili pravnih osoba u pravnom prometu. U slučaju samostalnog učešća fizičkog lica na konkursu, pojmovi učesnik i autor istovjetni su.

ODBRANA – Odbrana je živo i neposredno predstavljanje djela od strane učesnika pred žirijem u organizovanom vremenskom intervalu, formom po sopstvenom nahodjenju.

LICENCA – Licenca je ugovor kojim učesnik isporučuje djelo naručiocu na korišćenje. U slučaju ovog konkursa licenca je isključiva, bez prostornog i vremenskog ograničenja.