



VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ KOMUNIKACE

Katedra vizuální tvorby

Vizuální tvorba

Vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek

Autor: Bc. Daniel Malina

Vedúca práce: MgA. Barbora Toman Tylová, Ph.D.

2023

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že diplomovú prácu s názvom: „Vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek“ som vypracoval samostatne, na základe vlastných poznatkov, konzultácií so školiteľom a štúdiom odbornej literatúry, ktorá je uvedená na príslušnom mieste v zozname použitých zdrojov.

V Prahe, dňa 20. 4. 2023

.....
podpis autora

Pod'akovanie

Touto cestou by som rád vyjadril veľké pod'akovanie MgA. Barbore Toman Tylovej, Ph.D. za odborné vedenie práce, odovzdanie cenných rád, správne nasmerovanie a rozšírenie obzorov. Taktiež by som chcel pod'akovať Borislavovi Benedekovi a Michalovi Langovi za možnosť spolupráce s ich architektonickým štúdiom a všetkým zúčastneným respondentom, ktorí venovali svoj čas na zapojenie sa do prieskumu. V neposlednom rade patrí moja srdečná vďaka taktiež rodine, priateľom a kolegom za poskytnutie veľkej opory.

Abstrakt

Diplomová práca sa zaoberá vytvorením vizuálneho štýlu pre architektonické štúdio Lang Benedek, a zároveň pojednáva o problematike jednostranného zamieňania profesijných oblastí medzi architektúrou a grafickým dizajnom. K overeniu tejto hypotézy slúži prieskum vytvorený z odpovedí architektonických štúdií v dotazníku. V teoretickej časti sú taktiež prezentované poznatky o tematike vizuálneho štýlu a prvkoch, ktoré s ním súvisia, spolu s inšpiratívnymi informáciami o jeho inovatívnych spôsoboch spracovania. V praktickej časti sú tieto teoretické poznatky využité k splneniu hlavného cieľa, ktorý predstavuje vybudovanie nového vizuálneho štýlu s elementami, ktoré ho tvoria. Diplomová práca tak vyzdvihuje dôležitosť spolupráce medzi architektúrou a grafickým dizajnom.

Kľúčové slová:

vizuálny štýl, flexibilný vizuálny systém, logo, redizajn, architektonické štúdio, priestor

Abstract

This diploma thesis focuses on creating a new visual style for the architectural studio Lang Benedek, and also dealing with the issue of unilateral interchange of the professional areas of expertise between the fields of architecture and graphic design. To verify the hypothesis of this exchange being purely one-sided, research, which is based on responses of architectural studios in a questionnaire, is conducted. The theoretical part also presents broader insights on the topic of visual style and related elements, along with inspiring inputs on its elaboration. In the practical part, this knowledge is utilized in order to achieve the main objective, which is to create a brand-new visual style along with all of its components. Part of the thesis is to highlight the importance of cooperation between the fields of architecture and graphic design.

Keywords:

visual style, flexible visual system, logo, redesign, architectural studio, space

Obsah

Úvod	8
Cieľ.....	9
1. Vizuálna stránka značky	10
1.1. Základné princípy	10
1.2. Flexibilná komunikácia	11
1.3. Spôsoby spracovania flexibilných vizuálnych systémov.....	12
1.4. Využitie gestalt princípov pri grafickom dizajne	20
2. Grafický dizajn a architektúra.....	23
2.1. Spojitosti a rozdielnosti medzi profesiami.....	23
2.2. Prieskum	26
3. Lang Benedek Architects	31
3.1. O architektonickom štúdiu.....	31
3.2. Zhodnotenie pôvodnej vizuálnej komunikácie.....	31
3.3. Zhrnutie.....	34
4. Prípravná fáza.....	35
4.1. Konkurencia.....	35
4.2. Cieľová skupina	37
4.3. Inšpirácia.....	37
4.4. Začiatok tvorby	39
5. Vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek.....	42
5.1. Logo.....	42
5.1.1. Štandardná verzia loga.....	42
5.1.2. Konštrukcia a ochranná zóna štandardnej verzie loga.....	42
5.1.3. Plná verzia loga.....	43
5.1.4. Konštrukcia a ochranná zóna plnej verzie loga	43
5.1.5. Grafický symbol	44
5.1.6. Konštrukcia a ochranná zóna grafického symbolu.....	44
5.1.7. Minimálna veľkosť loga	45
5.1.8. Zakázané použitia loga	45
5.2. Flexible line	46
5.2.1. Esencia flexibilného vizuálneho systému.....	46
5.2.2. Inšpiračné zdroje flexible line.....	47

5.2.3.	Konštruovanie flexible line.....	48
5.2.4.	Rozšírenie konceptu flexible line	49
5.2.5.	Ukážky použitia flexible line.....	50
5.2.6.	Zakázané použitia flexible line.....	51
5.3.	Farby	52
5.4.	Typografia.....	53
5.4.1.	Základné písmo.....	53
5.4.2.	Doplňkové písmo.....	53
5.4.3.	Flexibilné písmo	54
5.4.4.	Písmo pre kóty	54
5.5.	Komunikačné médiá	55
5.5.1.	E-mailový podpis.....	55
5.5.2.	Vizitka.....	56
5.5.3.	Hlavičkový papier.....	57
5.5.4.	Obálka DL	58
5.5.5.	Obálka C4	59
5.5.6.	Pečiatka.....	60
5.5.7.	Tlačený vizuál.....	61
5.5.8.	Merchandise.....	64
5.5.9.	Označovanie objektov.....	67
5.5.10.	Sociálne médiá a príspevky	69
5.5.11.	Sociálne médiá a profil	71
5.5.12.	Webová stránka.....	72
5.6.	Dizajn manuál	77
	Záver	78
	Terminologický slovník	80
	Zoznam použitých zdrojov.....	81
	Literárne zdroje.....	81
	Príspevok v zborníku	82
	Článok v časopise	82
	Internetové zdroje	82
	Zoznam obrázkov	84
	Zoznam grafov	87
	Príloha.....	88

Úvod

Majú architekti tendenciu nahrádzať grafických dizajnérov vytváraním grafického dizajnu slúžiaceho k propagácii svojej značky? Architektúra je odbor, v ktorom sa kombinuje navrhovanie ako 2D, tak 3D vizualizácií a okrem citu pre estetickosť sú preňho príznačné aj technické znalosti. Hoci si vyžaduje podobne ako grafický dizajn pokročilé vizuálne cítenie, jedná sa o odlišné odvetvie, kvôli čomu ich nemožno zamieňať. Vzhľadom na tento fakt v diplomovej práci Vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek Architects predkladáme úvahu, v ktorej prichádza k pomerne častému zamieňaniu týchto unikátnych profesijných oblastí. Je dôležité si uvedomiť, že vizuálny štýl je kľúčovou súčasťou značky a v dizajnerských odboroch by malo byť jeho korektné spracovanie samozrejmosťou. Jeho tvorba si vyžaduje patričné znalosti, aby bolo výsledné spracovanie dostatočne kvalitné. Tieto znalosti je však ťažko predstaviteľné obsiahnuť v inom odbore, ako v grafickom dizajne. Prácu architektov si veľmi vážime a rešpektujeme, avšak k vyjasneniu situácie je nevyhnutné správne a objektívne informovanie.

Súčasťou teoretickej časti diplomovej práce je preto aj overenie hypotézy za pomoci prieskumu, či majú architekti skutočne tendenciu vytvárať grafický dizajn bez účasti grafických dizajnérov. K vytvoreniu si obrazu o tejto problematike sú nápomocné odpovede architektonických štúdií v dotazníku. Ešte pred tým však teoretická časť zahŕňa poznatky ohľadom tematiky vizuálneho štýlu, na ktorého tvorbu, sa spolu s ďalšími vizuálnymi prostriedkami v praktickej časti zameriavame. Informácie pozostávajú zo základného prehľadu o prvkoch, ktoré ho tvoria a následnému venovaniu sa flexibilným vizuálnym systémom spolu s vybranými gestalt zákonmi, ktoré slúžia ako inšpirácia pre praktickú časť.

Vďaka prelomeniu potencionálneho stereotypu o zamieňaní dizajnerských profesií v podobe korektného rozdelenia pracovných pozícií sa v praktickej časti zameriavame na tvorbu nového vizuálneho štýlu architektonického štúdia Lang Benedek Architects. Pre vytvorenie si lepšej predstavy o významnosti štúdia si na začiatku praktickej časti približujeme jeho postavenie, filozofiu a hodnoty. Nevyhnutnou súčasťou je aj posúdenie spracovania pôvodného vizuálneho štýlu. Po týchto bodoch nasleduje v praktickej časti úvod do tvorby nového vizuálneho riešenia a priblíženie finálne spracovaného vizuálneho štýlu so všetkými prvkami, ktoré ho tvoria. Vďaka prepojeniu dvoch dizajnerských odborov – grafického designu a architektúry – sa uvažuje nad dosiahnutím vizuálne atraktívnych grafických výstupov.

Cieľ

Hlavným uvažovaným cieľom diplomovej práce je vyzdvihnutie dôležitosti spolupráce medzi grafickým dizajnom a architektúrou, výsledkom čoho by mal byť jednotné spracovaný vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek Architects. Súčasťou tohto zámeru je zadefinovanie predností daných architektov skrz flexibilný vizuálny systém. Prvým čiastkovým cieľom, ktorý napomáha k naplneniu hlavného cieľa, je spracovanie informácií ohľadom už existujúcich flexibilných vizuálnych systémov a vybraných gestalt princípov, ktoré možno považovať za inšpiratívne. Druhým čiastkovým cieľom je poukázať na problematiku, v ktorej majú architekti tendenciu nahrádzať prácu grafických dizajnérov prostredníctvom vytvárania vlastných grafických vizuálov, slúžiacich k propagácii značky. K overeniu tejto úvahy poslúži vytvorenie prieskumu.

1. Vizuálna stránka značky

1.1. Základné princípy

K porozumeniu korektného spracovania vizuálnej stránky značky je dôležité spraviť si prehľad o danej tematike. Základná otázka u loga nie je estetická, ale významová. Pre dosiahnutie správnej identifikovateľnosti je preto potrebné vedieť, čo chce značka povedať. Úlohou grafického dizajnéra je túto informáciu nájsť a rozpovedať správnym spôsobom.¹

V minulosti bolo logo synonymom vizuálnej identity a za istých okolností ním do istej miery môže byť aj dnes.² S logami sa máme možnosť stretávať každý deň. Od momentu ranného zobudenia až do chvíle, kedy zvykneme chodiť spať, logá tvoria súčasť nášho každodenného života. Značka ako celok však reprezentuje omnoho viac a logo je len jej súčasťou.³ Komunikácia výlučne prostredníctvom loga kvôli neustále rastúcemu trhu nestačí a tým nastáva situácia, kedy sa spracovanie výrazného vizuálneho štýlu stáva pre odlišenie od konkurencie nevyhnutnosťou.⁴

Vizuálny štýl predstavuje spôsob kombinovania loga, farebnosti, typografie a rôznych ďalších grafických elementov v ľubovoľnej forme vizuálnej prezentácie s cieľom dosiahnuť požadovaný efekt rozpoznateľnosti. Vďaka vysokému komunikačnému významu by mala byť ucelenosť, ktorú možno udržiavať za pomoci dizajn manuálu, jeho nevyhnutnou súčasťou. Na základe toho je častokrát možné rozpoznať danú značku aj bez použitia loga. To sa zvyčajne darí naplňať až po dlhšom komunikovaní s jednotným vizuálnym štýlom správnym spôsobom. Základom kvalitne spracovaného vizuálneho štýlu je tak vytvorenie unikátneho vizuálneho systému prostredníctvom vyššie uvedených noriem.⁵ Korporatívny dizajn, tiež označovaný ako vizuálna identita, predstavuje súbor všetkých vizuálnych prvkov, ktorými sa značka prezentuje a ktoré charakterizujú jej vizuálny štýl.⁶

Existujú rôzne metódy k tvorbe vizuálnych štýlov. Okrem pevne stanovených pravidiel, ktoré presne definujú veľkosti a umiestnenia jednotlivých grafických elementov, je možné zvoliť aj opačný slobodnejší prístup, ktorý okrem definovania základných prvkov nepredpisuje žiadne ďalšie povinné parametre.⁷ V nasledujúcej kapitole sa budeme zaoberať potenciálom využitia flexibilných vizuálnych systémov.

¹ Airey 2010, s. 20.

² Lorenz 2021, s. 8.

³ Airey 2010, s. 14.

⁴ Lorenz 2021, s. 8.

⁵ Kafka, Kotyza 2014, s. 67–68.

⁶ Lorenz 2021, s. 13.

⁷ Kafka, Kotyza 2014, s. 68.

1.2. Flexibilná komunikácia

Ako je uvedené v predchádzajúcej podkapitole, pred päťdesiatimi rokmi zvykli značky využívať k odlišeniu sa od konkurencie samostatné symboly. Asimilácia na rýchlo meniaci sa trh je však pre prežitie častokrát nevyhnutná.⁸ Vďaka novým digitálnym technológiám má dnes mnoho značiek možnosť komunikovať viac komplexne a dynamicky. Michael Bierut tvrdí, že staré otázky typu, „vieš mi to odfaxovať?“ nahradili nové, „vieš mi to zanimovať?“⁹

Sociálne médiá dnes umožňujú značkám využívať nové komunikačné prostredia a nové formy komunikácie. Na rozdiel od predchádzajúcej tradičnej komunikácie, kedy bola verejnosť pasívna, dnešné publikum lajkuje, zdieľa a komentuje, čím ovplyvňuje ďalších príjemcov a zároveň si tak aj vytvára k značke osobnejší vzťah. Tieto nové formy interakcie by mali byť vyjadrené prostredníctvom jednotnej vizuálnej identity, ktorá by odrážala hodnoty a ciele spoločnosti – čo ju poháňa, v čo verí a prečo existuje. Statická forma komunikácie môže oproti flexibilnej pôsobiť ako zamrznutá v čase. Neprispôsobenie sa okoliu a publiku môže spôsobiť, že značka nemusí naďalej vedieť formulovať jasné posolstvá. V prípade, keď sa vyžaduje expresivita, môže sa stať strohou.¹⁰

Mnoho značiek v tradičnej vizuálnej komunikácii komponuje logo do rohu, v ktorom je však ľahko zameniteľné. Preto je dôležité komunikovať skrz vizuálny štýl takým spôsobom, aby danú značku bolo možné identifikovať aj bez loga.¹¹ Riešením môže byť využitie flexibilného vizuálneho systému, ktorý dokáže komunikovať v meniacom sa prostredí ucelene, kontrolovane, efektívne a účinne.¹²

Irene Van Nes predstavuje myšlienku, že flexibilná forma komunikácie má vždy možnosť vyvíjať sa, rásť, a prispôbovať sa novým okolnostiam. Rovnako ako človek, ktorý vie mať svoje vízie, šatník a okruh priateľov. V dospievaní taktiež stretáva nový okruh ľudí a má možnosť cestovať a žiť. Nes tvrdí, že značku, ktorá vie fungovať rovnakým spôsobom, môžeme považovať za podobnú organickú entitu, ktorá je taktiež ovplyvňovaná meniacimi sa ekonomickými a sociálnymi okolnosťami, víziami nového generálneho riaditeľa a významnými technologickými inováciami. Pre takto flexibilné značky je rovnako flexibilný spôsob komunikácie, ktorý by dokázal čeliť všetkým zmenám prostredníctvom ich zohľadnenia a reflexie veľmi vhodný. Značka by mala byť totiž rovnako organická, ako

⁸ Nes 2012, s. 6.

⁹ Bierut 2021, s. 311.

¹⁰ Lorenz 2021, s. 6–8.

¹¹ Uložit jako... 2022.

¹² Lorenz 2021, s. 6–8.

jej identita. Prvky, ktoré tvoria vizuálnu identitu sme si už definovali. Základným z týchto prvkov je práve logo, no zaraďujú sa k nemu aj farby, typografia, grafické prvky a obrázky. Tento ucelený systém teda buduje jednotnú identitu značky. V rámci týchto elementov však existuje ešte väčší priestor pre voľnosť komunikácie, ako si možno na prvý pohľad podľa zaužívaných konvencií predstaviť.¹³

Dr. Martin Lorenz odkazuje, že je najvyšší čas prestať sa fixovať na logá: „To, že sme s nimi vyrastali neznamena, že na nich musia byť vizuálne štýly závislé.“ Zatiaľ čo vizuálne štýly založené na logu komunikujú stále rovnaké posolstvá a majú problém s prispôbením sa rôznym kontextom a formátom, vizuálne štýly založené na flexibilnom vizuálnom systéme dokážu vyjadriť myšlienky svojmu publiku prostredníctvom viacerých spôsobov. Vnímanie a navrhovanie identít v ich plnej komplexnosti je viac než žiadúce.¹⁴

1.3. Spôsobu spracovania flexibilných vizuálnych systémov

Na nasledujúcich stranách si podľa charakteru rozdelíme rôzne spôsoby spracovania flexibilných vizuálnych systémov. Keďže niektoré flexibilné systémy môžu presahovať do viacerých oblastí, nie je možné stanoviť ich presnú kategorizáciu, avšak ich opis spolu s ukázkami využitia v praxi môže poskytnúť lepší pohľad na túto tematiku.

Prvou a pravdepodobne aj najzrejmejšou metódou pri vytváraní flexibilného vizuálneho systému je pristupovať k logu ako k prvku, ktorý slúži ako premenná. Pevné vymedzenie jedného rozpoznateľného elementu ponecháva priestor pre hru s jeho obsahom. Menenie farieb, textúr alebo obrázkov v takomto logu podporuje variabilitu a rozpoznateľnosť. Jedno z prvých štúdií, ktoré sa k tomuto kroku odhodlalo bol grafický kolektív Manhattan Design, ktorý v roku 1981 vytvoril vizuálnu identitu pre MTV. Podarilo sa im vytvoriť systém, v ktorom oddelené „M“ a „TV“ majú pevný tvar a pozíciu, avšak obmieňa ich nespočetné množstvo farieb, vzorov, textúr, animácií a ilustrácií. Všetky tieto variácie posilnili mladistvý „teenage“ imidž, ktorý sa stal pre MTV synonymom. Zároveň sa tak aj naskytol silný základ pre vybudovanie unikátneho vizuálneho štýlu.¹⁵ Jedno z mnoho ďalších podobných spracovaní prebehlo o 28 rokov neskôr, kedy známa dizajnérska agentúra Landor predstavila nový vizuálny štýl mesta Melbourne, v ktorom sa mení obsah loga v písmene M, a ktorého vzor sa stáva ústredným prvkom komunikácie.¹⁶

¹³ Nes 2012, s. 6–7.

¹⁴ Lorenz 2021, s. 10.

¹⁵ Nes 2012, s. 7–11.

¹⁶ Kafka, Kotyza 2014, s. 18.



Obrázok 1: Vizuálna identita MTV

Zdroj: www.customneon.com, www.deptagency.com, www.airplanstudio.com, vlastná koláž



Obrázok 2: Vizuálna identita mesta Melbourne

Zdroj: www.landorandfitch.com, vlastná koláž

Ďalším príkladom spracovania flexibilnej vizuálnej identity je umiestnenie premenných vizualizácií za konštantné logo. Celkový dizajn sa tak môže meniť, ale identifikácia ostáva rovnaká. Keď sa značka AOL stala v roku 2009 jednou z dominantných spoločností poskytujúcich webové služby, požiadala reklamnú agentúru Wolff Olins, aby jej pomohla zmeniť spôsob svojej komunikácie. Cieľom bolo navodiť dojem, aby korporácia pôsobila ako mediálna spoločnosť 21. storočia. Keďže si AOL zakladala na pestrom obsahu svojho portfólia, reklamnej agentúre sa podarilo spracovať vizuálny štýl tejto spoločnosti do platformy pre obsah umenia z celého sveta.¹⁷



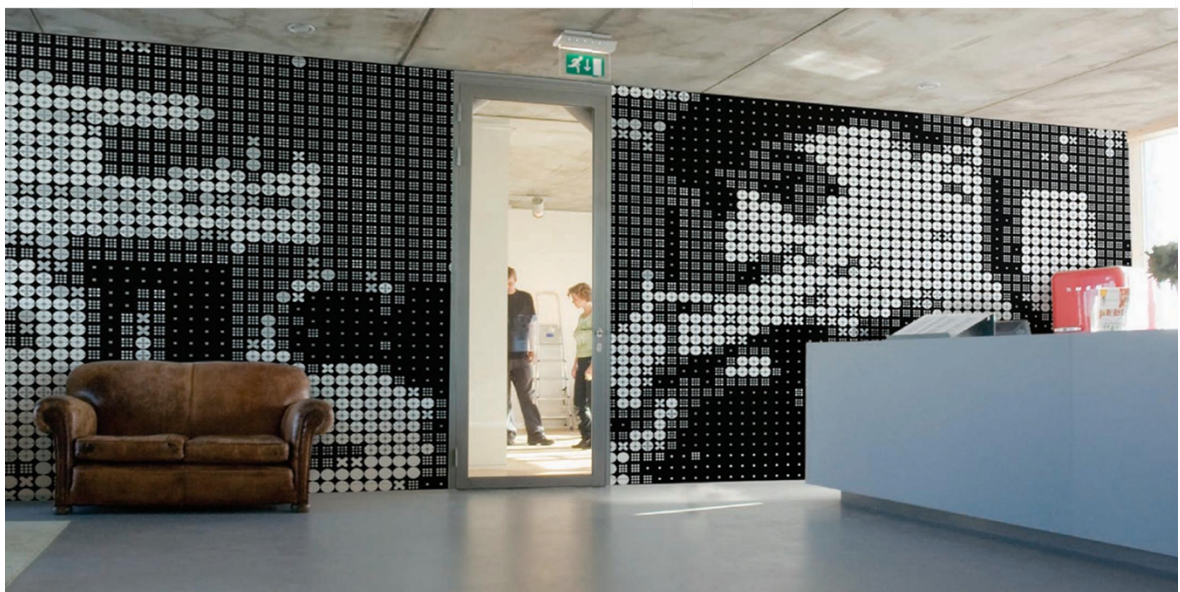
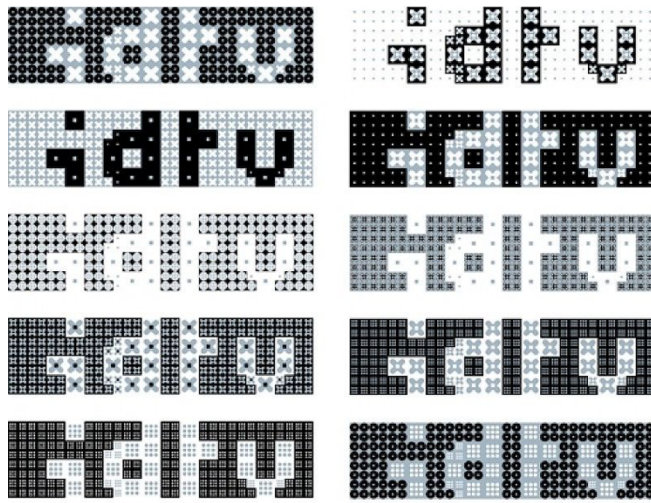
Obrázok 3: Vizuálna identita AOL

Zdroj: www.designbeep.com, www.wolffolins.com, vlastná koláž

Flexibilnú identitu možno taktiež dosiahnuť za pomoci pár základných geometrických tvarov, ktorých rôzne variácie môžu vytvoriť za každým iný výstup. Základnou pomôckou pri práci s takýmito geometrickými tvarmi by mal byť mriežkový systém. Nie je to však podmienka. Ako príklad tohto štýlu spracovania si môžeme uviesť spoločnosť IDTV, ktorá stojí na čele vývoja a produkcie televízneho obsahu. Dizajnerskemu štúdiu Lava sa pre túto spoločnosť podarilo navrhnuť inovatívnu vizuálnu identitu, ktorá

¹⁷ Nes 2012, s. 39–40.

stojí na štyroch základných stavebných prvkov v podobe pixelových tvarov. Dostupnosť nespočetného množstva variácií týchto grafických elementov zaručuje možnosť vyhotovenia nekonečnej škály dizajnov.¹⁸



Obrázok 4: Vizuálna identita IDTV

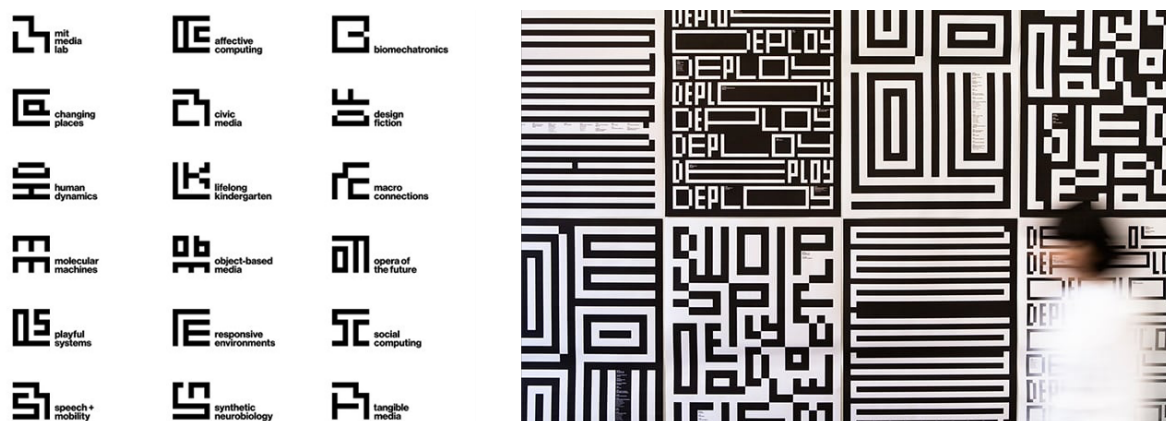
Zdroj: www.pinterest.com/sqzi, www.issuu.com/lava, vlastná koláž

Aj keď sa geometrické tvary môžu zdať akokoľvek abstraktné a neutrálne, majú veľkú schopnosť odovzdať určitú myšlienku publiku. Z takýchto tvarov sa dajú vytvárať rôzne symboly, vzory, čiary, rámčeky, či dokonca písmená.¹⁹ Ďalším príkladom efektívne

¹⁸ Nes 2012, s. 51–55.

¹⁹ Lorenz 2021, s. 9.

zvládnutej komunikácie tohto typu je riešenie vizuálnej identity spoločnosti MIT Media Lab, v ktorej grafický dizajnér Michael Bierut navrhol monogram ML, ktorého základným stavebným prvkom je štvorec. Tento symbol je skonštruovaný taktiež pomocou mriežky 7x7. Táto mriežka umožňuje vytvárať variácie základného loga pre ďalších 23 výskumných laboratórií, ktoré pod MIT Media Lab spadajú.²⁰



Obrázok 5: Vizuálna identita MIT Media Lab

Zdroj: www.dandad.org, www.dezeen.com, vlastná koláž

Pri tvorbe flexibilnej vizuálnej identity je tiež možné zamerať sa na systém ako celok, ktorý si vytvára vlastný vzorec pravidiel dopĺňaním typografie, farieb alebo grafických prvkov v určitom poradí. Týmto princípom dokázalo newyorské New Museum denne informovať verejnosť o svojich výstavách a podujatiach pomocou medzere medzi riadkami, ktoré obsahovali slová „New“ a „Museum“. Medzeru vždy dopĺňali stručné informácie.²¹



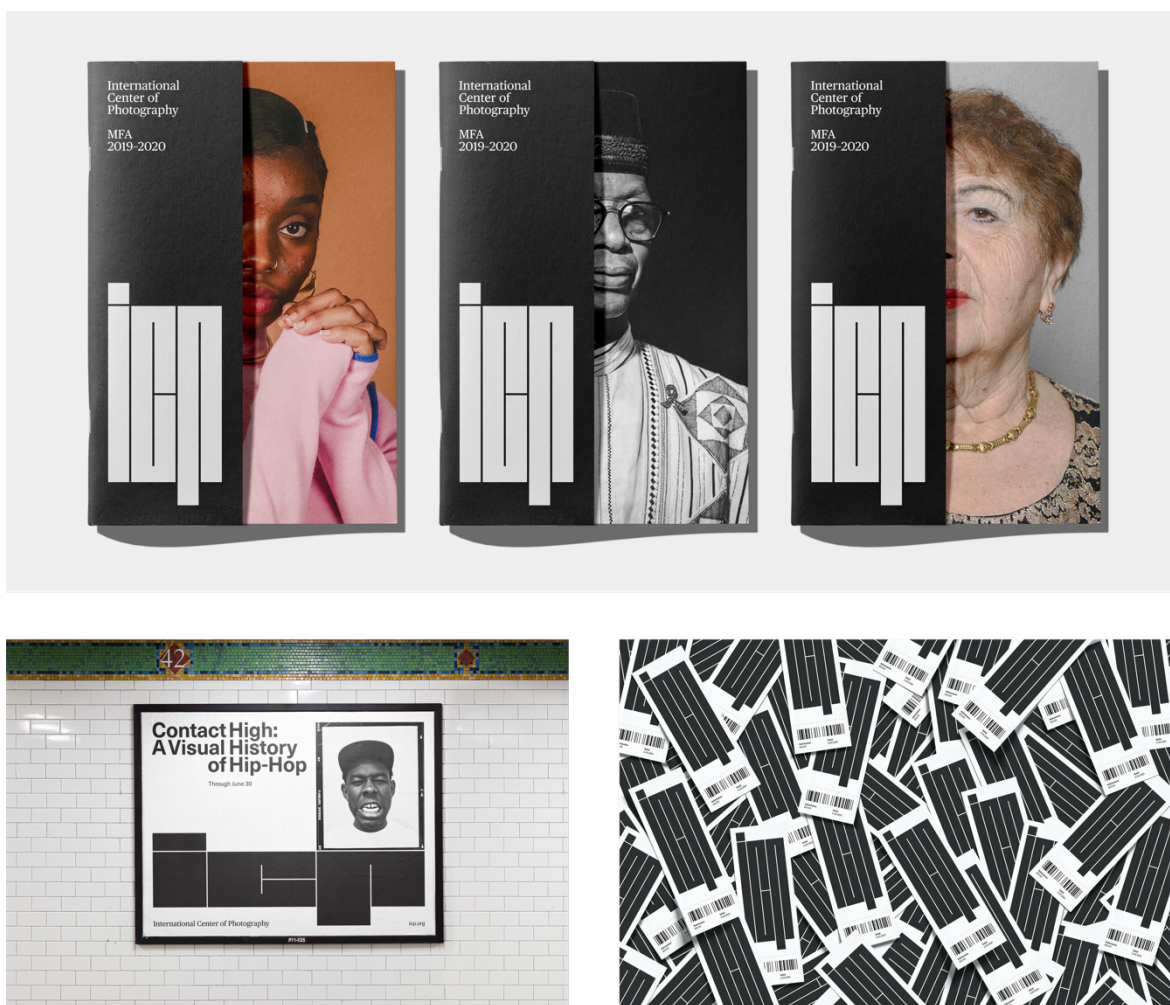
Obrázok 6: Vizuálna identita NEW MUSEUM

Zdroj: www.pinterest.com/marietacistelle, www.dandad.org, vlastná koláž

²⁰ Bierut 2021, s. 311.

²¹ Nes 2012, s. 89–90.

Ďalšou možnosťou, ako môže byť flexibilná vizuálna identita spracovaná, je vytvorenie škálovateľnej verzie loga, ktorá je schopná prispôbiť sa podľa potreby rôznym formátom. Takto sa Michaelovi Bierutovi podarilo s dizajnerským tímom navrhnuť vizuálnu identitu pre medzinárodné centrum fotografie – ICP, v ktorej má novo-navrhnutý monogram schopnosť preformátovať sa do ľubovoľného rozmeru. Okrem originálneho spôsobu spracovania je v dizajne zahrnutá aj skrytá myšlienka, ktorá koreluje s vyberaním vhodného formátu pri fotografovaní. Dizajnéri taktiež navrhli pre modifikáciu loga na mieru program, v ktorom sa stala jeho škálovateľnosť intuitívnou záležitosťou.²²



Obrázok 7: Vizuálna identita ICP
Zdroj: www.pentagram.com, vlastná koláž

²² Bierut 2021, s. 271–272.

Inou metódou spracovania flexibilnej vizuálnej identity môže tiež byť priame zahrnutie diváka do komunikácie. Identita môže svojím prispôbením sa publiku dosiahnuť vyššie emocionálne puto s danými klientmi. V štúdiu Bruce Mau Design sa zaoberali touto myšlienkou, vďaka čomu sa im podarilo navrhnuť vizuálnu identitu pre umelecko-dizajnérsku školu OCAD University v Kanade. Cieľom štúdia bolo vyjadriť tvorivú energiu študentov prostredníctvom prepracovanej, no zároveň jednoduchej myšlienky. Vytvorili základňu čiernobielych rámykov inšpirovaných budovou navrhnutou Alsopom, do ktorých bolo možné umiestňovať študentské dizajnérske práce.²³

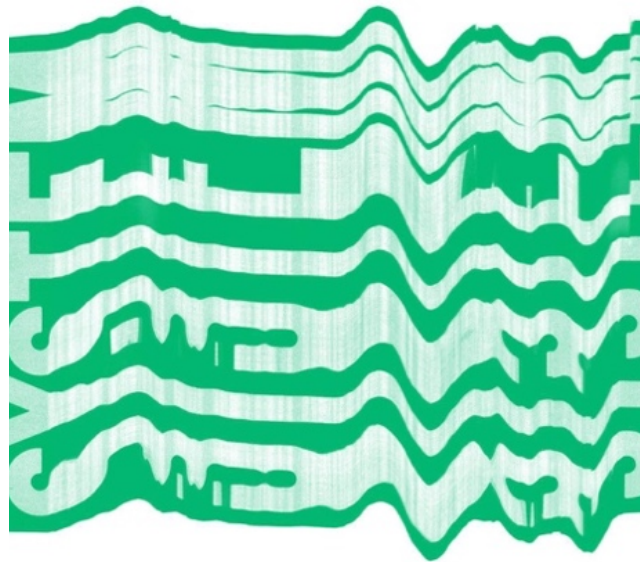


Obrázok 8: Vizuálna identita OCAD

Zdroj: www.designboom.com, www.behance.net/brucemaudesign, vlastná koláž

²³ Nes 2012, s. 127.

Veľmi originálny spôsob, ako spracovať flexibilnú vizuálnu identitu, je založiť ju na základe identifikovateľnej transformácie objektu. Gros takéhoto systému by mal byť špecifický spôsob spracovania pomocou vybraného nástroja. Pre takto fungujúci systém je nevyhnutné zvoliť charakteristický spôsob transformácie fotiek, textov alebo iných objektov, ktorý sa následne aplikuje na všetky jednotlivé vizualizácie v komunikácii. Ako nástroj sa dá použiť prakticky čokoľvek. Dr. Martin Lorenz vo svojej publikácii spomína napríklad využitie skeneru na skreslenie nápisu. Ak by sme použili túto experimentálnu skenovaciu techniku napríklad na fotografie alebo ilustrácie, mohli by sme vytvoriť jednotný štýl, ktorý by sa mohol stať charakteristickým pre identifikáciu značky.²⁴



Obrázok 9: Experimentálna modifikácia textu
Zdroj: <http://www.issuu.com/slanted>

Kreativite sa medze nekladú. Lorenz tvrdí, že na rozpoznanie identity je možné využiť okrem zraku aj ďalšie základné ľudské zmysly ako čuch, chuť, zvuk alebo hmat. Záleží len, ako veľmi dokážeme rozmýšľať spôsobom „out of the box“. Vymýšľanie nových alternatívnych spôsobov dizajnu môže viesť k novým a hlavne výrazným spracovaniam vizuálnych identít. V prípade, ak niektoré procesy necháme zautomatizovať, môžeme tak dosiahnuť veľa nových, doposiaľ nepoznaných možností. Zložitejšie návrhy by tak bolo možné rýchlejšie a efektívnejšie spracovávať napríklad čisto prostredníctvom kódu.²⁵

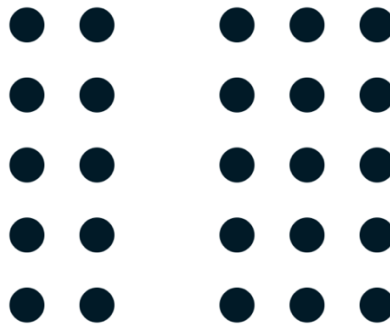
²⁴ Lorenz 2021, s. 31.

²⁵ Lorenz 2021, s. 233.

1.4. Využitie gestalt princípov pri grafickom dizajne

Začiatkom 20. storočia sa istej skupine nemeckých psychológov Maxovi Wertheimerovi, Wolfgangovi Köhlerovi a Kurtovi Koffkovi podarilo urobiť veľký objav ohľadom vnímania objektov. Z výskumu vyplynulo, že ľudský mozog má tendenciu automaticky zjednodušovať a usporadúvať objekty, ktoré máme možnosť vidieť, na základe čoho sa vyvodili určité vzorce vnímania, ktoré sa pomenovali ako gestalt zákony. Slovo gestalt je z nemeckého jazyka možné preložiť ako tvar alebo forma. Poznanie aspoň štyroch z týchto zákonov môže byť pre tvorbu dizajnérov veľmi prínosné.²⁶

Prvý zákon gestalt psychológie, ktorý si vysvetlíme, je princíp blízkosti, ktorý hovorí o tendencii vnímania objektov v tesnej blízkosti, ako súčasť jednej skupiny. Tento zákon sa vzťahuje ako na zrak, tak aj na hmat. Z hľadiska polohy totiž vieme zoskupiť jednotlivé objekty, ak sú vedľa seba aj pri využití hmatu. Platí to napríklad pri Braillovom písme, ktoré sa skladá zo znakov, ktoré je možné rozlišovať okrem tvaru aj na základe vzájomných vzdialeností.²⁷ Tieto princípy platia samozrejme aj pri zalamovaní a čítaní textov. Písmo tvoriace celok musí mať jasné a špecifické rozostupy nielen medzi jednotlivými písmenami, ale aj medzi slovami a riadkami, aby sa dali znaky vizuálne odlišiť a písmo tak bolo čitateľné.²⁸



Obrázok 10: Gestalt zákon blízkosti
Zdroj: www.designdokapsy.cz

²⁶ Hagen, Golombisky 2017, s. 60.

²⁷ Chang, Nesbitt, Wilkins 2007

²⁸ Munari 2008, s. 67.

Druhý princíp, ktorý nesie pomenovanie zákon podobnosti, tvrdí, že naša myseľ zoskupuje objekty s podobnými vlastnosťami, ako je napríklad farba alebo tvar. V prípade, ak k sebe zoskupíme objekty v tvare štvorcov a kruhov, náš mozog bude mať tendenciu vytvárať poriadok na základe podobnosti a rozdielnosti týchto tvarov.²⁹



Obrázok 11: Gestalt zákon podobnosti
Zdroj: www.designdokapsy.cz

Zákon kontinuity tvrdí, že pri vnímaní vizuálu je naša myseľ schopná pokračovať v domýšľaní daného vzorca aj v prípade jeho ukončenia. Ak sa pozeráme na líniu, ktorá je ukončená veľmi špecifickým spôsobom, môžeme opticky naimitovať jej pokračovanie. Uplatnenie tohto princípu môže dodávať vizuálom zmysel pre smer a dynamiku.³⁰



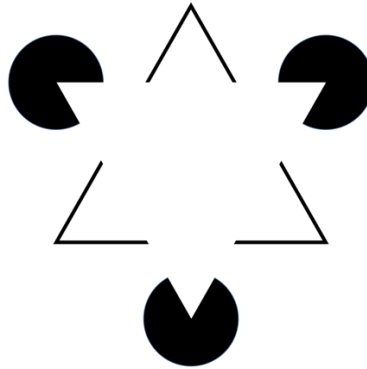
Obrázok 12: Gestalt zákon kontinuity
Zdroj: www.ivypanda.com

Štvrtý z kľúčových gestalt zákonov pre grafický dizajn, zákon ukončenia hovorí, že naša myseľ si automaticky a podvedome dopĺňa chýbajúce časti, aby vytvorila celistvý obraz. Týmto spôsobom sa dá jednoducho vytvoriť ilúzia, v ktorej je možné opticky vnímať daný geometrický tvar, hoci nemusí byť zreteľne viditeľný.

²⁹ Hagen, Golombisky 2017, s. 62.

³⁰ Hagen, Golombisky 2017, s. 62.

Podobný princíp je možné uplatniť aj pre niektoré názvy firiem alebo výrobkov, ak sú dostatočne známe. V prípade vymazania určitej časti textu je naša myseľ schopná chýbajúce prvky doplniť a spraviť daný text správne čitateľným. Tento trik však funguje iba v prípade ponechania základnej časti daného slova.³¹



Obrázok 13: Gestalt zákon ukončenia
Zdroj: www.ryanh.com

Celkový dojem z dizajnu nie je vytvorený výhradne jeho dizajnérom ani divákom, ktorý sa naňho pozerá, ale vzájomným pôsobením oboch strán. Divák očakáva, že mu bude predstavený konkrétny súbor znakov tvoriaci celkový vizuál, ktorý bude musieť interpretovať.³² Využitie gestalt princípov môže pomôcť ukorigovať to, aby divák vnímal daný dizajn požadovaným spôsobom. Vizuálna hierarchia tak vie určovať, čo je dôležité.³³

³¹ Hagen, Golombisky 2017, s. 62.

³² Gombrich 2019, s. 218.

³³ Hagen, Golombisky 2017, s. 62.

2. Grafický dizajn a architektúra

2.1. Spojitosti a rozdielnosti medzi profesiami

Významný milánsky dizajnér Bruno Munari definuje grafický dizajn ako dostupný a zrozumiteľný prostriedok komunikácie pre verejnosť. Jeho úlohou by mala byť rýchlá a efektívna prezentácia informácií nielen estetickým, ale aj funkčným spôsobom. To ho taktiež odlišuje od umenia, ktoré by malo byť slobodné, nezávislé a určené pre osobné vyjadrenie emócií. Vzájomné ovplyvňovanie medzi grafickým dizajnom a umením je však veľmi žiadúce.³⁴

Napokon, grafický dizajn sa aj z umenia vyvinul. Vďaka výtvarnému umeniu a divadlu mal možnosť vyrásť a do dnešných dní z nich aj čerpať inšpiráciu. Na jeho dnešnej podobe sa taktiež podieľala ako priemyselná revolúcia, tak kapitalizmus, čo umožnilo vznik masovej výroby, pre ktorú nesie užitočnosť kľúčový význam. Aj preto sa dnes v súvislosti s grafickým dizajnom často spomína výrok: „Forma nasleduje funkciu.“ Znamená to, že dobre spracovaný dizajn je výsledkom spolupráce medzi formou, ktorá predstavuje estetickú stránku, a funkciou, ktorá predstavuje užitočnosť.³⁵

Ako uvádza Bierut: „Na grafickom dizajne je skvelé to, že je takmer vždy o niečom inom.“³⁶ V súčasnom svete je totiž využívaný vo všetkých sférach spoločnosti, kde nachádza uplatnenie napríklad pri dopravných značkách, zobrazovaní nutričných hodnôt na potravinách a vytváraní titulkov, ktoré charakterizujú atmosféru a obsah filmu, aby sa dosiahlo väčšie napätie u diváka. Práve toto je tá jedinečná rozmanitosť a diverzita dizajnu, s ktorými sa možno denno-denne stretávať.³⁷ Dizajnér by tu však mal byť v prvom rade pre druhých ľudí, s čím prichádza aj určitá zodpovednosť voči klientom, zadávateľom a verejnosti.³⁸ Rozsah a realizácia práce grafických dizajnérov sa však veľmi líšia. Niektorí z nich tvoria čisto podľa svojich predstáv, niektorí grafickí dizajnéri pracujú pre iných dizajnérov a niektorí podľa požiadaviek klientov.³⁹

³⁴ Munari 2008, s. 12–13.

³⁵ Hagen, Golombisky 2017, s. 2.

³⁶ Bierut 2007, s. 13.

³⁷ Twemlow 2008, s. 6.

³⁸ Potter 2018, s. 16.

³⁹ Twemlow 2008, s. 8.

V minulosti sa zaviedlo mnoho pojmov pre popis foriem grafického dizajnu. V súčasnosti sa však veľa z týchto termínov preformulovalo podľa nových ekonomických a kultúrnych požiadaviek. Pred vynájdením interaktívneho dizajnu bola napríklad táto sféra označovaná iba ako web dizajn alebo digitálny dizajn. Dnes, vzhľadom na rozšírenie oblasti a kontextu je možné označovať túto oblasť jednoducho ako dizajn.⁴⁰ V minulosti boli taktiež pre obrazové logá zvyčajne používané pojmy ako symbol, piktogram, emblém alebo ikona. Typografické logá boli označované ako logotypy a pre kombinované logá, ktoré boli zložené zo symbolu a typografie, sa využíval pojem trademark. Všetky tieto tri skupiny sa už dnes zvyknú označovať stručnejšími pomenovaniami ako logo alebo logotyp.⁴¹

Grafickí dizajnéri by mali mať taktiež povinnosť orientovať sa vo viacerých rôznorodých oblastiach aj napriek svojej hlavnej špecializácii. Čoraz viac sa dnes vyžaduje vytvárať projekty ako zjednotené koncepcie viacerých oblastí, ktoré sú následne šírené prostredníctvom rôznych médií. Z tohto dôvodu sa po grafickom dizajnérovi môže vyžadovať odborná znalosť v tak odlišných odvetviach, ako je typografia, animácia, televízny a rozhlasový dizajn, virálny marketing a dizajn hier.⁴²

Okrem týchto zručností je aj veľmi dôležité vedieť sa orientovať v aktuálnych trendoch. Dizajnéri sú významnými spolutvorcami vizuálnej kultúry, vďaka čomu je možné rozdeliť rôzne vizualizácie podľa historického obdobia, v ktorom boli navrhnuté. Niektoré dizajny tak vyjdú z módy a niektoré sa stanú nadčasovými.⁴³

Ako možno vidieť, grafický dizajn je skutočne pestrým a širokým odborom, ktorý zahŕňa rôzne špecializácie od navrhovania typografie cez tvorbu plagátov až po vývoj webových stránok, mobilných aplikácií či hier. Zoznam oblastí spadajúcich pod grafický dizajn by mohol pokračovať, avšak dôležité je, že sa s ním stretávame každý deň a tvorí podstatnú časť vizuálnej kultúry.⁴⁴

⁴⁰ Twemlow 2018, s. 84.

⁴¹ Kafka, Kotyza 2014, s. 41

⁴² Twemlow 2008, s. 84.

⁴³ Hagen, Golombisky 2017, s. 3.

⁴⁴ Hagen, Golombisky 2017, s. 2.

Je pravdepodobné, že práve teraz je každý jeden z nás obklopený prácou dizajnérov od módy cez nábytok až po architektúru. Pod dizajnérске profesie teda pochopiteľne spadajú aj architekti, ktorých je možné považovať za dizajnérov s funkčnou technickou odbornosťou. Čím sa v konkrétnych dizajnérских profesiách dosahuje vyššia estetika, tým viac sa tieto profesie podobajú umeniu. Naopak, ak je táto miera nižšia, dizajnérске profesie sa viac približujú k vedám a oblastiam, kde estetický výber nehrá tak markantnú úlohu.⁴⁵

Architekt je jedinečný typ umelca, ktorý funguje v trojrozmernom svete umenia a vyžaduje si taktiež porozumenie od diváka podobne, ako je to aj pri iných dizajnérских oblastiach.⁴⁶ Architektúru je možné označiť za najvernejší druh umenia. Človek žijúci v rozvinutej spoločnosti sa jej prakticky nemôže vyhnúť. Každý architektonický objekt, ktorý okrem toho, že je výpoveďou svojho tvorca taktiež aj definuje čas, či už sa jedná o modernú, alebo historickú budovu.⁴⁷

Architektúra sa okrem estetického zážitku týka aj základných potrieb človeka. Budovy nám poskytujú úkryt pred nepriaznivými podmienkami, ako sú dažde a zima. Okrem toho, že vedia byť aj krásne a inšpiratívne, ich technické riešenia musia zohľadňovať to, aby nás dokázali dostatočne ochrániť pred spomínanými javmi a hlavne, aby sa dokázali udržať.⁴⁸

Kritik a historik umenia, Nikolaus Pevsner, uvádza: „Dobrý architekt potrebuje k svojej priestorovej predstavivosti navyše tiež sochársky a maliarsky spôsob videnia. Architektúra je tak najobsiahlejšia zo všetkých vizuálnych umení, že má právo vyhlásiť nad ostatnými umeleckými formami svoju prevahu.“⁴⁹

Vďaka vyššie spomenutým tvrdeniam a príbuznosti profesií je celkom ľahko predstaviteľné, že tak vysoko esteticky citiaci jedinec ako architekt môže dostatočne dobre plniť úlohy aj za iné dizajnérске odvetvie, ako grafický dizajn. Toto tvrdenie môže byť z časti určite pravdivé, avšak ako sme si už uviedli, grafický dizajn je unikátna dizajnérска oblasť rozčlenená na viacero odborov, z ktorých si poväčšine každý vyžaduje špecifické odborné znalosti, ktoré je veľmi ťažko predstaviteľné obsiahnuť v príbuznej, avšak rozdielnej profesii. V ďalšej podkapitole sa preto pokúsime zistiť, či majú architektonické štúdiá sklon k vytváraniu a následnému používaniu kľúčových grafických vizuálov bez pomoci profesionálov pôsobiacich v oblasti grafického dizajnu.

⁴⁵ Potter 2018, s. 9.

⁴⁶ Williams 2007, s. 51.

⁴⁷ Williams 2007, s. 49.

⁴⁸ Ballantyne 2008, s. 9.

⁴⁹ Pevsner 1942, s. 9.

2.2. Prieskum

Majú architekti tendenciu vytvárať grafický dizajn bez účasti profesionálnych grafických dizajnérov? Odpovedať na túto otázku s presnou určitosťou je veľmi náročné, avšak istý náhľad nám môžu poskytnúť odpovede náhodnej vzorky architektonických štúdií v prieskume, ktorý sme robili prostredníctvom dotazníka. Jednotlivé štúdiá boli dohľadané pomocou internetového vyhľadávača Google a následne kontaktované prostredníctvom e-mailovej správy. Otázky s predpísanými odpoveďami boli kladené takou formou, aby na ne bolo možné odpovedať za celé štúdiá a nie za jednotlivcov. Dotazník obsahujúci 5 otázok bol vytvorený za pomoci platformy Google Forms v anglickom jazyku pre prípad, že by ho vyplňali zahraniční respondenti.

Celkovo sa nám vo výsledku podarilo získať odpovede na vybrané otázky od 15 firiem zo Slovenska a z Českej republiky, konkrétne od:

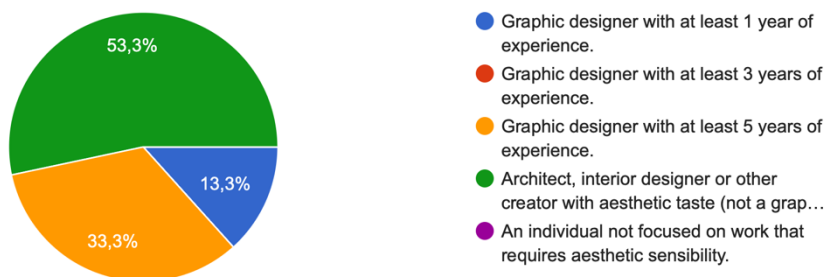
- Performa Architects
- RULES
- JRKVC
- Beionde
- NOIZ architekti
- GRAU
- hantabal architekti
- FAM ARCHITEKTI
- Studio e
- milimeter
- TOITO architekti
- BLZK architekti
- Archipo
- GRESLING
- Lang Benedek Architects

Odpovede na zadané otázky s osobnými postrehmi a so štatistikami vyjadrujúcimi, aká percentuálna časť respondentov zvolila dané možnosti, sú rozpísané nižšie. Konkrétne odpovede architektonických štúdií sú však z úcty k nim ponechané v anonymite. Pre lepší prehľad je ku všetkým odpovediam priradený graf, vygenerovaný priamo z platformy Google Forms, cez ktorú bol dotazník vytvorený.

Z prvej otázky, v ktorej sme sa pýtali, kto stojí za návrhom loga daného architektonického štúdia, sme zistili, že v 53,3 % prípadoch si ich navrhli sami architekti. Pri zvyšných štúdiách, ktoré sa rozhodli využiť služby grafických dizajnérov, je možné povedať, že vo väčšine prípadov uprednostnili profesionálov s minimálne 5 ročnými skúsenosťami. Takto sa vyjadrilo presne 33,3 % respondentov. Zvyšných 13,3 % využilo služby grafických dizajnérov s praxou minimálne 1 rok. Tieto skutočnosti teda podporujú úvahu, že si dizajnéri v architektonických štúdiách zvyknú až v polovici prípadov pripravovať logo sami, čo predstavuje pomerne veľký počet, no v prípade využitia služieb od grafických dizajnérov uprednostňujú profesionálov z daného odboru s dlhoročnými skúsenosťami. Fakt, že nikto z respondentov nevyužil služby jednotlivca nezameriavajúceho sa na prácu, ktorá si vyžaduje vizuálne cítenie, tiež potvrdzuje tvrdenie, že si tento typ umelcov potrpí na esteticky spracované logo.

Who stands behind the logo design of your architectural studio?

15 odpovedí



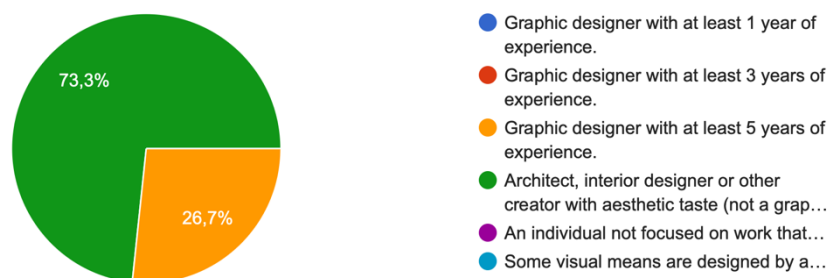
Graf 1: Kto vytvoril logo daného architektonického štúdia?

Zdroj: www.docs.google.com

Cieľom druhej otázky bolo zistiť, koľko percent architektonických štúdií má vo zvyku si samo pripravovať ostatné vizuálne prostriedky, slúžiace ku komunikácii značky. Ako príklad sa uviedli prvky tvoriace vizuálnu identitu: farby, typografia, vizitky, hlavičkové papiere, plagáty atď. V tomto prípade si s veľkou prevahou vybralo až 73,3 % respondentov odpoveď, že túto časť grafického si pripravuje samo. Zvyšná časť štatistiky, 26,7 % predstavuje odpoveď, že tieto vizuálne prostriedky pripravujú pre architektonické štúdiá grafický dizajnéri s praxou minimálne 5 rokov. V tomto prípade je jasne vidieť, že väčšina architektonických štúdií sa pri vizuálnej komunikácii značky skôr spolieha na svoj vlastný zmysel pre estetiku, ako na grafických dizajnérov. V opačnom prípade, ak si architekti nechávajú spracovať grafiku externe, tak využívajú podobne ako v predchádzajúcej otázke služby od profesionálov z daného odboru. Pomerne veľký percentuálny rozdiel medzi prvou a druhou otázkou môže naznačovať, že sa logám priraduje vyššia dôležitosť, kvôli čomu sa zvyknú nechávať vytvárať od grafických dizajnérov v trošku väčšom pomere. Ako bolo uvedené v prvej kapitole, vizuálny štýl nie je tvorený len z loga. Rovnako dôležité je taktiež dohliadať na precízne spracovanie zvyšnej časti vizuálneho štýlu.

Who stands behind the design of all the other visual means of communication for Your architectural studio? (e.g.: colors, typography, business cards, letterheads, posters, etc.)

15 odpovedí



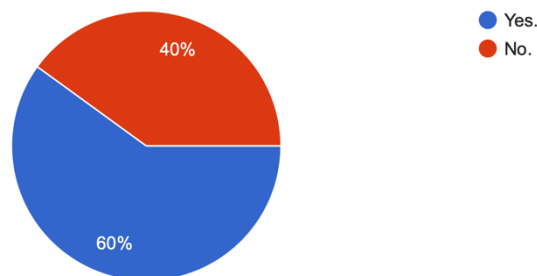
Graf 2: Kto vytvoril jednotlivé vizuálne prostriedky daného architektonického štúdia?

Zdroj: www.docs.google.com

Pre dodržanie jednotného vizuálneho štýlu je nevyhnutné vlastniť manuál, ktorý opisuje podobu, varianty a pravidlá pre aplikáciu vizuálnych prvkov danej značky. Pravidlá, ktoré sú obsiahnuté v takomto manuáli by mal rešpektovať každý, kto pracuje s prostriedkami vizuálnej komunikácie.⁵⁰ Preto sme sa v tretej otázke pýtali, či dané architektonické štúdio disponuje takýmto manuálom, pod ktorý spadá napríklad logo manuál, dizajn manuál, alebo brandbook. Väčšia časť respondentov, ktorá tvorila 60 % opýtaných označila odpoveď, že manuál vlastní. Zvyšných 40 % architektonických štúdií nedisponuje týmto dokumentom.

Does Your architectural studio have a manual that describes the form, variations and rules for the application of visual elements? (e.g.: design manual, logo manual, etc.)

15 odpovedí



Graf 3: Vlastní dané architektonické štúdio dizajn manuál?

Zdroj: www.docs.google.com

⁵⁰ Kafka, Kotyza 2014, s. 22.

Na otázku, či respondenti považujú manuál grafického štýlu za dôležitý dokument, odpovedalo 100% zúčastnených kladne.

Do you consider such a graphic style guide to be an important document?

15 odpovedí



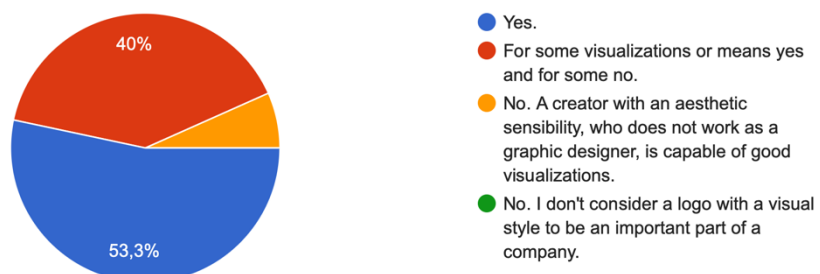
Graf 4: Považuje dané architektonické štúdio dizajn manuál za dôležitý dokument?

Zdroj: www.docs.google.com

Piata a zároveň posledná otázka spytuje architektonické štúdiá, či by si potencionálne nechali navrhnuť logo s vizuálnym štýlom od grafického dizajnéra. Na túto otázku odpovedalo 53,3 % opýtaných odpoveďou áno. 40 % architektonických štúdií by si nechalo niektoré vizualizácie spracovať od grafických dizajnérov a niektoré sami. 6,7 % respondentov je presvedčených, že logo aj s celkovým vizuálnym štýlom je schopný dobre vypracovať aj kreatívec s estetickým cítením, ktorý nemusí byť nutne grafický dizajnér, čo znamená, že by si všetky grafické vizuály vypracovali sami.

Would you potentially recruit a graphic designer in your studio to have a logo along with a visual identity created?

15 odpovedí



Graf 5: Nechalo by si dané architektonické štúdio najat' grafického dizajnéra?

Zdroj: www.docs.google.com

3. Lang Benedek Architects

3.1. O architektonickom štúdiu

Architektonické štúdio Lang Benedek Associated Architects, ktoré možno označiť za významného hráča slovenskej architektonickej scény, vzniklo v roku 2016 transformáciou z pôvodného štúdia b52. Za štúdiom dnes stoja Michal Lang s Borislavom Benedekom a ďalšími zdatnými architektmi. V komunikácii toto architektonické štúdio vystupuje ako značka Lang Benedek Architects. Už od svojho pôvodného vzniku štúdio realizovalo veľké množstvo projektov v oblasti architektúry a urbanizmu. Práca architektov zahŕňala projekty rôzneho rozsahu od menších interiérových úprav až po rozsiahle architektonické projekty, ako administratívne budovy, bytové domy a verejné priestory. Medzi významné projekty, ktoré architektonické štúdio realizovalo, patrí napríklad koncept budovy ABW pri Bratislave, ktorá bola postavená ako kancelársky komplex, rekonštrukcia komunitného centra historického kostola sv. Dona Bosca, a bytový dom na Betliarskej ulici v Bratislave. Štúdio za svoju prácu získalo aj niekoľko prestížnych ocenení a vyhralo niekoľko významných tendrov.

Práca architektov zo štúdia Lang Benedek Architects je známa pre kombináciu moderného a inovatívneho prístupu, s rešpektom k historickým a kultúrnym tradíciám.⁵¹

3.2. Zhodnotenie pôvodnej vizuálnej komunikácie

Pri architektonickom štúdiu tohto typu sa nachádza veľký potenciál k spracovaniu originálneho vizuálneho štýlu, avšak aj napriek istým prvkom estetickosti, ktoré pri jeho komunikácii nachádzame, nie je možné povedať, že by doposiaľ disponovalo prepracovanou vizuálnou identitou. Pred samotným redizajnom vizuálneho štýlu teda najprv posúdime spracovanie vizuálnych prvkov, s ktorými štúdio doposiaľ komunikovalo. Všetky jednotlivé grafické podklady použité v komunikácii značky Lang Benedek Architects realizovali dizajnéri z architektonickej oblasti.

Pri posúdení spracovania pôvodnej vizuálnej identity je dôležité ako prvé spomenúť, že toto štúdio doposiaľ nedisponovalo dizajn manuálom. Práve to môže byť príčinou neucelenej komunikácie značky.⁵²

⁵¹ Lang Benedek Architects 2022, online.

⁵² Lorenz 2021, s. 23.

Neucelenú komunikáciu možno pozorovať napríklad pri logu, ktoré nemá jasne definované použitie. Jedna verzia loga, ktorú štúdio používalo výhradne len pri jednej verzii hlavičkového papiera, sa skladá z monogramu označujúceho skratku LBAA a typografie, označujúcej názov spoločnosti. Nejasné zadefinovanie, na akých podkladoch sa plná verzia loga smie a nesmie používať môže zapríčiniť vytvorenie takzvanej nežiadúcej diverznej identity, ktorá zhoršuje identifikovateľnosť značky. Symbol okrem toho môže pôsobiť mäťúco, keďže grafické prevedenie písmena B je veľmi podobné grafickému prevedeniu písmena A, čo môže mať za následok zameniteľnosť monogramu LBAA s LAAA. Typografická časť je zas oproti symbolu neprimerane malá, čo robí jeho čitateľnosť náročnejšou na veľkom množstve formátov, alebo pri pohľade z diaľky.⁵³ Tento problém by sa dal vyriešiť rozšírením typografie po celej dĺžke loga prostredníctvom jej celkového zväčšenia, čo by doladilo zarovnanie z pravej strany, ktoré môže pôsobiť rušivo.



Obrázok 14: Pôvodné logo Lang Benedek s monogramom z hlavičkového papiera č. 1
Zdroj: Lang Benedek Architects

Druhá, čisto typografická verzia loga, nemá jasne zadefinovaný typ písma a taktiež neexistuje v samostatne vyexportovanom súbore, ktorý by pomáhal udržiavať jeho jednotnú formu. Nejednotnosť možno pozorovať pri porovnaní typografie loga, použitej na vizitkách, druhej verzii hlavičkového papiera a na webstránke. Pri vizitkách bolo v typografickej časti loga použité písmo Arial Narrow v reze Regular, zatiaľ čo pri hlavičkovom papieri využívalo štúdio pri logu rozdielne písmo Open Sans, taktiež v reze Regular. V prípade webstránky sa v logu používa podobne ako pri vizitkách písmo Open Sans, avšak v rezoch Bold a Light. Rozdielna typografia s rôznymi rezmi v logu majú okrem problému s nejednotným spracovaním aj zle nastavený kerning, ktorý môžeme pozorovať v optických vadách medzi jednotlivými medzerami v písmenách a medzerách medzi slovami.⁵⁴ Túto chybu možno pridružiť k estetickému vade loga.

⁵³ Blažek 2022, s. 66.

⁵⁴ Blažek 2022, s. 67 – 68.

LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS

Obrázok 15: Pôvodné typografické logo Lang Benedek Architects
v písme Open Sans z hlavičkového papiera č. 2
Zdroj: Lang Benedek Architects

LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS

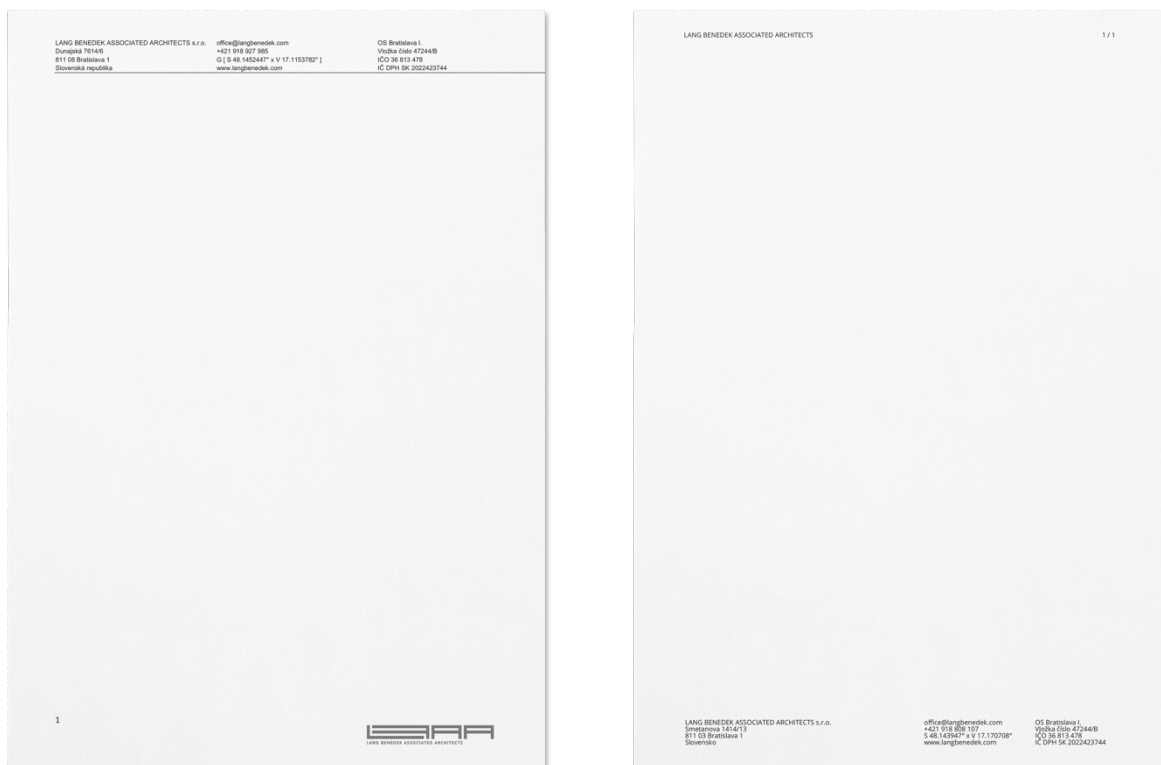
Obrázok 16: Pôvodné typografické logo Lang Benedek Architects
v písme Arial Narrow z vizitiek
Zdroj: Lang Benedek Architects

LANG BENEDEK ARCHITECTS

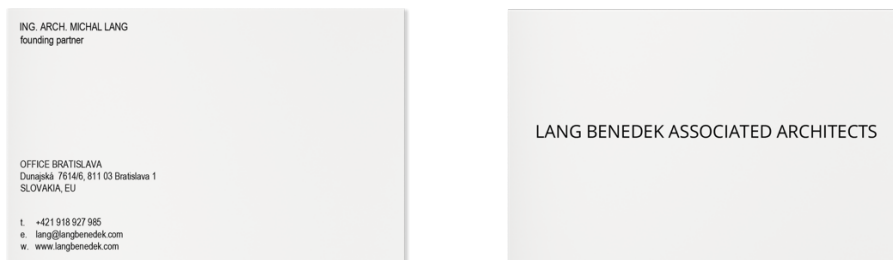
Obrázok 17: Pôvodné typografické logo Lang Benedek Architects
v písme Open Sans z webovej stránky
Zdroj: Lang Benedek Architects

V každom prípade, takáto neudržateľne premenlivá textová časť tvoriaca názov spoločnosti nespĺňa základné požiadavky, ktoré by logo spĺňať malo. Okrem funkčnosti by logo malo taktiež reflektovať na filozofiu spoločnosti a dodržiavať základné estetické normy, čo nie je možné povedať ani o verzii s monogramom, z vyššie uvedených dôvodov.⁵⁵ Na jednotlivých podkladoch taktiež možno postrehnúť rozdielne farebnosti, ktoré sa za každým významne líšia. Architektonické štúdio nemá totiž vo vizuálnej komunikácii okrem typografie ani jasne definovanú farebnosť. Tento neucelený vizuálny štýl značky Lang Benedek Architects tvorilo teda primárne logo, typografia, farebnosť a obrázky architektonických projektov.

⁵⁵ Kafka, Kotyza 2014, s. 39.



Obrázok 18: Pôvodné hlavičkové papiere Lang Benedek Architects
Zdroj: Lang Benedek Architects



Obrázok 19: Pôvodné vizitky Lang Benedek Architects
Zdroj: Lang Benedek Architects

3.3. Zhrnutie

V prípade značky Lang Benedek Architects je zjavné, že aj napriek faktu, že štúdio tvoria profesionálni dizajnéri z architektúry, ktorí svoje odborné znalosti pravidelne potvrdzujú realizáciou rôznych inovatívnych architektonických projektov, nedokážu plnohodnotným spôsobom obsiahnuť oblasť grafického dizajnu, ktorá si vyžaduje odborné znalosti iného typu. Je teda pravdepodobné, že z tohto dôvodu nebola ich vizuálna identita spracovaná jednotne a koncepčne správne. Vďaka korektne dohodnutej spolupráci však bolo možné využiť plný potenciál, ktoré toto architektonické štúdio poskytuje a redizajnovať tak celkový vizuálny štýl so všetkými prvkami, ktoré ho tvoria.

4. Prípravná fáza

4.1. Konkurencia

Pred samotnou tvorbou vizuálneho štýlu bolo dôležité si spraviť prehľad o konkurencii, ktorá bola zároveň tvorená istou časťou z predchádzajúceho prieskumu. Problém však bol, že sa nám nepodarilo dohľadať žiadnu ukážku spracovania vizuálnej identity konkurenčného architektonického štúdia pochádzajúceho z Bratislavy. Na jednotlivých webstránkach a sociálnych sieťach daných architektov sa nachádzajú samostatné vizualizácie architektonických riešení, no nesprievádza ich žiaden špecifický vizuálny štýl. Tento fakt by nám však mohol napovedať, že väčšina bratislavských architektonických štúdií komunikuje výhradne prostredníctvom loga.

Zväčša sa teda flexibilné vizuálne systémy momentálne nevyužívajú. Vzhľadom na túto skutočnosť máme príležitosť využiť situáciu v náš prospech a vytvoriť unikátny flexibilný vizuálny systém, ktorý pomôže architektonickému štúdiu Lang Benedek Architects odlišiť sa od konkurencie. Logá konkurenčných štúdií bývajú najčastejšie spracované čisto typograficky, z ktorých niektoré bývajú občasne doplnené o grafické prvky. Konkurenčné značky majú viacero spoločných črt, ktoré zahŕňajú časté čiernobiele spracovanie, zmysel pre estetiku, no zároveň aj strohosť. Tieto opakujúce sa aspekty môžu potvrdzovať už spomínanú úvahu o tom, že architekti majú tendenciu navrhovať si svoje vlastné vizuálne identity sami.

PERFORMA
ARCHITECTS

Obrázok 20: Logo Performa Architects
Zdroj: www.performa-architects.com

GRAU

Obrázok 21: Logo GRAU
Zdroj: www.grau.sk

NOIZ

Obrázok 22: Logo NOIZ architekti
Zdroj: www.noiz.sk



Obrázok 23: Logo GutGut
Zdroj: www.gutgut.sk

TOITO ARCHITEKTI

Obrázok 24: Logo TOITO architekti
Zdroj: www.toito.sk

zerozero

Obrázok 25: Logo zerozero
Zdroj: www.zerozero.sk



Obrázok 26: Logo RULES
Zdroj: www.rules.sk

Beionde.

Obrázok 27: Logo Beionde
Zdroj: www.beionde.com



Obrázok 28: Logo JRKVC
Zdroj: www.jrkvc.sk



Obrázok 29: Logo Archipo
Zdroj: www.archipo.sk

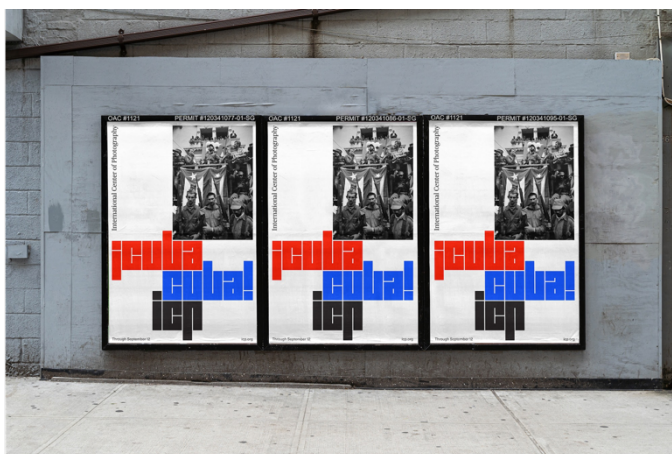
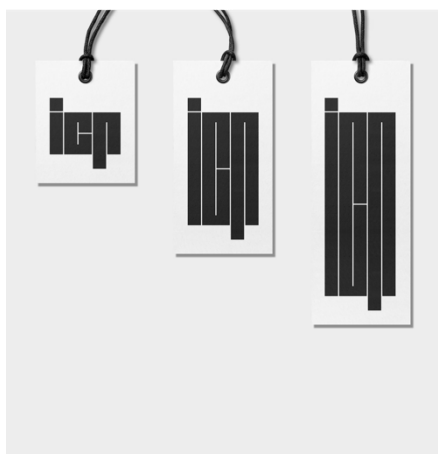
4.2. Cieľová skupina

Konzultácie so zástupcami Lang Benedek Architects a analýza ich portfólia nám pomohli určiť si cieľovú skupinu. Medzi klientov architektonického štúdia tak spadajú najmä developerské spoločnosti, firmy pôsobiace v priemyselnom sektore a súkromní investori. Títo klienti sú motivovaní investovať do svojich projektov s cieľom dosiahnuť moderné, esteticky príjemné a funkčné riešenia. Vek jednotlivcov môže byť rôzny, no zvyčajne sa pohybuje od 35 rokov a vyššie. Pri tvorbe grafiky je preto dôležité zohľadniť aj skutočnosť, že potencionálny klient môže popri vyberaní vhodného architektonického štúdia okrem vnímania zrealizovaných architektonických projektov, skúseností a výšky ceny často podvedome vyžadovať aj unikátne, estetické a inovatívne spracovanie vizuálneho štýlu.

4.3. Inšpirácia

Pri tvorbe dizajnerských prác je k zlepšeniu efektivity kľúčové, nájsť si vhodnú inšpiráciu. V našom prípade sme pri navrhovaní grafiky hľadali inšpiráciu medzi rôznymi spôsobmi spracovania flexibilných vizuálnych systémov. K tomu nám do veľkej miery pomohli informácie a ukážky z prvej kapitoly, spolu s cennými radami z konzultácií od školiteľky Barbory Toman Tylovej.

Veľkým inšpiračným prínosom pre našu prácu bolo napríklad spracovanie vizuálnej identity ICP Michaelom Bierutom. Ako sme už spomínali, základom tohto flexibilného vizuálneho systému je neobmedzená škálovateľnosť loga, ktorú je možné využiť v celkovej vizuálnej komunikácii značky.⁵⁶



Obrázok 30: Vizuálna identita ICP
Zdroj: www.pentagram.com, vlastná koláž

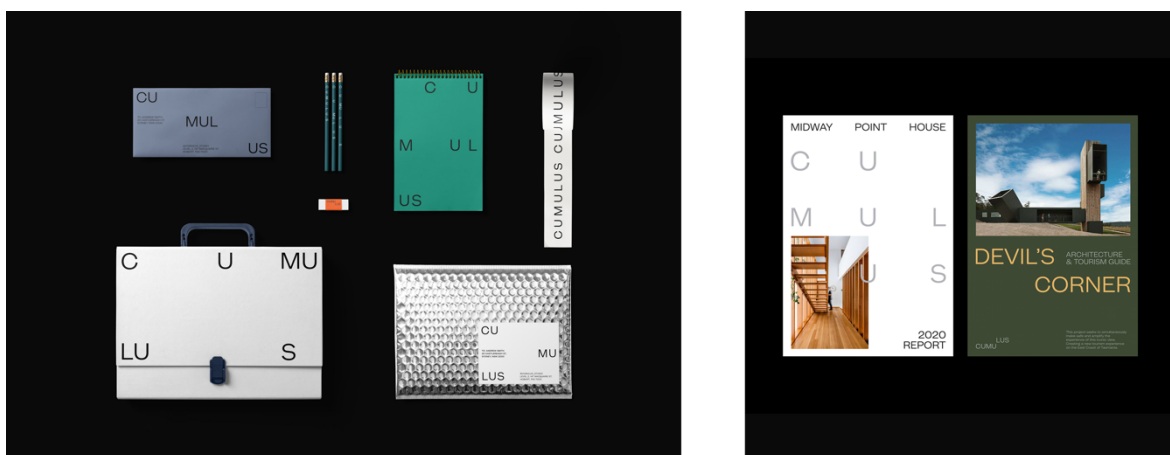
⁵⁶ Pentagram 2021, online.

Na podobný princíp funguje taktiež vizuálna identita architektonického štúdia Boq, ktorú navrhlo pražské dizajnérske štúdio Toman Design, za ktorým stojí aj Barbora Toman Tylová. Vytvorenie vizuálnej identity za pomoci prispôbovania monogramu formátom bolo aj v tomto prípade súčasťou našej inšpirácie.⁵⁷



Obrázok 31: Vizuálna identita architektonického štúdia Boq
Zdroj: www.toman-design.com, vlastná koláž

Jednou z inšpirácií bolo aj spracovanie vizuálnej identity architektonického štúdia CUMULUS od austrálskej agentúry For The People. Typografia sa v tomto prípade prispôbuje rôznym formátom cieľením rozložením písmen, čo má za následok vytváranie zaujímavých kompozícií.⁵⁸



Obrázok 32: Vizuálna identita CUMULUS
Zdroj: www.behance.net/forthepeople, vlastná koláž

⁵⁷ Toman Design 2018, online.

⁵⁸ For The People 2021, online.

4.4. Začiatok tvorby

Na počiatku tvorby sme sa zamerali na vytvorenie viacerých návrhov loga, najprv formou kreslených skíc, a neskôr digitálne. Tento krok bol nevyhnutný pre porovnanie a zváženie rôznych možností spracovania.

Po tom, čo sme mali k dispozícii viacero návrhov, prešli sme k selekcii toho najvhodnejšieho. Zámerom nebolo vyjadriť príbeh značky prostredníctvom loga, ale využitím flexibilného vizuálneho systému. Preto sme sa zamerali na výber variantu, ktorý by sa dal efektívne používať v rôznych komunikačných prostrediach, a zároveň bol vďaka svojej jednoduchej podstate nadčasový. Všetky vyhotovené návrhy sme tak podrobili hodnoteniu a kritike.

Prvý vyhotovený návrh zahŕňal symbol, ktorý prostredníctvom línií formujúcich trojuholníky tvoril monogram. Tento symbol dopĺňala aj typografická časť. Pre náš flexibilný komunikačný zámer bol však tento návrh príliš komplikovaný. Taktiež sme mali možnosť zahliadnuť v logu jedného konkurenčného štúdia podobnú myšlienku, ktorá bola len menej rozpracovaná. Tento fakt môže nasvedčovať, že daný koncept je prvoplánový, kvôli čomu sa tiež ľahko opozera, a stane sa tzv. nudným. Prvý variant sme sa teda rozhodli zavrhnúť z dôvodu, že do budúca by jeho ďalší rozvoj nebol dostatočne perspektívny.



Obrázok 33: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 1
Zdroj: vlastný

Druhý návrh kombinovaného loga bol taktiež zložený z monogramu a typografickej časti, kvôli čomu niesol podobné problémy so zložitou pre náš komunikačný zámer. Z tohto dôvodu sme sa pri ďalšej tvorbe konceptov rozhodli zamerať na prácu s typografiou.



Obrázok 34: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 2
Zdroj: vlastný

Pre tretí návrh loga sme vytvorili na mieru novú typografiu inšpirovanú technickými konštrukciami. Daný spôsob spracovania písma sme však nakoniec vyhodnotili ako prvoplánový. Z dlhodobého hľadiska taktiež koncept nepredstavoval vhodné východisko na prispôsobovanie sa aktuálnym potrebám, kvôli čomu by sa stal ľahko zastaraným.



Obrázok 35: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 3
Zdroj: vlastný

Ďalší vyhotovený návrh predstavoval spomedzi všetkých predošlých najlepší základ pre rozpracovanie do flexibilného spôsobu komunikácie. Ústrednou myšlienkou flexibility by v tomto prípade bolo roztáhovanie písmena N v mene Lang. Názov štúdia však vychádza z dvoch mien, ktoré pre značku predstavujú rovnaký podiel. Problém v komunikácii by tým pádom nastal povýšením jedného mena nad druhé.



Obrázok 36: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 4
Zdroj: vlastný

Ústrednou myšlienkou piateho logo konceptu bolo využitie rovnakého umiestnenia písmen N v oboch menách. Návrh sa vďaka tomu pohrával s diagonálnym odsunutím istej časti typografie, čo by mohlo predstavovať základ flexibilného spôsobu komunikácie. Aj napriek veľmi dobrej identifikovateľnosti sa návrh zamietol najmä kvôli zásadnému problému s čitateľnosťou.



Obrázok 37: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 5
Zdroj: vlastný

Po dôkladnom zhodnotení sme sa rozhodli pre šiesty variant, ktorý najviac vyhovoval našim požiadavkám. Vzhľadom na fakt, že tento návrh nebol dostatočne doladený, bolo nutné ho ďalej upravovať. Najväčšiu komplikáciu predstavovala typografia, ktorá bola náročná na čítanie. Taktiež bolo jej zjednodušenie nevyhnutné pre lepší vývoj do budúcnosti. Pri úpravách sme sa teda zamerali na výber vhodného typu písma, nastavenie kerningu a celkové doladenie geometrie loga.

LANG
BENEDEK

Obrázok 38: Prvotný návrh loga č. 6

Zdroj: vlastný

Neskôr po rozsiahlom procese sa nám podarilo dosiahnuť finálnu verziu loga, ktorá sa spolu s načerpanou inšpiráciou a konzultáciami so školiteľkou stala jedným z prvých podkladov k vytvoreniu flexibilného vizuálneho systému, ktorý bol základom nového vizuálneho štýlu značky. Ústrednou myšlienkou pri jeho spracovaní bola hra s priestorom v rôznych komunikačných prostrediach pomocou flexibility loga. To bol však len základ, z ktorého sa komplexná vizuálna identita ešte len vybuďovala.

LANG
BENEDEK

LANG

BENEDEK

Obrázok 39: Rozpracovanie návrhu loga č. 6

Zdroj: vlastný

Ako je spomenuté v teoretickej časti, vizuálny štýl dotvára mnoho ďalších atribútov. V nasledujúcich kapitolách sú preto podrobne vysvetlené podoby, pravidlá a spracovanie novovytvoreného vizuálneho štýlu architektonického štúdia Lang Benedek Architects, čo umožňuje získať detailný prehľad o jeho finálnom prevedení a elementoch, ktoré ho tvoria.

5. Vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek

5.1. Logo

5.1.1. Štandardná verzia loga

Základné logo z ktorého vychádzajú jeho ostatné verzie sa označuje ako štandardná verzia. Toto logo má vzhľadom na svoju tvarovú štruktúru typografické prevedenie spracované do diagonálnej formy. Logo je k dispozícii v základnom a inverznom farebnom prevedení.



Obrázok 40: Štandardná verzia loga
Zdroj: vlastný

5.1.2. Konštrukcia a ochranná zóna štandardnej verzie loga

Označenia v bielom priestore definujú konštrukciu štandardnej verzie loga, ktoré nie je povolené na novo reprodukovat'. Tento logotyp je vytvorený z modifikovaného písma Paralucent. Ochranná zóna je vonkajší priestor, do ktorého je zakázané zasahovať inými grafickými prvkami. Jednotkou pre jej vymedzenie je rozmer výšky písmena L.



Obrázok 41: Konštrukcia a ochranná zóna štandardnej verzie loga
Zdroj: vlastný

5.1.3. Plná verzia loga

Ako bolo uvedené v predchádzajúcej podkapitole, plná verzia loga je vytvorená na základe štandardnej verzie, vďaka čomu má rovnakú tvarovú štruktúru, ktorá sa spolu s typografickým prevedením odzrkadľuje v špecifickej diagonálnej forme inšpirovanej poschodovým zarovnaním. Logo obsahuje kompletný názov Lang Benedek Architects.

LANG
BENEDEK
ARCHITECTS



Obrázok 42: Plná verzia loga

Zdroj: vlastný

5.1.4. Konštrukcia a ochranná zóna plnej verzie loga

Rovnako ako pri štandardnej verzii loga, aj v prípade plnej verzie, označenia v bielom priestore v náhlade nižšie definujú jeho konštrukciu. Pre logo bolo použité modifikované písmo Paralucant. Jednotkou pre vymedzenie ochrannej zóny je taktiež výška písmena L, ktorá určuje veľkosť vonkajšieho priestoru, do ktorého je zakázané umiestňovať inú grafiku.

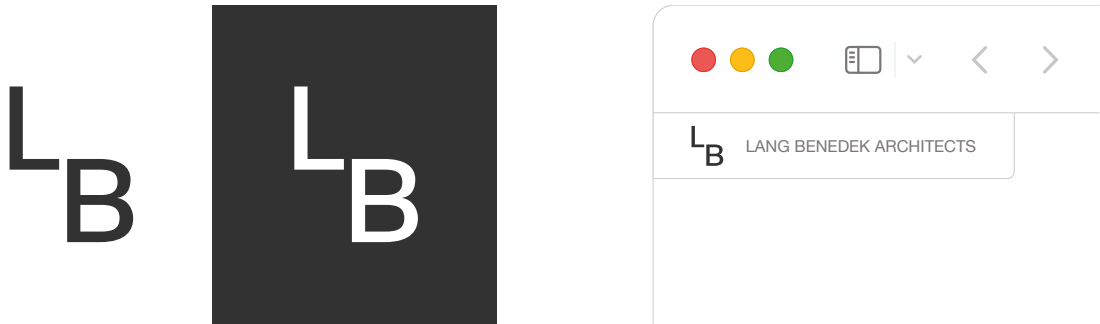


Obrázok 43: Konštrukcia a ochranná zóna plnej verzie loga

Zdroj: vlastný

5.1.5. Grafický symbol

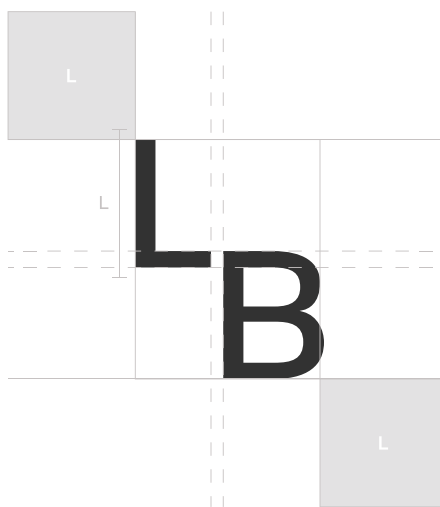
Zo štandardnej verzie loga vychádza aj grafický symbol, ktorého samostatnú podobu je povolené používať len na vlastných materiáloch a v kontexte, z ktorého je očividné, že sa jedná o štúdio Lang Benedek Architects. Preferovaný spôsob použitia je napríklad v podobe faviconu pre ikonu webstránky, alebo pri profilových obrázkoch na sociálnych médiách.



Obrázok 44: Grafický symbol
Zdroj: vlastný

5.1.6. Konštrukcia a ochranná zóna grafického symbolu

Konštrukcia grafického symbolu je definovaná prostredníctvom označení v bielom priestore v náhľade nižšie. Rovnako ako u ostatných verzii loga, aj u grafického symbolu bolo použité modifikované písmo Paralucent. Ochrannú zónu určuje výška písmena L.



Obrázok 45: Konštrukcia a ochranná zóna grafického symbolu
Zdroj: vlastný

5.1.7. Minimálna veľkosť loga

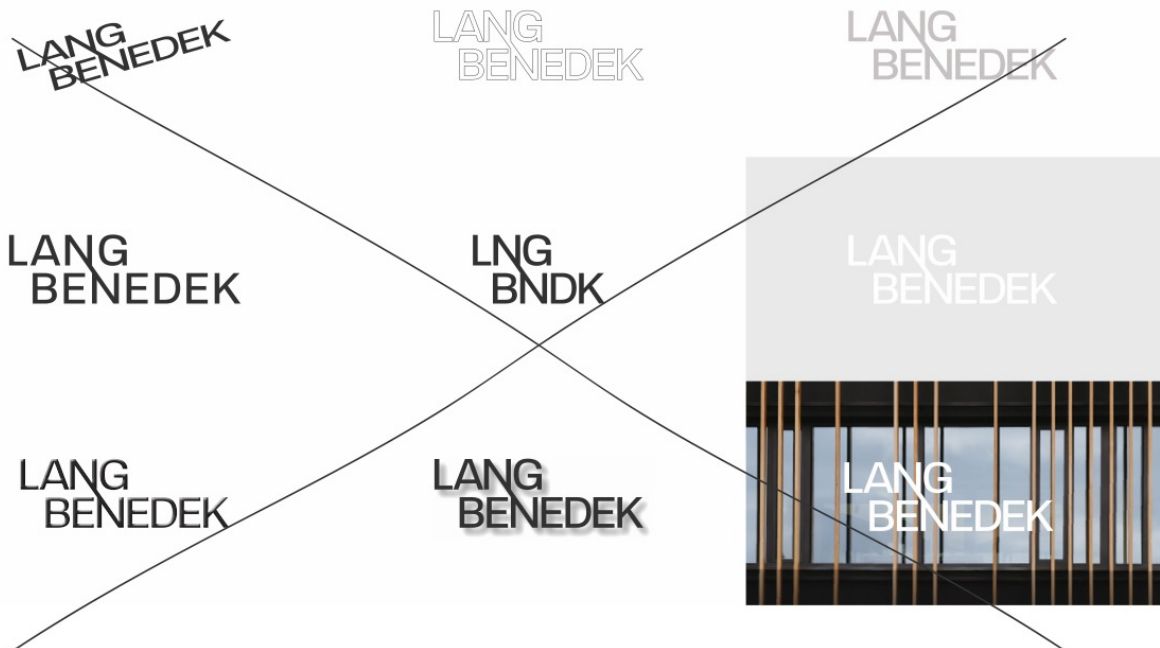
Pre zachovanie správnej čitateľnosti štandardnej verzie loga nesmie jeho šírka klesnúť pod minimálnu veľkosť 18 mm. V prípade plnej verzie loga je minimálna veľkosť zadefinovaná na 25 mm na šírku, a pri symbole predstavuje minimálna veľkosť 5 mm na výšku.



Obrázok 46: Minimálna veľkosť loga
Zdroj: vlastný

5.1.8. Zakázané použitia loga

Všetky verzie loga je povolené upravovať iba v súlade s pravidlami, ktoré sú obsiahnuté v novo spracovanom dizajn manuáli a akékoľvek zásahy do jeho formy alebo obsahu sú zakázané. V nižšie uvedenom náhl'ade sa nachádzajú niektoré príklady nesprávneho použitia štandardnej verzie loga.

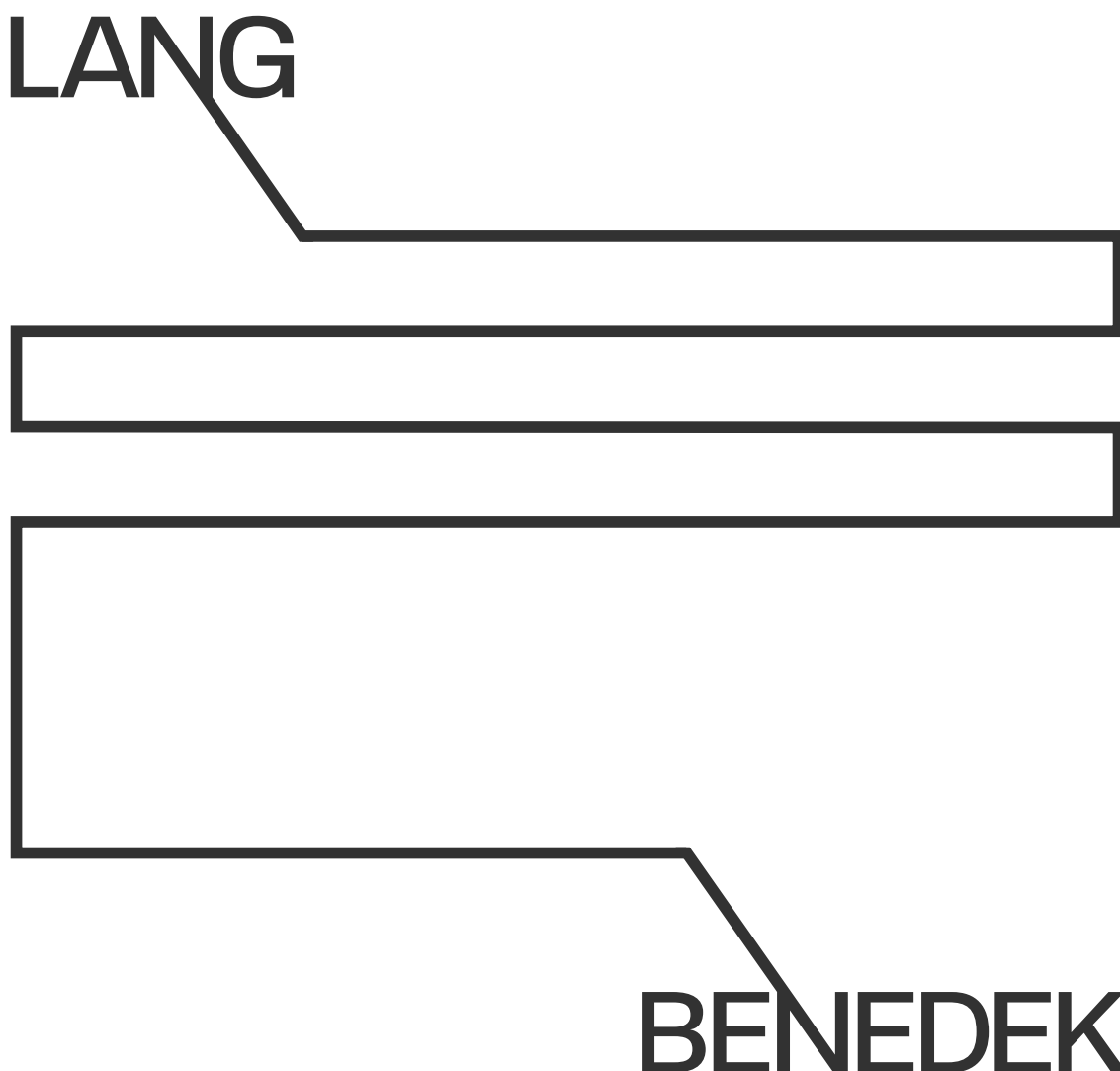


Obrázok 47: Zakázané použitia loga
Zdroj: vlastný

5.2. Flexible line

5.2.1. Esencia flexibilného vizuálneho systému

Flexible line je sprevádzajúci grafický prvok, ktorý vytvára flexibilnú komunikáciu rozšírením štandardnej verzie loga, ktorá vďaka tomu môže byť označená aj ako rozšírená verzia loga. Tento prvok zohráva významnú úlohu pri posilňovaní celkového vizuálneho štýlu. Vďaka efektívnemu prispôbovaniu rôznym formátom nachádza flexible line uplatnenie v širokej škále komunikačných prostriedkov. V komunikácii architektonického štúdia je taktiež vítané presahovanie flexible line skrz viacero formátov tak, aby jednotlivé línie imitovali optickú nadväznosť, vďaka princípom ukončenia a kontinuity z filozofie gestalt. Použitie samostatnej línie mimo loga je povolené len na materiáloch, ktoré priamo súvisia s architektonickým štúdiom Lang Benedek Architects.



Obrázok 48: Ukážka rozšírenej verzie loga s využitím flexible line
Zdroj: vlastný

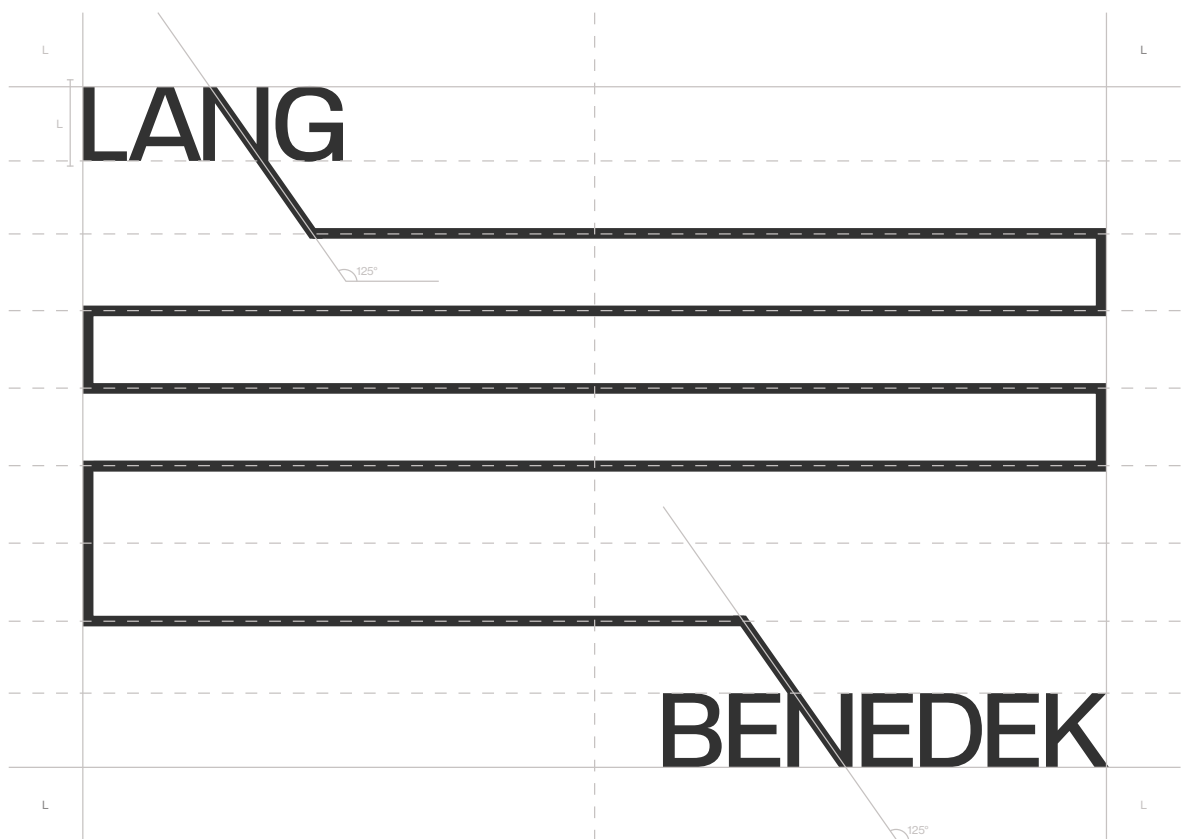
5.2.3. Konštruovanie flexible line

Pri práci s flexible line je dôležité klásť dôraz na geometrické rozdelenie formátu, ktorému sa prispôsobuje. Ak flexible line vychádza z loga je nevyhnutné, aby boli obidve typografické časti v priestore rozdelené diagonálne. Typografická časť Lang sa umiestňuje do horného ľavého rohu, zatiaľ čo typografická časť Benedek do dolného pravého rohu. K správne rozloženiu rozšíreného loga môže byť pomocou rozdelenie layoutu na dve časti. Jednotlivé typografické časti môžu horizontálne prechádzať aj cez stred formátu, avšak z celkovej vizualizácie musí byť opticky zrozumiteľné, že sa jedná o diagonálnu kompozíciu.

Pri rozšírenom logu nie je striktno stanovená ochranná zóna, avšak rozstup typografie od okrajov sa odporúča dodržiavať v rozmere výšky písmena L, alebo v jeho dvoch tretinách. Nie je to však povinné.

Hrúbka flexible line musí byť za každých okolností rovnaká. V prípade, ak línia vychádza z rozšíreného loga, musí byť hrúbkou prispôbená jeho diagonálnej časti.

Diagonála vychádzajúca z typografie musí mať za každých okolností sklon 125° . S diagonálnymi líniami sa pracuje len pri vychádzaní flexible line z typografickej časti rozšíreného loga. Vo zvyšku vizuálnej komunikácie sa pri flexible line pracuje len s horizontálne a vertikálne naklonenými líniami.



Obrázok 50: Konštruovanie flexible line
Zdroj: vlastný

5.2.4. Rozšírenie konceptu flexible line

Rozšírenie konceptu flexible line je primárne praktickou záležitosťou, v ktorej je estetika zastúpená až sekundárne. K udržaniu životnosti značky je potrebné flexible line špecificky dopĺňať určitými prvkami, ktoré z dlhodobého hľadiska poskytujú možnosť rozvoju. Týmto spôsobom je možné zaručiť, že značka bude spĺňať aktuálne potreby aj o niekoľko rokov. Rozšírenie konceptu flexible line taktiež plní funkciu rozpozvedania požadovanej informácie.

Spojením flexible line a kótovania môže byť dosiahnutý zaujímavý vizuálny a funkčný zážitok. Kótovanie predstavuje štandardizovaný spôsob označovania rozmerov a vzdialeností v oblasti architektúry. Pri jeho implementácii je preferované využívať ručné kreslenie a pre číselné označenia je zvolený typ písma Reenie Beanie.

Súčasťou komunikácie pomocou flexible line môže byť aj flexibilné písmo, ktoré plní funkciu nadpisov a jednoduchých informačných textov. Flexibilné písmo môže byť vo flexible line zakomponované ako horizontálnym, tak aj vertikálnym spôsobom, vymedzujúc si svoj priestor zarovnaním na líniu. Pre tieto nápisy je zvolený typ písma Korolev Compressed vo verzálkach.

Flexible line môžu sprevádzať aj textové informácie v poschodovom zarovnaní, ktoré sú inšpirované konštrukciou plnej verzie loga. Pre tieto texty je zadefinované základné písmo Neue Haas Grotesk Text Pro.

Podľa potreby je možné dopĺňať flexible line aj obrázkami. V prípade, že je to realizovateľné, odporúča sa používať obrazové materiály s transparentným pozadím.



Obrázok 51: Rozšírenie konceptu flexible line
Zdroj: vlastný

5.2.5. Ukážky použitia flexible line

Pri premietnutí flexible line na tubus pre výkresy je vhodné, ak líniu doplnia kótovanie označujúce rozmery formátov, ktoré sa do daného tubusu zmestia.



Obrázok 52: Tubus pre A3 výkresy
Zdroj: vlastný

Pri plagátoch je vhodné, ak sa flexible line spracuje ako grafický prvok, ktorý postupne sprevádza diváka jednotlivými vizualizáciami daného architektonického riešenia. Víťanie je taktiež presahovanie flexible line skrz viacero formátov.



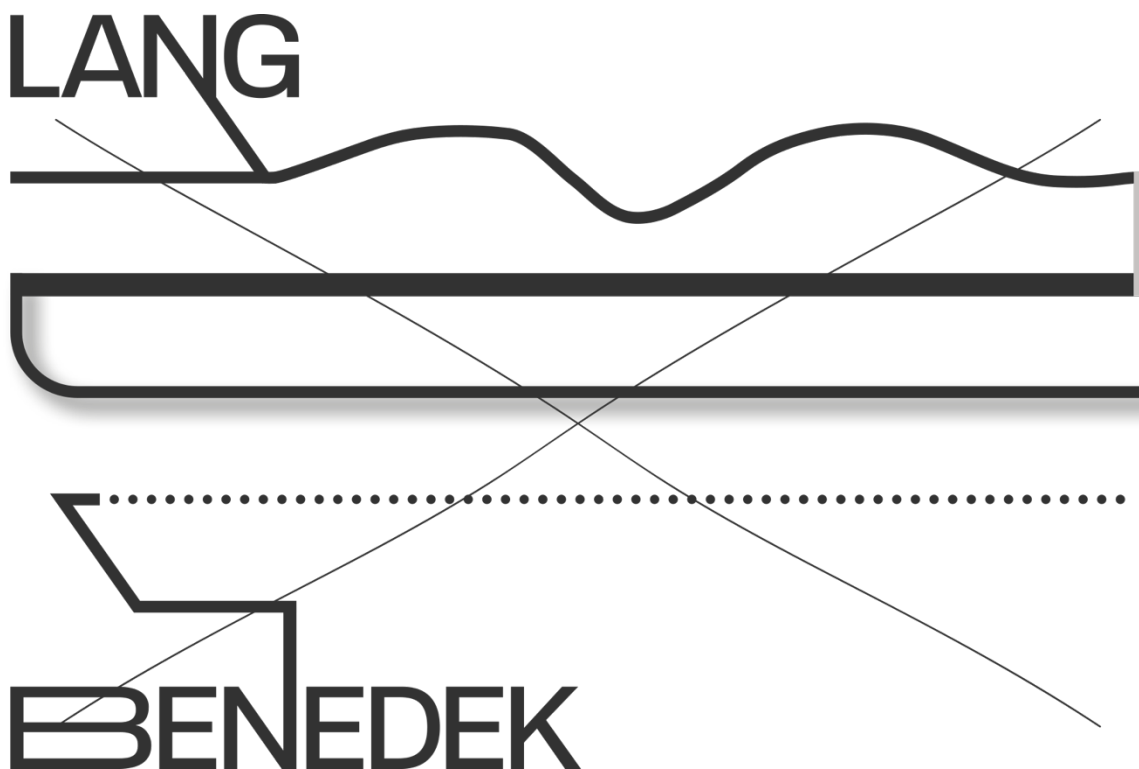
Obrázok 53: Plagáty arch. riešení pre kancelársku budovu a bytový dom (A1)
Zdroj: vlastný

5.2.6. Zakázané použitia flexible line

Pre zaistenie jednotného vizuálneho štýlu a jeho funkcie je nevyhnutné dodržiavať konzistentné prevedenie flexible line a rozšírenej verzie loga.

Z tohto dôvodu je zakázané meniť už zadanú diagonálnu kompozíciu typografických častí rozšíreného loga, rozdeľovať, alebo meniť štruktúru flexible line a obmieňať na jednom formáte jej hrúbku. Pri práci s flexible line taktiež nie je povolené meniť farebnosť línie mimo povolené farby, zaobľovať, alebo inak upravovať rohy línie, prerušovať optickú nadväznosť línie bez cieleného zakončenia a aplikovať na ňu špeciálne efekty. Používať iný sklon línií, ako 90° je tiež zakázané. Výnimkou sú dve konkrétne línie vychádzajúce z rozšíreného loga, ktorých sklon predstavuje 125°.

Je dôležité, aby spôsob spracovania vizuálnej identity ostal atraktívny aj o niekoľko rokov. Z tohto dôvodu sa môže komunikácia prostredníctvom flexible line v čase meniť podľa aktuálnych potrieb. Pravidlá spomenuté vyššie je však dôležité rešpektovať, aby sa z celkového konceptu nevytratila pôvodná myšlienka. V náhľade nižšie sú uvedené príklady, akými spôsobmi by flexible line s rozšírenou verziou loga nemali byť konštruované.



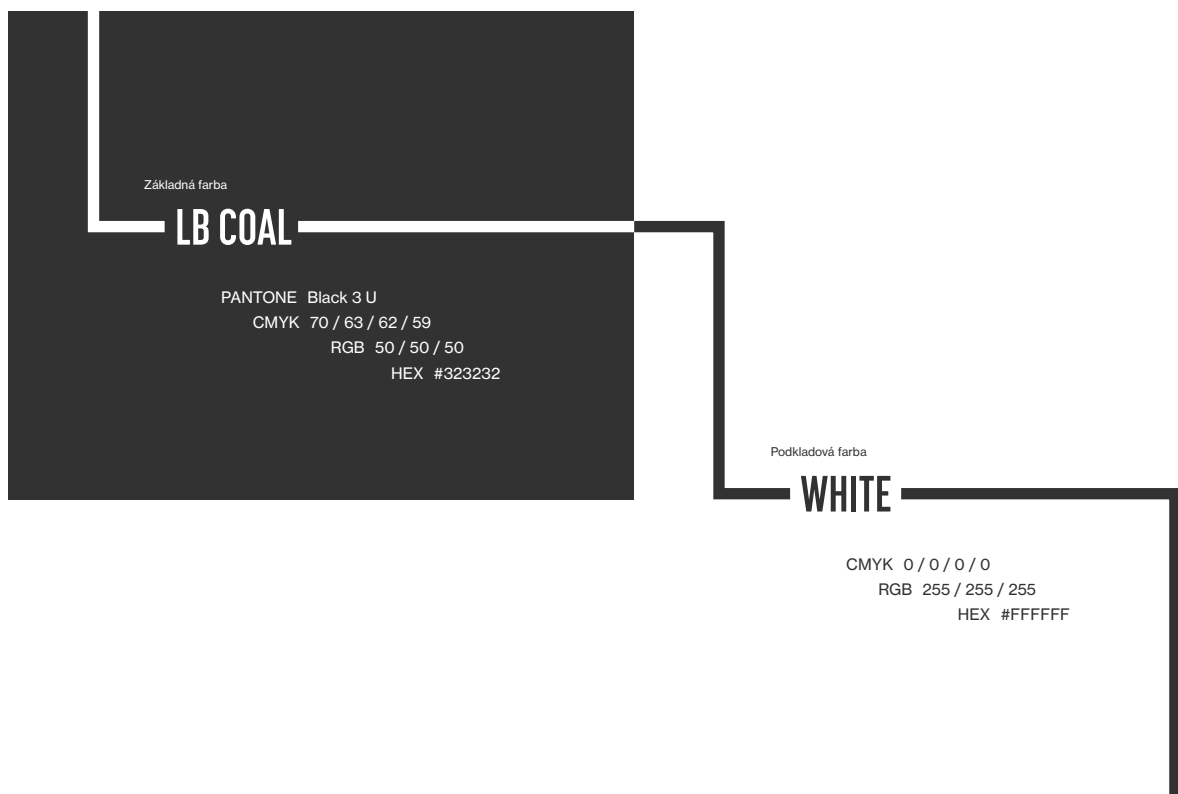
Obrázok 54: Zakázané použitia flexible line
Zdroj: vlastný

5.3. Farby

Ucelený vizuálny štýl architektonického štúdia Lang Benedek Architects je podporený jednotnou farebnosťou, ktorá hrá kľúčovú úlohu v komunikácii. Presne zadefinované farebné odtiene je nevyhnutné rešpektovať.

Základná farba LB COAL je podľa filozofie farieb vnímaná ako elegantná a významná. Vzhľadom na svoju neutrálnosť dokáže udržať dostatočnú harmóniu pri kombinovaní s rôznymi obrazovými materiálmi, vrátane fotografií architektonických projektov, ktoré môžu mať odlišné farby. Vysoký kontrast s podkladovou plochou prispieva k jej výraznosti.

Základná farba je definovaná v troch farebných profiloch, z ktorých každý slúži na iný účel. Farebný profil PANTONE predstavuje priamu tlačovú farbu, ktorá bola zvolená na základe vzorkovníka. Farebný profil CMYK, predstavujúci zloženú tlačovú farbu, je prispôbený pre potlač rôznych druhov papiera a iných materiálov. Farebný profil RGB sa používa na digitálne zobrazenie farieb na obrazovkách.

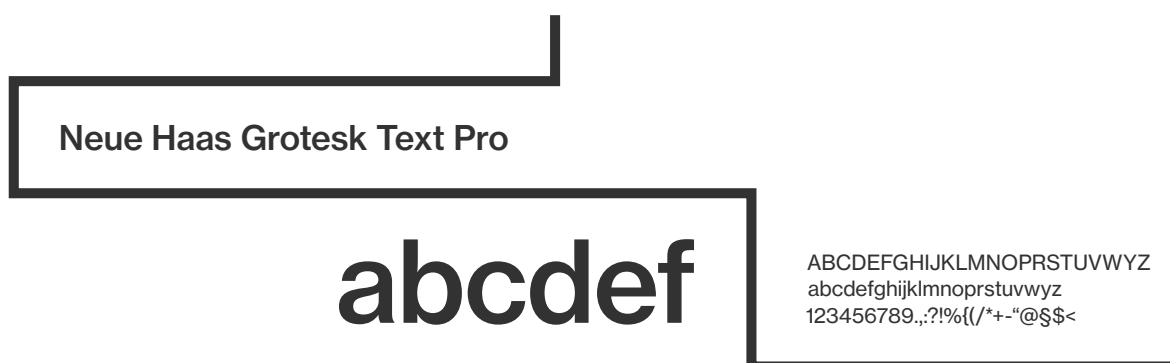


Obrázok 55: Farby
Zdroj: vlastný

5.4. Typografia

5.4.1. Základné písmo

V základnej komunikácii sa používa bezpätkové písmo Neue Haas Grotesk Text Pro vo všetkých jeho rezoch. Dlhá tradícia písma umožnila jeho dokonalé doladenie vrátane zahrnutia veľkého množstva glyfov. Čisté a jednoduché tvary zabezpečujú čitateľnosť a vhodnosť pre komunikáciu tvorenú obsiahlejším množstvom textu. V rámci rozšírenia konceptu flexible line je písmo možné využívať aj v schodiskovom zarovnaní. Jeho elegancia zabezpečuje vizuálnu atraktivitu aj v prípade použitia pri nadpisoch.



Obrázok 56: Základné písmo
Zdroj: vlastný

5.4.2. Doplnkové písmo

V situáciách, kedy nie je k dispozícii základné písmo, preferuje sa použitie doplnkového písma Arial vo všetkých rezoch. V prípade dostupnosti základného písma je používanie doplnkového písma zakázané.



Obrázok 57: Doplnkové písmo
Zdroj: vlastný

5.4.3. Flexibilné písmo

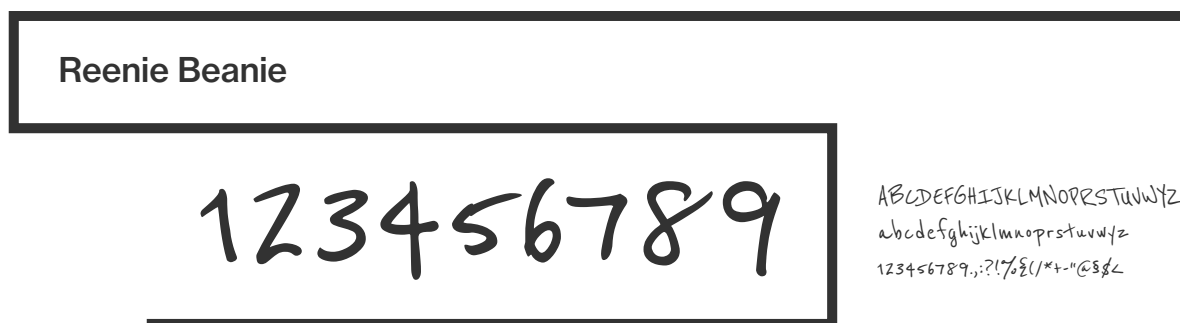
Vo vizuálnej komunikácii je pre flexibilné písmo zadefinovaný typ písma Korolev Compressed. Písmo sa používa ako súčasť grafického prvku flexible line, vďaka vertikálnemu, alebo horizontálnemu zarovnaní na líniu. Jedným z vhodných spôsobov použitia je uprednostňovať verzálky v reze bold. Pre zachovanie jedinečnosti tohto druhu komunikácie je flexibilné písmo zakázané využívať mimo flexible line.



Obrázok 58: Flexibilné písmo
Zdroj: vlastný

5.4.4. Písmo pre kóty

Pri využití kótovania vo vizuálnej komunikácii je pre číselné hodnoty a jednotky dĺžok zadefinované písmo Reenie Beanie. Použitie písma pre kóty mimo kótovania je zakázané v rámci zachovania jedinečnosti tohto druhu komunikácie.



Obrázok 59: Písmo pre kóty
Zdroj: vlastný

5.5. Komunikačné médiá

5.5.1. E-mailový podpis

E-mailový podpis má funkciu poskytnúť kontaktné informácie o zamestnancovi a architektonickom štúdiu v elektronickej komunikácii.

Rozšírená verzia loga je tvorená z dvoch samostatných obrázkov, ktoré spolu dopĺňajú text. Celková farebnosť sa riadi farebným profilom RGB. Údaje o zamestnancovi a architektonickom štúdiu sú písané doplnkovým písmom Arial v rezoch Bold a Regular, s veľkosťou 10 pt. Voliteľnou súčasťou môže byť aj disclaimer v spodnej časti podpisu, ktorý určuje rozsah práv a povinností príjemcovi konkrétnej e-mailovej správy. Pre jeho text je určené doplnkové písmo Arial v reze Regular s veľkosťou 8 pt. Pre písanie textu e-mailovej správy sa odporúča použiť doplnkové písmo Arial vo veľkosti 11 pt.

Ing. arch. **BORISLAV BENEDEK**
founding partner

LANG

LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS s.r.o.
a: Dunajská 7614/6 | 811 08 Bratislava 1 | Slovakia | EU
m: +421 918 389 748
e: benedek@langbenedek.com | office@langbenedek.com
w: www.langbenedek.com

BENEDEK

Disclaimer:

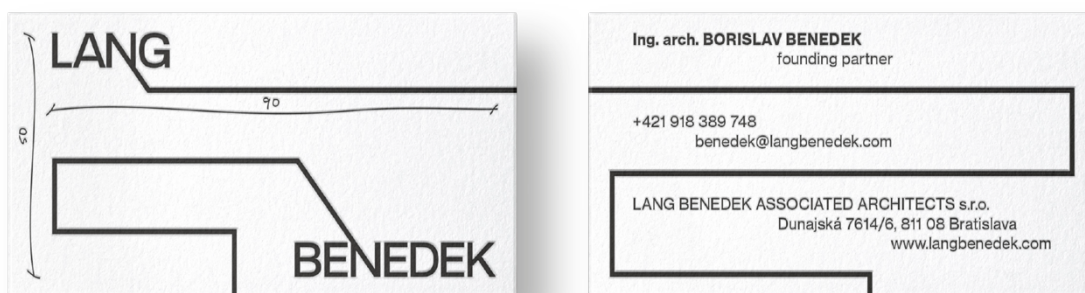
The information in this e-mail is confidential and may be legally privileged. It is intended solely for the addressee. Access to this e-mail by anyone else is unauthorised. If you are not the intended recipient, any disclosure, copying, distribution or any action taken or omitted to be taken in reliance on it is prohibited and may be unlawful. Any opinions or advice contained in this e-mail are subject to the terms and conditions expressed in the governing LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS and client engagement letter.

Obrázok 60: E-mailový podpis
Zdroj: vlastný

5.5.2. Vizitka

Vizitka slúži ako nástroj na zdieľanie kontaktných údajov o zamestnancovi a architektonickom štúdiu.

Hlavným výrazovým prvkom zabezpečujúcim jednoduchú identifikáciu je rozšírená verzia loga s flexible line, ktorá prechádza cez obe strany vizitky spolu s kótovaním, označujúcim rozmery formátu 90 x 50 mm. Pre prepisovateľné, poschodovo zarovnané kontaktné informácie o zamestnancovi a architektonickom štúdiu sa používa základné písmo Neue Haas Grotesk Text Pro, v rezoch Bold a Roman, s veľkosťou 7,5 pt. Farebnosť je zadaná vo farebnom profile Pantone. Pre dosiahnutie reliéfného efektu sa pri tlači odporúča spracovať papier Colorplan vo farbe Pristine White s hrúbkou 540 g/m², technikou letterpress. Koncept je vhodné upevniť zafarbením okrajov vizitky v častiach, ktorými prechádza flexible line.

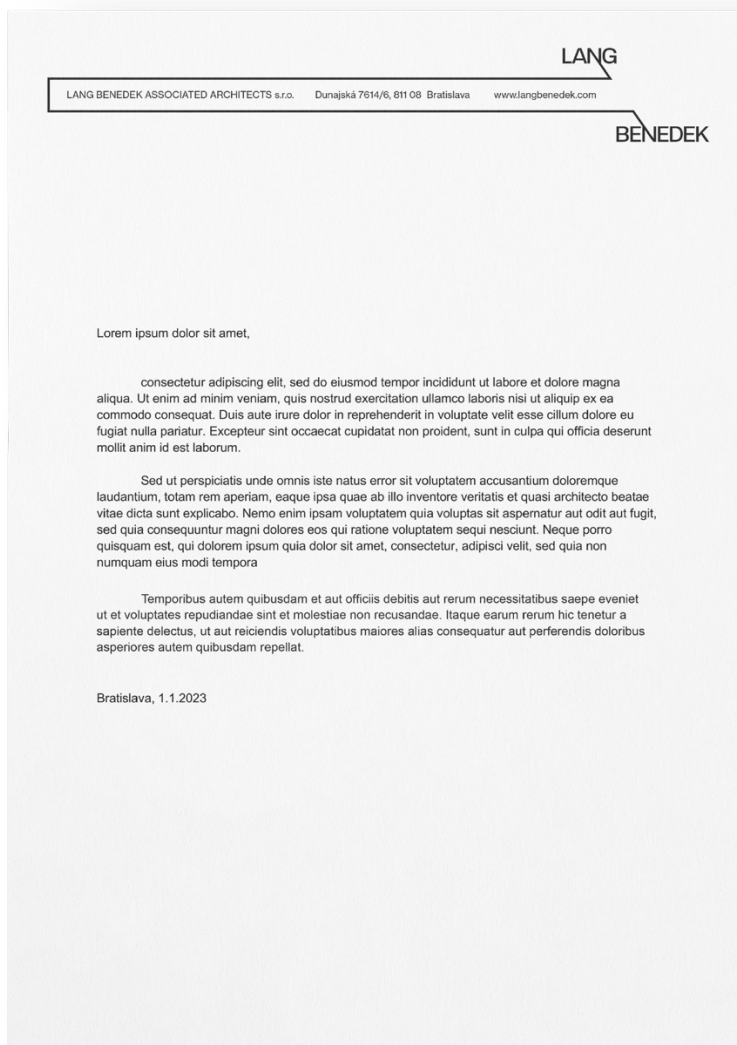


Obrázok 61: Vizitka
Zdroj: vlastný

5.5.3. Hlavičkový papier

Hlavičkový papier umožňuje architektonickému štúdiu komunikovať so svojimi zákazníkmi, partnermi a dodávateľmi.

Rozmery dokumentu sú 210 x 297 mm, čo zodpovedá formátu A4. Farebnosť je zadaná vo farebnom profile CMYK pre čiernu farbu. Kontaktné údaje v hlavičke dokumentu sú zvýraznené prostredníctvom flexibile line vychádzajúcej z rozšírenej verzie loga, ktoré je pre lepšiu identifikáciu v prípade zaradenia do zakladača zakomponované v pravom hornom rohu. Pre kontaktné informácie je použité základné písmo Neue Haas Grotesk Text Pro v reze Roman s veľkosťou 7,7 pt. Pre písanie textov je vybrané doplnkové písmo Arial. Odporúčaná veľkosť písma pre súvislé texty je 10 pt a pre nadpisy 14 pt. Oslovenie je vhodné umiestňovať do hornej tretiny formátu.

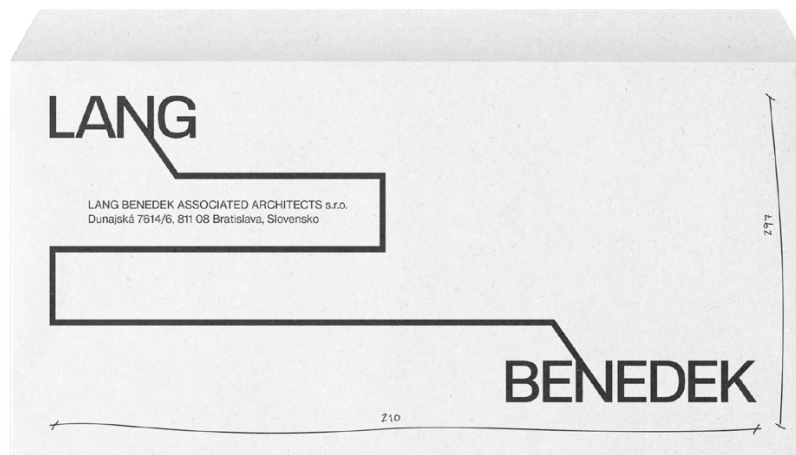


Obrázok 62: Hlavičkový papier
Zdroj: vlastný

5.5.4. Obálka DL

Obálka DL slúži ako obal pre firemné dokumenty určené k fyzickému odoslaniu.

Rozmery obálky sú 220 x 110 mm, čo umožňuje vloženie zložených dokumentov vo formáte A4, vrátane hlavičkového papiera. Farebnosť je definovaná farebným profilom CMYK. Hlavným identifikačným grafickým prvkom je flexible line, ktorá vychádza z rozšírenej verzie loga spolu s kótami, označujúcimi rozmer formátu A4, pre ktorý je obálka určená. Adresa odosielateľa sa nachádza v ľavej hornej štvrtine obálky a pre jej text je použité základné písmo Neue Haas Grotesk Text Pro v reze Roman s veľkosťou 8,5 pt. Adresa adresáta sa umiestňuje do pravej dolnej štvrtiny obálky.

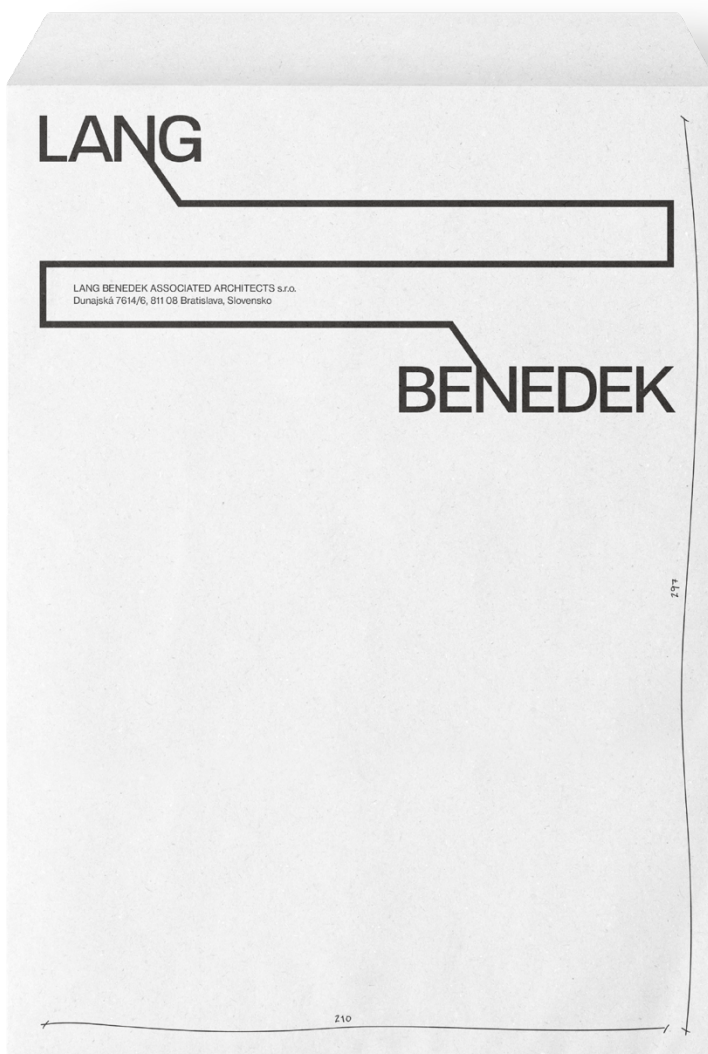


Obrázok 63: Obálka DL
Zdroj: vlastný

5.5.5. Obálka C4

Obálka C4 je používaná ako obal v prípade fyzického odoslania vizualizácií projektov prostredníctvom pošty.

Formát obálky predstavuje rozmery 229 x 324 mm, vďaka čomu je vhodná na uschovávanie dokumentov vo formáte A4, alebo zložených A3. Farebnosť je vymedzená vo farebnom profile CMYK. Hlavným grafickým prvkom slúžiacim k identifikácii architektonického štúdia je flexible line, ktorá vychádza z rozšírenej verzie loga. Flexible line taktiež dopĺňajú kóty označujúce rozmer formátu A4, pre ktorý je obálka určená. Adresa odosielateľa sa nachádza v ľavej hornej štvrtine obálky a pre jej text je použité základné písmo Neue Haas Grotesk Text Pro v reze Roman s veľkosťou 8,5 pt. Naopak, adresa adresáta sa dopisuje do pravej dolnej štvrtiny obálky.



Obrázok 64: Obálka C4
Zdroj: vlastný

5.5.6. Pečiatka

Pečiatka predstavuje jeden z identifikačných nástroj architektonického štúdia Lang Benedek Architects, ktorý slúži k označovaniu rôznych kancelárskych dokumentov a oficiálnemu potvrdzovaniu listín.

Odporúčané rozmery pečiatky sú 60 x 40 mm. Hlavným rozpoznávacím grafickým prvkom je rozšírená verzia loga s flexible line, ktorá zvyrazňuje dôležité informácie o spoločnosti. Pod tieto údaje spadajú informácie ako názov spoločnosti, adresa, webstránka, IČO, DIČ a IČ DPH. Text je zostavený základným písmom Neue Haas Grotesk Text Pro v reze Roman s veľkosťou 7 pt.

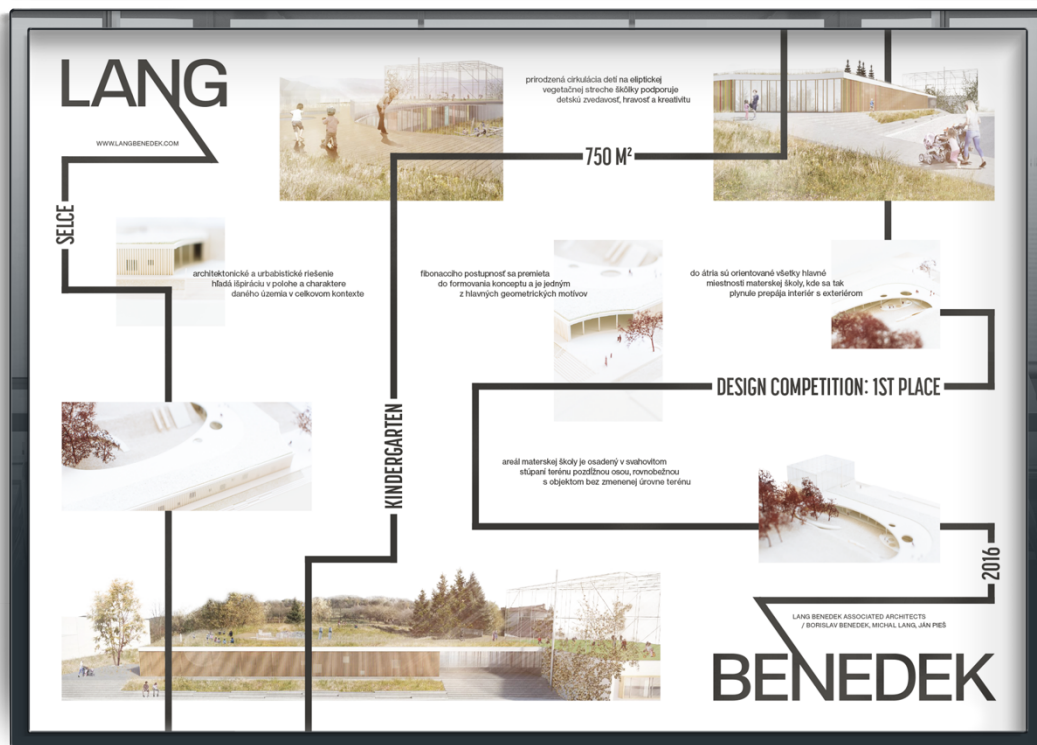


Obrázok 65: Pečiatka
Zdroj: vlastný

5.5.7. Tlačený vizuál

Architektonické štúdio Lang Benedek Architects môže propagovať svoje zrealizované projekty skrz rôzne tlačené vizuály. Ak to situácia umožňuje, dobrý vizuálny zážitok je v takýchto vizuáloch možné dosiahnuť premysleným kombinovaním obrázkov projektov, flexible line, flexibilného písma, kótovania a poschodového zarovnania textu. V takom prípade je pri realizácii vizuálu nevyhnutné dodržiavať geometrické princípy konštruovania flexible line. Farebnosť je pri tlačovinách definovaná farebným profilom CMYK.

Ako už bolo spomenuté v podkapitole o ukážkach použitia flexible line, pri vizuáloch ako sú plagáty prezentujúce architektonické projekty slúži flexible line ako grafický prvok sprevádzajúci diváka jednotlivými obrázkami projektu. Tieto obrázky je dobré dopĺňať informačným textom, ktorý je poschodovo zarovnaný. Podstatné informácie ako nadpisy, ocenenia, a číselné údaje sa odporúča znázorniť prostredníctvom flexibilného písma zarovnaním na líniu.



Obrázok 66: Plagát architektonického riešenia pre škôlku (A1)

Zdroj: vlastný

Medzi tlačene vizuály môže spadať aj propagačná brožúra obsahujúca obrázky architektonických riešení. Aj v tomto prípade je vhodné, ak flexible line sprevádza diváka počas listovania zo strany na stranu vďaka priamej nadväznosti.



Obrázok 67: Obálka propagačnej brožúry A4
Zdroj: vlastná



Obrázok 68: Vnútročné strany brožúry A4
Zdroj: vlastný

5.5.8. Merchandise

Merchandise produkty môžu účinným spôsobom propagovať architektonického štúdio prostredníctvom vytvárania vzťahov so zamestnancami a klientmi vytváraním praktických a vizuálne zaujímavých predmetov. Ich dôležitou súčasťou je taktiež udržateľnosť, ktorá spadá pod kultúru značky. Produkty sú vyrábané z materiálov šetrných k životnému prostrediu, ktoré poskytujú možnosť recyklácie a často aj opakovateľné využitie. Pri tvorbe grafiky nie sú stanovené žiadne obmedzenia, okrem nutnosti dodržovať určité geometrické princípy. Farebnosť býva zväčša vymedzená vo farebných profiloch CMYK a Pantone.

Medzi merchandise produkty spadajú napríklad vína, ktoré môžu slúžiť ako darčeky pre klientov a zamestnancov v priebehu rôznych firemných podujatí. Aj v tomto prípade je nevyhnutné spracovať obalový dizajn vo vizuálnom štýle architektonického štúdia. Vizuálny zážitok je potom možné oživiť rozťahnutím flexible line cez celý formát etikety.



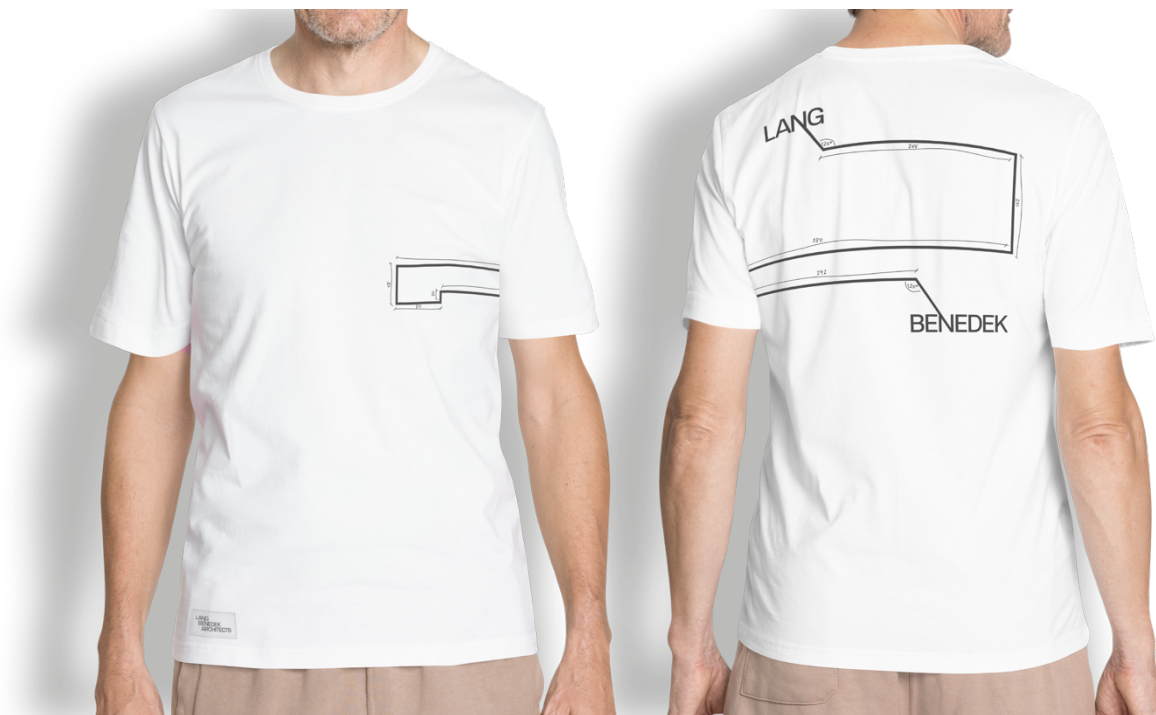
Obrázok 69: Obalový dizajn vína
Zdroj: vlastný

Textilné tašky ako súčasť merchandise produktov spájajú užitočnosť s estetickosťou. Okrem toho, že môžu slúžiť ako vhodná a príjemná pomôcka na presun architektonických výkresov v tubuse, môžu taktiež vhodne propagovať architektonické štúdio Lang Benedek Architects zapojením k outfitu. Kvôli dobrej identifikácii je však dôležité ponechať rozšírenú verziu loga dostatočne viditeľnú. K rozšírenému logu s flexible line je tiež vhodné aplikovať kótovanie označujúce dané rozmery.



Obrázok 70: Textilné tašky s tubusom
Zdroj: vlastný

Veľmi účinnou metódou môže byť tiež spropagovanie architektonického štúdia prostredníctvom firemných tričiek, ktoré štýlom nadväzujú na textilné tašky. Aj v tomto prípade je kľúčové ponechať rozšírenú verziu loga dostatočne viditeľnú a k flexible line zakomponovať aj kótovanie, ktoré prechádza skrz obe strany trička



Obrázok 71: Tričko
Zdroj: vlastný

Samostatná flexible line môže byť využitá napríklad pri potlači pohárov v kancelárii štúdia, v ktorom si vie návštevník ľahko spojiť daný vizuálny prvok s vizuálnym štýlom značky aj bez loga. Rozšírené logo s flexible line možno využiť napríklad pri plecháčikoch.



Obrázok 72: Pohár a plecháčik
Zdroj: vlastný

5.5.9. Označovanie objektov

Kvôli ucelenosti vizuálneho štýlu sa odporúča označovať objekty rozšírenou verziou loga s flexible line. Ak však nie je možné použitie týchto identifikačných grafických prvkov, napríklad z dôvodu obmedzených priestorových podmienok, vhodné je použiť štandardnú, alebo plnú verziu loga.



Obrázok 73: Označenie zasadačky prostredníctvom rozšírenej verzie loga s flexible line
Zdroj: vlastný



Obrázok 74: Označenie budovy prostredníctvom plnej verzie loga
Zdroj: vlastný

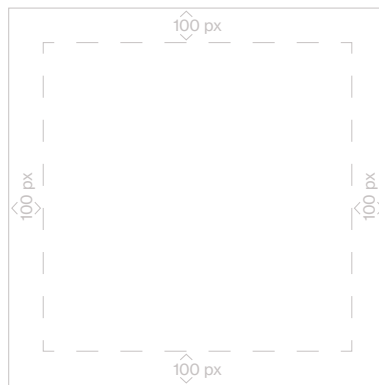


Obrázok 75: Označenie auta prostredníctvom plnej verzie loga
Zdroj: vlastný

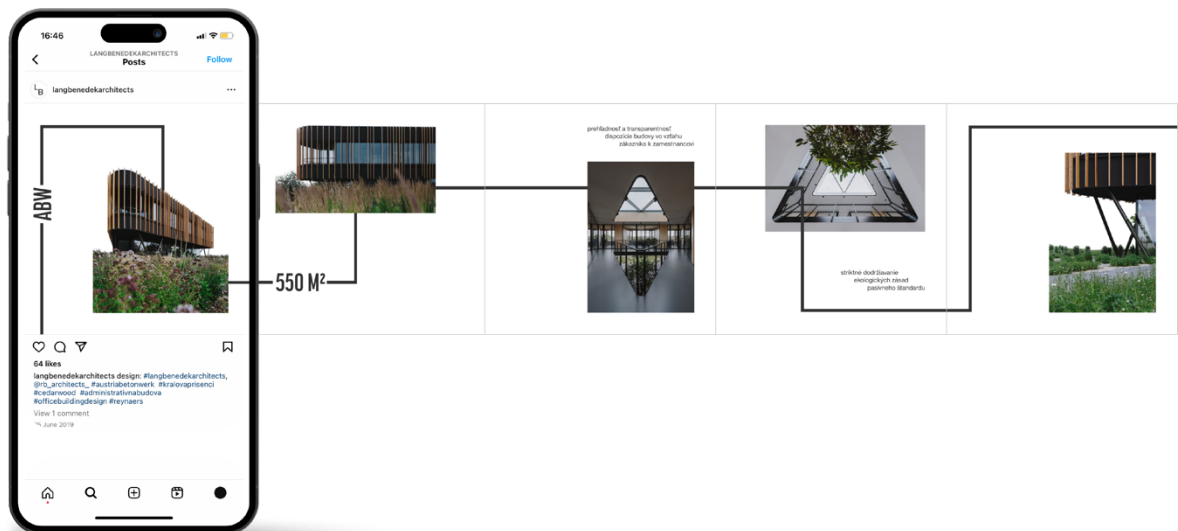
5.5.10. Sociálne médiá a príspevky

Propagácia architektonického štúdia na sociálnych médiách slúži na zvyšovanie viditeľnosti a vytváranie povedomia medzi širšou verejnosťou. Okrem toho tiež sociálne médiá umožňujú komunikáciu s fanúšikmi, získavanie spätnej väzby a prezentáciu projektov.

Pri tvorbe fotografických príspevkov v rozmeroch 1080 x 1080 px je dôležité dbať na okraje, ktoré predstavujú 100 px od strán. Tieto okraje nesmú byť prekryté žiadnymi obrázkami alebo textom. Jedinou výnimkou je flexible line, ktorá môže byť ľubovoľným spôsobom komponovaná ako prvok sprevádzajúci používateľa, napríklad pri posúvaní v carousele. V takom prípade na seba musia jednotlivé konce línií priamo nadväzovať.



Obrázok 76: Layout príspevkov na sociálne médiá
Zdroj: vlastný



Obrázok 77: Carousel na sociálnych médiách
Zdroj: vlastný

Umožnené je aj vytvárať príspevky pre formát story, ktoré predstavujú rozmery 1080 x 1920 px. Treba však brať na vedomie zásadu, že kľúčové je udržanie jednotného vizuálneho štýlu na všetkých typoch príspevkov a kanálov.



Obrázok 78: Story na sociálnych médiách
Zdroj: vlastný

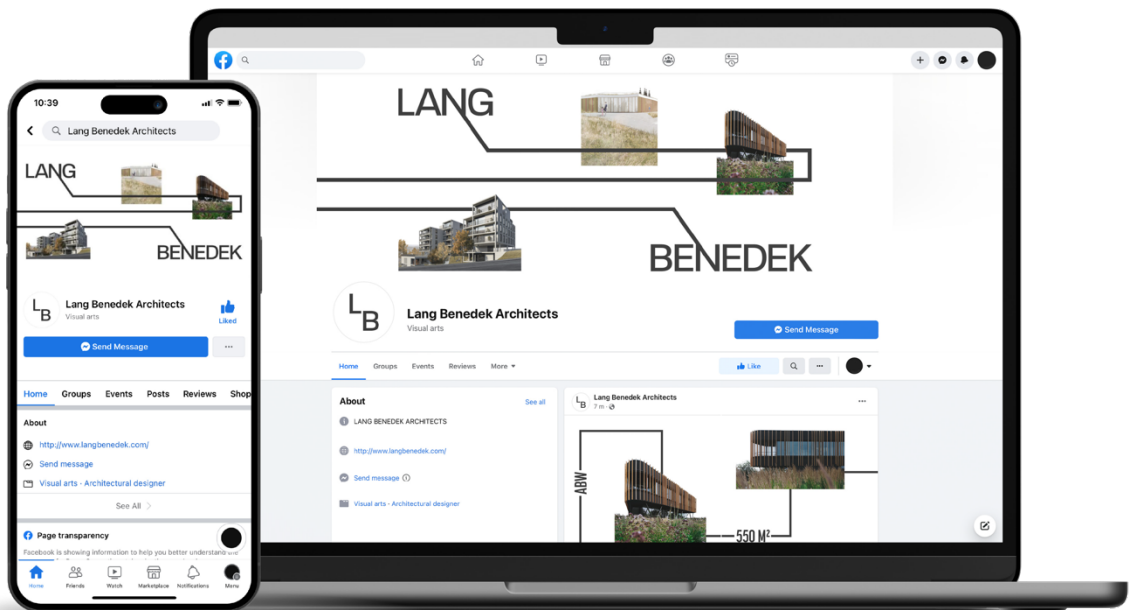
5.5.11. Sociálne médiá a profil

Štandardné logo by malo byť v profilovom obrázku umiestnené na stred formátu tak, aby jeho horizontálne odsadenie od strán bolo rovnaké ako výška písmena L. V prípade použitia symbolu v profilovom obrázku je potrebné umiestniť ho na stred formátu tak, aby jeho vodorovné odsadenie od strán bolo rovnaké ako šírka písmena L.



Obrázok 79: Rozloženie profilového obrázku
Zdroj: vlastný

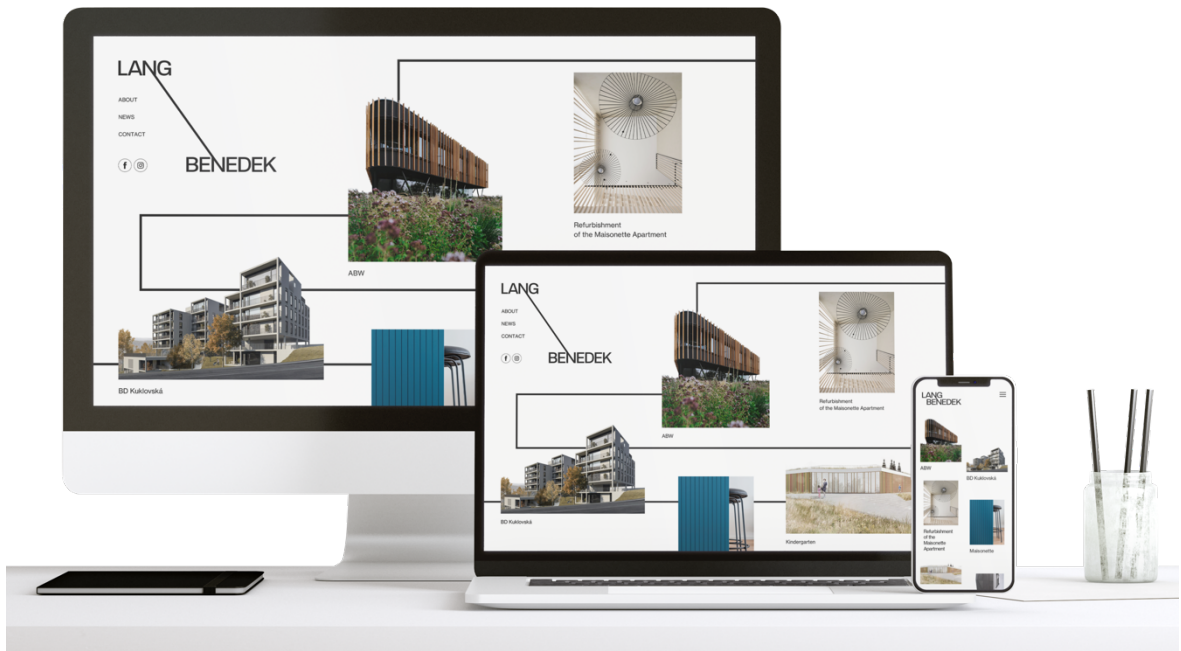
Pri tvorbe titulného obrázku je potrebné brať do úvahy orezania pre stolný počítač a mobil, ktoré sa líšia podľa platformy a aktuálneho roku. V čistom formáte by malo byť jasne viditeľné rozšírené logo s flexible line, spolu s architektonickými fotkami projektov.



Obrázok 80: Profil na sociálnych médiách
Zdroj: vlastný

5.5.12. Webová stránka

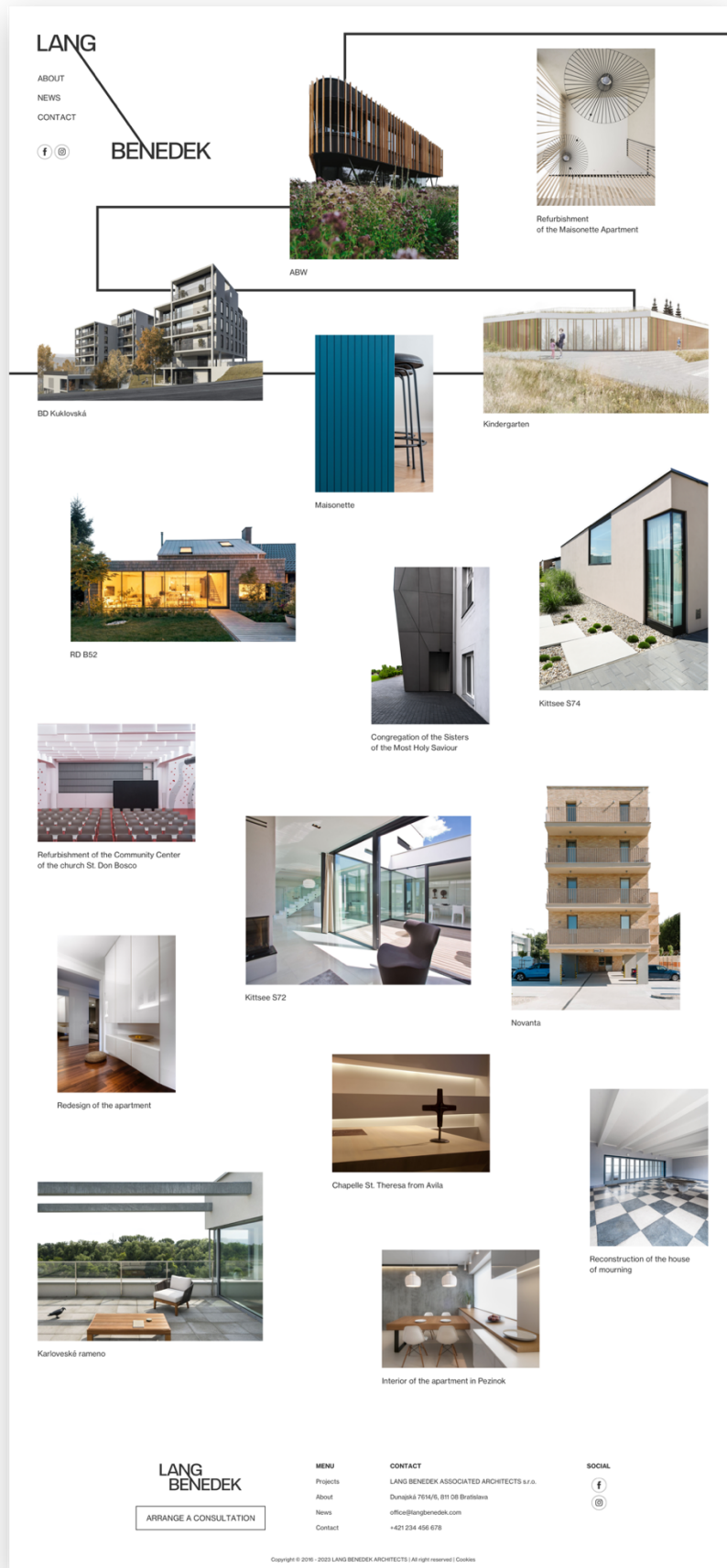
Webová stránka je neodmysliteľnou súčasťou digitálnej propagácie architektonického štúdia. Jej hlavnou úlohou je poskytovať prehľad o portfóliu projektov. Okrem toho poskytuje informácie o architektoch a získaných oceneniach. Týmto spôsobom umožňuje potencionálnym klientom zoznámiť sa s kreativitou, tvorivosťou a schopnosťami architektov zo štúdia Lang Benedek Architects.



Obrázok 81: Webová stránka
Zdroj: vlastný

Flexibilita vizuálneho štýlu sa prejavila do webovej stránky prostredníctvom flexible line, ktorá sa mení v závislosti od konkrétnej podstránky, na ktorej sa užívateľ práve nachádza. Počas celého scrollovania je flexible line zakomponovaná na pozadí. Viditeľnosť textových informácií zabezpečujú biele podkladové plochy, ktoré sa za nimi nachádzajú a tvoria tak istú medzivrstvu. Celý koncept upevňuje portfólio s obrázkami architektonických projektov s transparentným pozadím. Ikonickou súčasťou webstránky je atypicky spracovaná hlavička, v ktorej sú jednotlivé položky menu zahrnuté ako súčasť rozšírenej verzie loga.



Webová stránka pozostáva z portfólia projektov, informácií o architektoch, externých noviek a kontaktu. Samozrejmom súčasťou webovej stránky je okrem verzie pre stolné počítače taktiež aj responzívna verzia pre tablety a mobilné zariadenia.




Obrázok 82: Webová stránka: portfólio
Zdroj: vlastný

LANG


ABOUT
NEWS
CONTACT



Ing. arch. BORISLAV BENEDEK
benedek@langbenedek.com

2016 – LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS, Bratislava
2013 – 2016 – studio b52, Bratislava
2009 – 2013 – 3C studio, Bratislava
2009 – autorizácia SKA, r.č. 1557 AA
2008 – 2009 – Slovensko-japonská obchodná komora [SJOK] senior konzultant
2007 – 2008 – GRIDO, Praha
2003 – 2007 – EEA Architects, Budapest, Prague
2002 – 2003 – Fakulta architektúry, STU, Bratislava
2001 – 2002 – Fakulta architektúry, KTH, Štokholm
1997 – 2001 – Fakulta architektúry, STU, Bratislava
1977 – Martin



Ing. arch. MICHAL LANG
benedek@langbenedek.com

2016 – LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS, Bratislava
2010 – autorizácia SKA, r.č. 1912 AA
2009 – CE.ZA.AR, víťaz v kategórii Bytové domy
2007 – 2016 – studio b52, Bratislava
2004 – 2007 – Architektonická kancelária Lubomír Závodný, Bratislava
2004 – 2009 – Fakulta Architektúry, STU, Bratislava
Doktorandské štúdium, program Urbanizmus
2003 – 2004 – samostatná tvorba, Spišská Nová Ves
2003 – Cena Prof. Jozefa Lacka
1997 – 2003 – Fakulta architektúry, STU, Bratislava
1978 – Levoča

**LANG
BENEDEK**

ARRANGE A CONSULTATION



MENU

Projects
About
News
Contact

CONTACT

LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS s.r.o.
Dunajská 7614/6, 811 08 Bratislava
office@langbenedek.com
+421 234 456 678

SOCIAL

Copyright © 2016 - 2023 LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS s.r.o. | All right reserved | Cookies



Obrázok 83: Webová stránka: o nás
Zdroj: vlastný



Obrázok 84: Webová stránka: detail projektu
Zdroj: vlastný

LANG

ABOUT
NEWS
CONTACT

  **BENEDEK**

LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS s.r.o.
Dunajská 7614/6
811 08 Bratislava 1
Slovakia

+421 918 927 985
+421 918 389 748
office@langbenedek.com

IČO: 36 813 478
DIČ: 2022423744
IČ DPH: SK 2022423744

WRITE US

First name *

Last name *

E-mail *

Mobile

Message *

I agree to the processing of data for the internal needs of the service provider *

SEND

LANG BENEDEK

ARRANGE A CONSULTATION



MENU

Projects
About
News
Contact

CONTACT

LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS s.r.o.
Dunajská 7614/6, 811 08 Bratislava
office@langbenedek.com
+421 234 456 678

SOCIAL

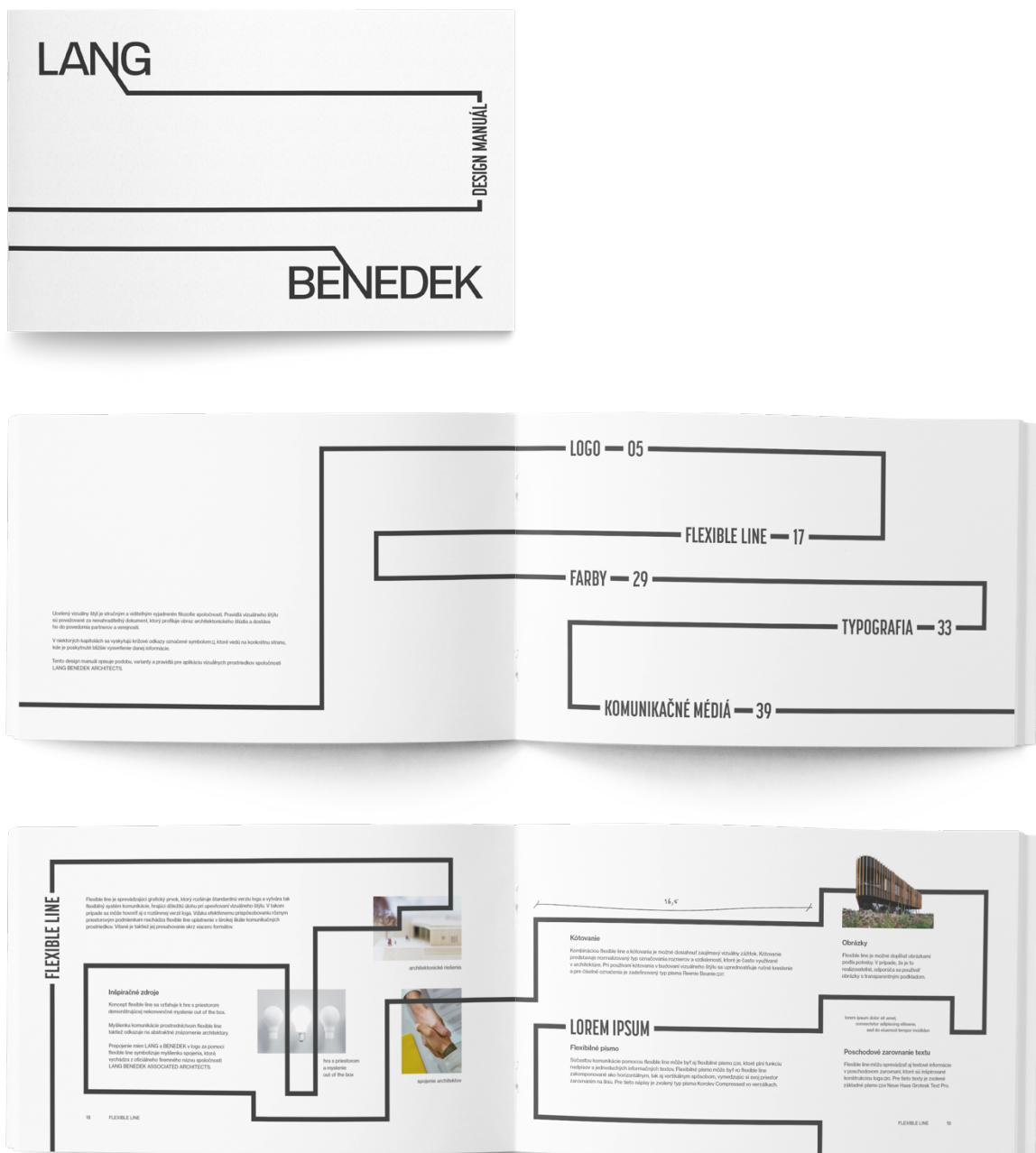
 

Copyright © 2016 - 2023 LANG BENEDEK ASSOCIATED ARCHITECTS s.r.o. | All right reserved | Cookies

Obrázok 85: Webová stránka: kontakt
Zdroj: vlastný

5.6. Dizajn manuál

Za účelom zabezpečenia konzistentnej vizuálnej komunikácie sú všetky jednotlivé zložky, ktoré formujú nový vizuálny štýl štúdia Lang Benedek Architects, systematicky zhrnuté v dizajn manuáli, ktorý je dostupný v digitálnej a tlačenej podobe ako príloha. Dokument je vytvorený v unikátnom pozdĺžnom formáte s atypickými rozmermi 297 x 185 mm upevňujúcich komunikáciu pomocou línie, pozostáva zo 72 strán, a obsahuje opis podôb, variant, a pravidiel aplikácie všetkých vizuálnych prvkov, ktoré boli doposiaľ spomenuté.



Obrázok 86: Dizajn manuál
Zdroj: vlastný

Záver

Architektúra a grafický dizajn sú dva krásne unikátne odbory, ktoré sú aj napriek istým spojitostiam veľmi rozdielne. Architektov možno považovať za majstrov svojho remesla, ktorí majú zväčša základné znalosti v kreslení a vizualizácii svojich nápadov, čo sa môže zdať blízke k oblasti grafického dizajnu. V ňom by však mali mať pokročilejšie znalosti práve skúsení grafickí dizajnéri, ktorí okrem skúseností s používaním grafických programov disponujú aj pokročilejším myslením v danom segmente a v neposlednom rade aj znalosťou rôznych grafických pravidiel, ktoré sa dajú v inej dizajnerskej oblasti obsiahnuť len veľmi výnimočne, skôr vôbec.

Toto tvrdenie nám do veľkej miery potvrdzuje zhodnotenie vizuálnych prvkov tvoriacich pôvodný vizuálny štýl významného architektonického štúdia Lang Benedek Architects. Aj napriek nadpriemernej profesionalite v architektonickom segmente mali grafické výstupy vytvorené od architektov z daného štúdia mnohé nedostatky. Štatistiky vychádzajúce z prieskumu však vypovedajú o tom, ako veľmi často môže prichádzať k takémuto zamieňaniu profesií, kvôli čomu sa architekti ocitajú v oblasti grafického dizajnu. Prieskum sme vytvorili prostredníctvom dotazníka, v ktorom respondenti pozostávajúci z architektonickej oblasti odpovedali na otázky týkajúce sa spracovania vizuálnej identity architektonických štúdií, v ktorých pôsobia. Týmto spôsobom sa nám podarilo splniť jeden z čiastkových cieľov, v ktorom sa kládlo za dôležité poukázať na problematiku spomínaného javu.

Aj napriek faktu, že opýtaní architekti zväčša inklinovali k tvorbe vlastnej vizuálnej identity, pri poslednej otázke v dotazníku sa rozdelili zhruba na dve polovice. Otázka pojednávala o tom, či by si daní architekti nechali potencionálne navrhnuť logo s celkovým vizuálnym štýlom od skúseného grafického dizajnéra. Značná časť respondentov uviedla, že áno a druhá časť odpovedala, že niektoré vizualizácie áno a niektoré nie. Iba jeden z respondentov by neprejavil záujem. Je zjavné, že veľký podiel na spomínanej situácii nesie aj ekonomická otázka, ktorú sa architekti pravdepodobne snažia vyriešiť vlastnými kvalitami. Je však dôležité si uvedomiť, že daný jav je reálny.

Hlavným uvažovaným cieľom diplomovej práce tak bolo poukázať na dôležitosť spolupráce medzi oboma dizajnerskými oblasťami, ktorá by mala prevyšovať nad ich vzájomným nahrádzaním. V praktickej časti sa nám tento cieľ podarilo splniť, vďaka spolupráci s už spomenutým architektonickým štúdiom Lang Benedek Architects. Vďaka korektne rozdeleným pracovným pozíciám sme pre toto štúdio navrhli vizuálny štýl,

ktorý nachádza svoje široké uplatnenie v komunikácii prostredníctvom hry s priestorom za pomoci flexibility loga. Základom k jeho tvorbe boli informácie o flexibilných vizuálnych systémoch, ktoré poskytujú nové príležitosti spracovania. Pri tvorbe bolo taktiež možné zúžitkovať princípy vybraných gestalt zákonov, ktoré sa premietli do práce s významným grafickým prvkom tvoriacim základ nového vizuálneho štýlu – flexible line. Je nutné spomenúť, že tento element má schopnosť dopĺňať a vyzdvihovať význam rôznych architektonických riešení a textových informácií. Inovatívne poňatie flexibilnej komunikácie v kombinácii s gestalt princípmi, a ďalšími vizuálnymi atribútmi vrátane obrázkov architektonických riešení, sa stali kľúčovými zložkami k zadefinovaniu predností architektov skrz vizuálnu identitu.

Súčasťou práce bolo tiež vytvorenie dizajn manuálu, ktorý by slúžil ako referenčný bod pre všetkých zainteresovaných, ktorí by mohli s jednotlivými prostriedkami nového vizuálneho štýlu pracovať. Po overení už spomínanej hypotézy sa tento zámer stal ešte potrebnejším. Dizajn manuál by tak mal minimalizovať riziko opakovania chýb, ktoré sa vyskytli pri predchádzajúcej, nekorektne spracovanej vizuálnej identite štúdia. Cieľom tohto dokumentu však nie je obmedziť kreativitu dizajnérov, ale pomôcť pri práci s jednotlivými vizuálnymi prostriedkami vizuálnej komunikácie tak, aby bol výsledok stále konzistentný. Aj napriek snahe nadčasového spracovania vizuálnej identity sa trendy časom menia. Pravidlá, ktoré dizajn manuál vytýčil je potrebné rešpektovať. To ale neznamená, že sa vizuálna identita nemôže v čase meniť. Z tohto dôvodu je navrhnutá takým spôsobom, aby ju bolo možné v prípade potreby prispôbovať aktuálnym potrebám a dodržiavala tak zakaždým krok s dobou.

Na záver je možné povedať, že architektonické štúdio Lang Benedek Architects po novom disponuje plnohodnotne spracovaným vizuálnym štýlom s vizuálnymi prvkami, ktoré ho tvoria, vďaka čomu je schopné profesionálnej prezentácie, ktorá umožňuje veľkú konkurenčnú výhodu. To je práve dôkazom, že prepojenie grafického dizajnu a architektúry môže viesť nie len k estetickým, ale aj užitočným výstupom. Výsledky vo vzťahu k stanoveným cieľom sa nám tým pádom podarilo splniť.

Terminologický slovník

Carousel – typ príspevku na sociálnych médiách obsahujúci viac obrázkov alebo videí, ktoré si používatelia môžu prezerat' posúvaním doprava alebo doľava⁵⁹

Favicon – malá ikona zobrazená vedľa URL adresy webovej stránky v prehliadači⁶⁰

Glyf – grafické vyobrazenie znaku v typografii⁶¹

Layout – grafické rozvrhnutie a usporiadanie prvkov na ploche⁶²

Letterpress – použitím tlaku tlačového valca sa vytvorí reliéf a prenesie farba na papier/kartón⁶³

Rez písma – štýl daného druhu písma⁶⁴

Story – typ príspevku na sociálnych médiách, ktorý sa zobrazuje 24 hodín⁶⁵

Verzáľky – veľké písmená latinky⁶⁶

⁵⁹ Wooacademy 2022, online.

⁶⁰ Medium 2018, online.

⁶¹ Adobe ČR 2021, online.

⁶² Vivantina 2020, online.

⁶³ typopiknik 2020, online.

⁶⁴ Typokniha 2023, online.

⁶⁵ Instagram stories 2022, online.

⁶⁶ Písmo.info 2017, online.

Zoznam použitých zdrojov

Literárne zdroje

Airey, David. *Logo: Nápad, návrh, realizace*. Prel. Danihelková, Helena. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 978-80-251-3151-0.

Ballantyne, Andrew. *Architektura*. Prel. Weisssová, Barbora. Praha: Dokořán, 2008. ISBN 978-80-7363-085-0.

Bierut, Michael. *79 Short Essays on Design*. New York: Princeton Architectural Press, 2007. 978-1-56898-699-9.

Bierut, Michael. How to use graphic design to sell things, explain things, make things look better, make people laugh, make people cry, and (every once in a while) change the world. 2. vyd. Londýn: Thames & Hudson, 2021. ISBN 978-0-500-29618-9.

Blažek, Filip. *Typokniha*. 2. vyd. Praha: UMPRUM, 2022. ISBN 978-80-88308-70-6.

Gombrich, Ernst Hans. *Umění a iluze*. Prel. Tůmová, Miroslava. Praha: Argo, 2019. ISBN 978-80-257-3031-7.

Hagen, Rebecca – Golombisky, Kim. *White space is not your enemy*. 3. vyd. Florida: Taylor & Francis Group, 2013. ISBN 978-1-138-80464-7.

Kafka, Ondřej – Kotyza, Michal. *Logo & Corporate Identity*. 2. vyd. Praha: Grafické studio Kafka design, 2014. ISBN 978-80-260-6771-9.

Lorenz, Martin. *Flexible Visual Systems*. 4. vyd. Nemecko: Slanted Publishers, 2022. ISBN 978-3-948440-30-5.

Munari, Bruno. *Design as Art*. Velká Británie: Penguin Classics, 2008. ISBN 978-0-141-03581-9.

Normann, Potter. Co je designér: věci, místa, sdělení. Česká republika: UMPRUM, 2018. ISBN 9788087989586.

Nes, Irene. *Dynamic Identities: How to Create a Living Brand*. Amsterdam: BIS Publishers, 2013. ISBN 978-90-6369-339-8.

Pevsner, Nikolaus. An Outline of European Architecture. Velká Británie: Thames & Hudson, 2009. ISBN 0500342415

Twemlov, Alice. *K čemu je grafický design?*. Prel. Cenkerová, Kateřina. Česká republika: Slovart CZ, 2008. ISBN 978-80-7931-027-3

Príspevok v zborníku

Williams, Richard. „Architektura ve vizuální kultuře“. In Možnosti vizuálních studií: Obrazy – texty – interpretace. Prel. Jana Přidalová. Eds. Marta Filipová, Matthew Rampley. Brno: Barrister & Principal, 2007, s. 49–62.

Článok v časopise

Chang, Dempsey – Nesbitt, Keith V. – Wilkins, Kevin. "The Gestalt Principle of Continuation Applies to both the Haptic and Visual Grouping of Elements". *Second Joint EuroHaptics Conference and Symposium on Haptic Interfaces for Virtual Environment and Teleoperator Systems (WHC'07)*, 2007, vol. 64, s. 15-20. Dostupné z: DOI:10.1109/WHC.2007.113.

Internetové zdroje

About. Lang Benedek Architects [online]. 2022 [cit. 2023-03-17]. Dostupné z: <<https://langbenedek.com/about/>>.

Ako vytvorit' karusel príspevok na Facebooku. Wooacademy [online]. 2022 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://woacademy.sk/ako-vytvorit-karusel-carousel-prispevok-na-facebooku/>>.

Boq architekti. Toman Design [online]. 2018 [cit. 2023-04-06]. Dostupné z: <<https://www.toman-design.com/cs/projekty/boq-architekti>>.

Co je to letterpress?. typopiknik [online]. 2020 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://typopiknik.cz/blog/co-je-to-letterpress/>>.

Cumulus on Behance. For The People [online]. 2021 [cit. 2023-04-06]. Dostupné z: <<https://www.behance.net/gallery/111399099/Cumulus/>>.

Glyfy a speciální znaky. Adobe ČR [online]. 2021 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://helpx.adobe.com/cz/incopy/using/glyphs-special-characters.html/>>.

InDesign – znakové styly. Typokniha [online]. 2023 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://typokniha.cz/indesign-znakove-styly/>>.

Instagram stories. IDEALAB [online]. 2022 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://idealab.cz/slovník/instagram-stories/>>.

International Center of Photography. Pentagram [online]. 2021 [cit. 2023-04-06]. Dostupné z: <<https://www.pentagram.com/work/international-center-of-photography-icp/>>.

Layout. Digitálna agentúra Vivantina [online]. 2020 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://www.vivantina.com/marketingovy-slovník/layout/>>.

Uložit jako... 01: Identity měst. Uložit jako... [online]. 2022 [cit. 2023-04-17]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=QORcFQR52sw/>>.

VERZÁLKY, KAPITÁLKY A MALÉ KAPITÁLKY. Písmo.info [online]. 2017 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<http://www.pismo.info/verzalky-kapitalky-a-male-kapitalky/>>.

Web Usability: What Is Favicon and How It Improves Your Website. Medium [online]. 2018 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <<https://uxplanet.org/web-usability-what-is-favicon-and-how-it-improves-your-website-c94d9be71a59/>>.

Zoznam obrázkov

Obrázok 1: Vizuálna identita MTV	13
Obrázok 2: Vizuálna identita mesta Melbourne	13
Obrázok 3: Vizuálna identita AOL	14
Obrázok 4: Vizuálna identita IDTV	15
Obrázok 5: Vizuálna identita MIT Media Lab	16
Obrázok 6: Vizuálna identita NEW MUSEUM	16
Obrázok 7: Vizuálna identita ICP	17
Obrázok 8: Vizuálna identita OCAD	18
Obrázok 9: Experimentálna modifikácia textu	19
Obrázok 10: Gestalt zákon blízkosti	20
Obrázok 11: Gestalt zákon podobnosti	21
Obrázok 12: Gestalt zákon kontinuity	21
Obrázok 13: Gestalt zákon ukončenia	22
Obrázok 14: Pôvodné logo Lang Benedek s monogramom z hlavičkového papiera č. 1 ...	32
Obrázok 15: Pôvodné typografické logo Lang Benedek Architects	33
Obrázok 16: Pôvodné typografické logo Lang Benedek Architects	33
Obrázok 17: Pôvodné typografické logo Lang Benedek Architects	33
Obrázok 18: Pôvodné hlavičkové papiere Lang Benedek Architects	34
Obrázok 19: Pôvodné vizitky Lang Benedek Architects	34
Obrázok 20: Logo Performa Architects	35
Obrázok 21: Logo GRAU	35
Obrázok 22: Logo NOIZ architekti	35
Obrázok 23: Logo GutGut	36
Obrázok 24: Logo TOITO architekti	36
Obrázok 25: Logo zerozero	36
Obrázok 26: Logo RULES	36
Obrázok 27: Logo Beionde	36
Obrázok 28: Logo JRKVC	36
Obrázok 29: Logo Archipo	36
Obrázok 30: Vizuálna identita ICP	37
Obrázok 31: Vizuálna identita architektonického štúdia Boq	38
Obrázok 32: Vizuálna identita CUMULUS	38

Obrázok 33: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 1	39
Obrázok 34: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 2	39
Obrázok 35: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 3	40
Obrázok 36: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 4	40
Obrázok 37: Prvotný návrh loga Lang Benedek č. 5	40
Obrázok 38: Prvotný návrh loga č. 6	41
Obrázok 39: Rozpracovanie návrhu loga č. 6	41
Obrázok 40: Štandardná verzia loga	42
Obrázok 41: Konštrukcia a ochranná zóna štandardnej verzie loga	42
Obrázok 42: Plná verzia loga	43
Obrázok 43: Konštrukcia a ochranná zóna plnej verzie loga	43
Obrázok 44: Grafický symbol	44
Obrázok 45: Konštrukcia a ochranná zóna grafického symbolu	44
Obrázok 46: Minimálna veľkosť loga	45
Obrázok 47: Zakázané použitia loga	45
Obrázok 48: Ukážka rozšírenej verzie loga s využitím flexible line	46
Obrázok 49: Inšpiračné zdroje flexible line	47
Obrázok 50: Konštruovanie flexible line	48
Obrázok 51: Rozšírenie konceptu flexible line	49
Obrázok 52: Tubus pre A3 výkresy	50
Obrázok 53: Plagáty arch. riešení pre kancelársku budovu a bytový dom (A1)	50
Obrázok 54: Zakázané použitia flexible line	51
Obrázok 55: Farby	52
Obrázok 56: Základné písmo	53
Obrázok 57: Doplnkové písmo	53
Obrázok 58: Flexibilné písmo	54
Obrázok 59: Písmo pre kóty	54
Obrázok 60: E-mailový podpis	55
Obrázok 61: Vizitka	56
Obrázok 62: Hlavičkový papier	57
Obrázok 63: Obálka DL	58
Obrázok 64: Obálka C4	59
Obrázok 65: Pečiatka	60
Obrázok 66: Plagát architektonického riešenia pre škôlku (A1)	61

Obrázok 67: Obálka propagačnej brožúry A4	62
Obrázok 68: Vnútorne strany brožúry A4	63
Obrázok 69: Obalový dizajn vína	64
Obrázok 70: Textilné tašky s tubusom	65
Obrázok 71: Tričko	66
Obrázok 72: Pohár a plecháčik	66
Obrázok 73: Označenie zasadačky prostredníctvom rozšírenej verzie loga s flexible line.	67
Obrázok 74: Označenie budovy prostredníctvom plnej verzie loga.....	68
Obrázok 75: Označenie auta prostredníctvom plnej verzie loga	68
Obrázok 76: Layout príspevkov na sociálne médiá.....	69
Obrázok 77: Carousel na sociálnych médiách.....	69
Obrázok 78: Story na sociálnych médiách	70
Obrázok 79: Rozloženie profilového obrázku	71
Obrázok 80: Profil na sociálnych médiách	71
Obrázok 81: Webová stránka.....	72
Obrázok 82: Webová stránka: portfólio.....	73
Obrázok 83: Webová stránka: o nás	74
Obrázok 84: Webová stránka: detail projektu	75
Obrázok 85: Webová stránka: kontakt.....	76
Obrázok 86: Dizajn manuál	77

Zoznam grafov

Graf 1: Kto vytvoril logo daného architektonického štúdia?.....	27
Graf 2: Kto vytvoril jednotlivé vizuálne prostriedky daného architektonického štúdia?....	28
Graf 3: Vlastní dané architektonické štúdio dizajn manuál?	29
Graf 4: Považuje dané architektonické štúdio dizajn manuál za dôležitý dokument?.....	30
Graf 5: Nechalo by si dané architektonické štúdio najat' grafického dizajnéra?	30

Príloha

lang-benedek_design-manual.pdf