

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
koordinovaný vizuální styl organizace  
Kunratické Jahody

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

Katedra výtvarného umění  
studijní program Výtvarná umění  
studijní obor Ilustrace a grafika  
specializace Grafický design

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
**koordinovaný vizuální styl organizace**  
**Kunratické Jahody**  
**Magdalena Beranová**

Vedoucí práce: doc. ak. mal. Ditta Jiříčková  
Katedra výtvarného umění  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeská univerzita v Plzni

**2019**

Prohlašuji, že jsem umělecké dílo vypracovala samostatně a nejedná se o plagiát.

Plzeň, duben 2019

.....  
podpis autora

## seznam použitých zdrojů:

### a) Knižní a periodická literatura

1. PECINA, Martin. Knihy a typografie. Vydání třetí, rozšířené. Brno: Host, 2017.  
ISBN 978-80-757-040-0.
2. HELLER, Steven. Paul Rand. Vydání první New York: Phaidon Press Limited, 1999.  
ISBN 0 7148 3994 9.
3. HOLLIS, Richard. Swiss Graphic Design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2006.  
ISBN 978-1-85669-475-9.
4. KAFKA, Ondřej a Michal KOTYZA. Logo & corporate identity. 3., přeprac. vyd. Praha: Kafka design, ©2014.  
ISBN 978-80-260-6771-9.
5. BERAN, Vladimír, Kolektiv autorů. Aktualizovaný Typografický manuál. 2. přeprac. vyd. Praha: Kafka design, ©2012. ISBN 978-80-260-7606-3.

### b) internetové zdroje

1. JAKOUBEK, Václav. Historie Kunratických Jahod.  
Dostupné z: <http://www.kunratickejahody.cz/historie><sup>9</sup>
2. BROUSIL, Tomáš. Písmo Katarine  
Dostupné z: <https://www.suitcasetype.com/fonts/katarine/about><sup>6</sup>

## 1. ÚVOD

O Kunratických Jahodách jsem se dozvěděla, když jsem se před dvanácti lety přestěhovala ze Žižkova do městské části kousek od pražských Kunratic. Můj táta v Kunraticích pracuje a jakmile nastala jahodová sezóna, denně nám domů vozil koše čerstvých Kunratických Jahod. Ty jsme pak týdně s chutí jedli samotné, se šlehačkou, rozmixované do koktejlů, nebo zadělávali do jahodových knedlíků a na závěr sezóny zavařovali do marmelád. Zkrátka červen byl měsíc jahod a nejen kunratictí obyvatelé přizpůsobovali svůj jídelníček jahodám. Pojem Kunratické Jahody má dlouhou historii, ale až nedávno se začali objevovat v menu lepších pražských restauracích. To vždy záleželo na úrodě, která je bohužel rok od roku slabší.

Později jsem se s Jakoubkovými seznámila a pomáhala s prodejem jahod ve stáncích<sup>1</sup>, které měli rozmístěné různě po Praze. Naučila jsem se tak rozeznat odrůdy jahod a věděla, kdy která odrůda roste a jaké mají vlastnosti. Například odrůda Honeye má přirozeně oranžovější a světlejší barvu - působí nedozrálé, ale plody jahod jsou větší a o to šťavnatější. Nebo pozdní sběr odrůdy Korona bývá hodně tmavý a plody jsou drobné, nebudí tak u zákazníků stejný dojem, jako jsou třeba jahody, které vídáme v supermarketech celoročně. Zákazníci ale také nevědí, že zrovna tento druh je nejaromatictější a nejsladší a hodí se zejména na marmelády, které díky tomu nemusí být tolik doslazovány. Zákazníky to proto bez předchozího seznámení mnohdy odradilo. Jiné zase přilákala samotná vůně, kterou mají Kunratické Jahody opravdu výraznou.

K jahodám mám díky těmto zkušenostem blíž. Proto bych ráda veřejnosti ráda více přiblížila pojem Kunratické Jahody a rozšířila tak historii, tradičnost a kvalitu těchto jahod dál, než je tomu nyní. Vytvořila jsem pro společnost koordinovaný jednotný vizuální styl, jehož cílem je srozumitelně upoutat spotřebitele a zákazníky, kteří zatím nemají takovou důvěru k těmto jahodám. Taky má za cíl vyzvednout hodnotu a zviditelnit hospodářství kunratických jahod. Dále přiblížit samotné Kunraticce a jejich historii, protože se jedná o místo v odlehlejší části Prahy, kam se běžně lidé nezajedou podívat. V rámci jednotného vizuálního stylu slouží i mapa samosběru, která vyznačuje stylizovaně část Kunratic, kde se sběrná pole nacházejí a usnadňují návštěvníkům přístup k polím. Doposud je mapa znázorněná jen v primitivním nepřehledném provedení na webu [www.kunratickejahody.cz](http://www.kunratickejahody.cz), podle kterých by se zorientoval snad možná jen obyvatel Kunratic.<sup>2</sup>

Práci jsem začala samotným logotypem, podle kterého jsem pak práci chtěla dál rozvíjet a vycházet z jeho tvarů. Věděla jsem, že chci použít základní tvar stylizovaného zaobleného trojúhelníku, který měl připomínat jahodu. První návrhy byly ale příliš technické a málo z nich šlo vyčíst o co se jedná.<sup>3</sup> Potřebovala jsem, aby jahodu poznalo i malé dítě, které na jahody zrovna bude mít chuť, jakmile logo zahlédne. Zároveň jsem nechtěla spadnout příliš popisně do morfologie jahody a chtěla se držet minimalistycké stylizovanosti. Tvar jahody jsem nakonec více zaoblila a doplnila květním stvolem, který logu dodává botaničtější tvarosloví a tvoří na něm

---

**1** obrazová příloha: stánek kunratických jahod

**2** obrazová příloha: původní logo a mapa

**3** obrazová příloha: první návrhy

pomyslnou mašli, která naznačuje, že Kunratické Jahody jsou něco opravdu delikátního. Šťavnatost pak vyplývá ze sytě červené základní barvy loga.<sup>4</sup> Doplněná typografie tvoří hlavně písmeno „j“, které je uvnitř jahody a plní funkci začátečního písmena u jahody a také u majitele společnosti pana Jakoubka. Zároveň písmeno tvoří lůžko jahody, které lze spatřit při rozříznutí jahody vertikálně na půl.

Písmo Katarine,<sup>5</sup> které v celém jednotném vizuálním stylu používám, pochází z písmolijny od Tomáše Broušila ze Suitcase Type Foundry. Font je určen pro sazbu plakátů ale i pro úřední tiskoviny. V jeho konstrukci je použito několik principů kresby. Versálky jsou konstruovány z oválného tvaru a minusky jsou vykresleny z robustnějšího čtvercového tvaru a lépe sedí na účař. Číselné znaky jsou téměř geometrické. Tyto principy se vzájemně prolínají, což má za následek velmi pěkné napětí v textu. Ačkoli písmo nemá žádné zvláštní nastavení pro střední výšku a je mírně zhuštěné, vyniká v čitelnosti i v malých velikostech. Charakteristický tvar tohoto písma k logu sedí a tím, že je zaoblený, tvary loga podporuje.<sup>6</sup>

Aby mělo logo širší využití, rozhodla jsem se pro vytvoření rozšířených variant. Tyto varianty vycházejí ze stylizované sazenice jahody, jejíž postupně se rozvíjející stádia růstu používám na merchandise a plakátech.<sup>7</sup> V tom nejvyvinutějším stádiu sazenice, ve kterém je vykonstruován list, květ i plod jahody, je zakomponováno i logo v jeho základní variantě spolu s textem „kunratické jahody“ a dohromady tak tvoří celek, který slouží k rozšířenému použití loga. Abych nevytvořila ve variantách chaos, všechna správná použití loga mám vysvětlena a vyzobrazena v logomanuálu. V něm jsou pouze a jedině správná použití logotypů a nesmí se používat jinak, než je uvedeno.

Ze základního tvaru loga tj. zaoblený trojúhelník, jsem pak vytvořila rastr. Tvoří ho několik zvolených zahuštění a velikostí a slouží, jako pozadí pro plochy plakátů, nebo také pro vyplnění stylizovaných sběrných polí v mapách. Hustoty se musí zvolit správně tak, aby nedocházelo k nečitelnosti tvarů v rastru, nebo textu, který na něm bude následně použit.<sup>8</sup>

Cílem nového jednotného vizuálního stylu při jeho používání by mělo usnadnit cestu ke Kunratickým Jahodám, zvýraznit tak firmu a zpříjemnit spotřebitelům požitky z jahod. Taky bych tím ráda rozšířila tradici nakupování sezónních potravin např. na farmářských trzích a upozornila tak na dnešní vygradovanou konzumní společnost, pro kterou vůbec není divné nakupování surovin, které se u nás normálně nevyskytují, nebo je pro jejich prodej u nás nutný dovoz z opačné polokoule. To má pak za následky globální problémy, které by se co nejdříve měly začít řešit intenzivněji.

---

**4** obrazová příloha: finální logo

**5** obrazová příloha: písmo Katarine

**6** citace: internetové zdroje

**7** obrazová příloha: rozšířené verze loga

**8** obrazová příloha: rastr

## 2. HISTORIE <sup>9</sup>

Drobné jahody znala Mezopotánie, Egypt, Řecko, Řím. Přibližně od 14. století se v Anglických a Francouzských zahradách pěstoval jahodník lesní *Fragaria vesca*. V 16. století se dovezl z Ameriky druh jahodníku *Fragaria virginiana*. Roku 1766 ve Versailleské zahradě královský zahradník Ludvíka XV Antoine Duchesne nasadil náhodně dva americké jahodníky *Fragaria virginiana* x *Fragaria chiloensis* vedle sebe. Podařilo se mu zkřížit dva americké jahodníky dřívějšího viržinského a později dovezeného chilského. Tento kříženec se stal předchůdcem nového druhu velkoplodých jahodníků (*Fragaria ananassa*), které se později začal šlechtit v Holandsku.

V dnešní době si můžeme vybrat z mnoha odrůd jahodníků, jako například Senga sengána, Elista, Redgauntlet, Korona, Elsanta, Elvíra, Gorela, Dagmar, Dukát a jiné. U nás se začal pěstovat první velkoplodý jahodník zásluhou Rudolfa Strimpla po jeho zkušenostech z cest po Americe v roce 1896, první jahodářská oblast se nacházela nedaleko Netvořic, v Teletině na statku Christov.

V Kunraticích začal pěstovat velkoplodý jahodník v roce 1959 Václav Jakoubek starší. Kunratické jahody (ing. Václav Jahoubek mladší) získal v roce 1964 na světové zahrádkářské výstavě ve Vídni zlatou medaili za odrůdu Senga sengána a stříbrnou za odrůdu Senga gigana.

Společnost Kunratické jahody vznikla v roce 1993 po rozpadu zemědělského družstva Kunratice. V dnešní době hospodaří přibližně na 26 hektarech, kde 10,6 ha tvoří plodné plochy a 3,5 ha mladá výsadba. Pole leží na Pruhonické pánvi kamenité půdy, která je zahřívána a propustná. Tato půda je suchá a proto jsou pole zavlažována. Pěstujeme několik odrůd jahodníků, z nichž převažuje odrůda Korona. Dále máme odrůdy Elsanta a v malém množství Dukát, Polka, Elvíra. Naše společnost také zkouší nové odrůdy v našich klimatických podmínkách, například Florence.

### 3. RESUMÉ V CIZÍM JAZYCE

*Jednotný vizuální styl pro společnost Kunratické Jahody je navrhnout tak, aby zákazníkům přiblížil a usnadnil přístup k produktu. Zvolila jsem si toto téma, protože mám ke Kunratickým Jahodám blízký vztah. Základní tvar v logu vychází ze zaobleného trojúhelníku připomínající jahodu. Vrch loga značí, že jahody jsou opravdu delikátní. Šťavnatost vychází ze sytě červené barvy, která je barvou základní. Logo je doplněno typografickým prvkem. Ve středu jahody je písmeno j, které připomíná začátek slova jahoda a majitele firmy pana Jakoubka. Zvolila jsem český font Katarine od Tomáše Broušila, který je kounstruovaný do oválného tvaru a svým charakterem se k logu hodí. K logu jsou vytvořeny i rozšiřující varianty, které jsou zakomponovány do sazenice jahody. Aby to nezpůsobovalo chaos v používání loga, všechny správná použití mám vysvětlena a ukázána v logomanuálu. V něm jsou pouze správná použití loga a nesmí se používat jinak, než je uvedeno. Logo doplňuje rastr, orientační systém po jahodových polích, mapa pro snadný přístup na jahodová pole, plakáty, merchandise, polepy aut, samolepky, vizitky atd. Cílem nového jednotného vizuálního stylu při jeho používání by mělo usnadnit cestu ke Kunratickým Jahodám a zvýraznit firmu a její prestiž. Chci tím upoutat na sezónní zboží a odradit zákazníky od vygradovaného konzumu. Chci nalákat zákazníky na farmářské trhy a připomenout globální problémy naší země.*

The coordinated visual style for Kunratické Jahody is designed to approach and need access to the product. I choose this topic because I have a close relationship with Kunratické Jahody. Basic shape in logo from rounded triangle resembling strawberry. The top of the logo means that strawberries are really delicate. Juice form from a deep red color that is basic color of logo. The logo is accompanied by typographic feature. In the cenof the strawberry is the letter j, which commemorates the begining of the word jahoda and the owner of the company Mr. Jakoubek. I chose the Czech font Katarine by Tomáš Broušil, who is crafted into a oval shape and is suitable for the logo. Expansion variations are also added to the logo and they are incorporated into the strawberry seedlings. In order not to cause chaos in the use of the logo, I have explained all the correct uses and shown in the logomanual. It only uses the correct uses of the logo and must not be used other than as stated. The logo is complemented by a grid, orientation system of strawberry fields, a map for easy acces to strawberry fields, posters, merchandise, car stickers, small stickers, business cards, etc. The aim of the new uniform visual sytle while using it should make it easier for Kunratické Jahody to highlight the company and its prestige. I want to attract seasonal goods and discourage customers from consuming consumerism. I want to lure customers to farmers markets and recall the global problems of our country.

---

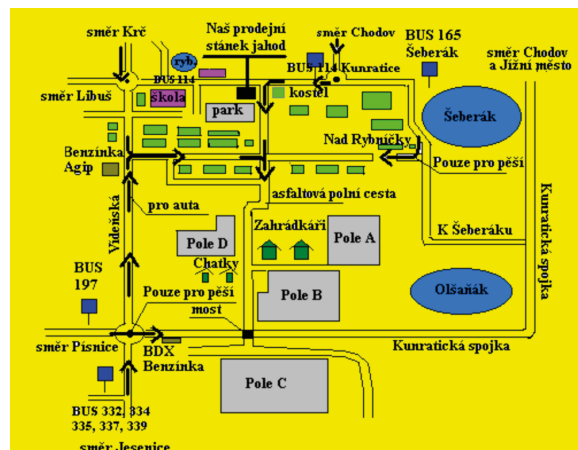


#### 4. OBRAZOVÉ PŘÍLOHY

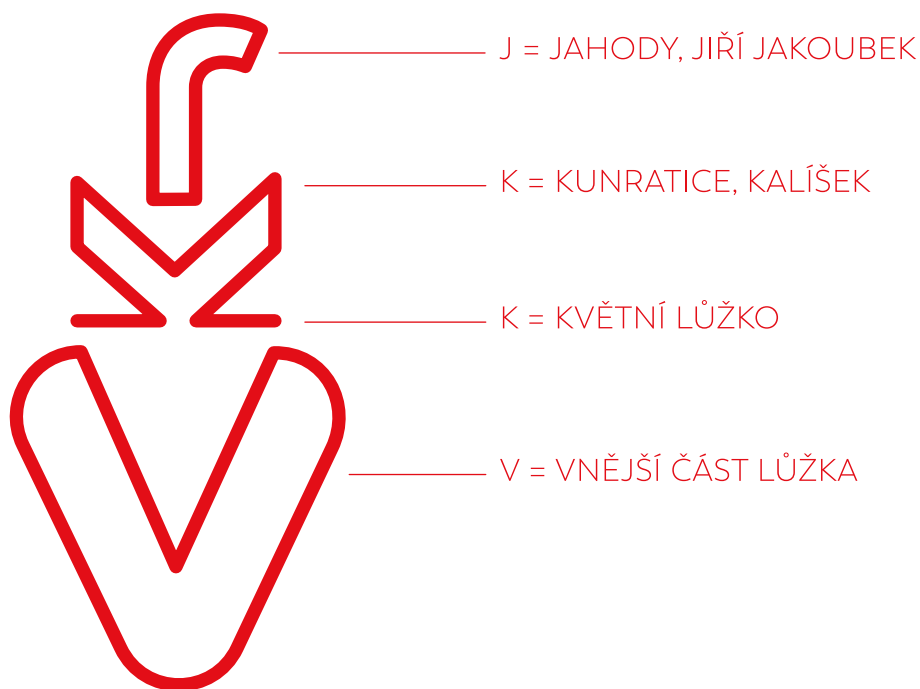
##### 1 obrazová příloha: stánek kunratických jahod



2 obrazová příloha: původní logo a mapa



3 obrazová příloha: první návrhy



obdélník  
= jahodové pole



dutý obdélník  
= dvůr s jahodovým stánkem poblíž  
kunratické stodoly



jahoda



dužina jahody  
= písmeno J  
= jahoda  
= Jakoubek



kunratické  
jahody





kunratické jahody  
*kunratické jahody*  
**kunratické jahody**  
*kunratické jahody*  
**kunratické jahody**  
*kunratické jahody*

**j**



kunratické  
jahody

