

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

**Bakalářská práce**

**MULTIMEDIÁLNÍ PROJEKT**

PODPORA PUBLIC RELATIONS  
VÝSTAVY DOMU DĚTÍ A MLÁDEŽE  
„KŘÍŽEM, KRÁŽEM, MĚSTEM, PŘÍRODOU..“

**Lucie Němcová**

**Plzeň 2014**

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

**Katedra výtvarného umění**

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Multimediální design

Specializace Multimédia

**Bakalářská práce**

**MULTIMEDIÁLNÍ PROJEKT**

PODPORA PUBLIC RELATIONS  
VÝSTAVY DOMU DĚTÍ A MLÁDEŽE  
„KŘÍŽEM, KRÁŽEM, MĚSTEM, PŘÍRODOU..“

**Lucie Němcová**

Vedoucí práce: MgA. Jan Morávek  
Katedra výtvarného umění  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2014**

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2014

.....  
podpis autora

Děkuji MgA. Janu Morávkovi a MgA. Lukáši Kellerovi za odborné vedení a podnětné rady při tvorbě celého projektu. Dále bych ráda poděkovala mému příteli, naprogramoval webovou stránku, která by bez jeho pomoci nikdy nevznikla. Mé poděkování patří i mé matce za korekturu textové části mé bakalářské práce. A na závěr děkuji vedení Domu dětí a mládeže Prahy 6, za vložení důvěry do mé práce, která díky tomu byla využita v praxi.

## OBSAH

1.	MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE .....	1
2.	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY .....	3
3.	CÍL PRÁCE .....	5
4.	PROCES PŘÍPRAVY .....	8
5.	PROCES TVORBY .....	10
6.	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....	15
7.	POPIS DÍLA.....	17
8.	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR .....	18
9.	SILNÉ STRÁNKY .....	19
10.	SLABÉ STRÁNKY .....	20
11.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	21
	A) Knižní a periodická literatura .....	21
	B) Internetové zdroje .....	22
12.	RESUMÉ .....	23
13.	SEZNAM PŘÍLOH .....	24

## 1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Již od mých 15 let jsem začala s brigádami, a to tam, kde si myslím, že moje činnost opravdu pomáhá dobré věci. Jedno z míst je nezisková organizace „Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovy“, která si klade za cíl zprostředkovat informace široké veřejnosti v otázkách plánování rodiny a sexuální výchovy. Právě prevence, tedy poskytnutí informací a znalostí je v tomto oboru velmi důležitá. Časem se moje pomoc, díky vzdělávání v oblasti umění a designu, transformovala z obyčejné manuální a administrativní práce na práci v oblasti počítačové grafiky. Ukázky mé práce pro SPRSV<sup>1</sup> najdete v **příloze 1**. Podobně tomu bylo i v případě Domu dětí a mládeže Praha 6, o tom píší více v kapitole 2.

Obor specializace multimédia jsem si vybrala právě pro široké rozpětí uměleckých počinů, které v sobě může obsáhnout. Pokud slovo obor personifikuji, je to vlastně takový renesanční člověk.

Použití více médií mi dává široký prostor, v kterém se mohu orientovat. Média, jakými jsou fotka a různé druh grafické práce, mi byla vždycky blízka. Rozšíření mého obzoru přišlo s příchodem na vysokou školu, kdy jsem se blíže seznámila s tvorbou videa. Pohyblivý obraz přidává nový rozměr, skrze který se mohu projevat.

Moje první klauzurní zkouška, na téma fascinace látkou bylo krátké video, kde jsem se snažila vylíčit krásu a estetiku mýdlové bubliny, kterou jsem nejen já fascinovaná. Video je k vidění na mém internetovém portfoliu.<sup>2</sup> Zde přikládám alespoň fotografie. Viz **příloha 2**. Byla to jedna z mých prvotních zkušeností se zpracováním videa, kdy jsem si prošla celým procesem. Od počátku, kdy jsem musela vymyslet námět, přes

---

<sup>1</sup> Zkratka pro Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovu

<sup>2</sup> [www.eyculk0.wix.com/eyculka](http://www.eyculk0.wix.com/eyculka)

storyboard, natáčení, a následné stříhání a úpravy videa, včetně zvuku. Tyto zkušenostmi nabyté dovednosti jsem si během studia průběžně důkladněji osvojovala a nyní jsem je použila i ve své bakalářské práci.

Ráda bych se také zmínila o mé zkušenosti na letním Art campu, kde jsem se účastnila kurzu: „Grafický design a plakát“, který vedl zkušený grafik a pedagog pan doc. akad. mal. František Štěkr. Díky konzultaci s ním jsem vytvořila plakát na téma „Vynález lodního šroubu“ viz **příloha 3**. Týdenní práce mě mnohému přiučila a nově nabyté znalosti v oblasti grafického designu jsem mohla využít při tvorbě mé bakalářské práce.

## 2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

K mému výběru přispělo hned několik faktorů, které zde postupně zmíním. Jak jsem již psala v úvodu práce, obor co studuji, je mi blízky právě pro svou variabilitu a širokou paletu médií, která mohu použít. Právě proto jsem zvolila téma multimediální projekt.

Mám mnoholeté zkušenosti s Domem dětí mládeže Praha 6. Jedná se o středisko volného času zařazené do rejstříku škol. „Jejich posláním je naplňovat rekreační a výchovně-vzdělávací funkci širokou zájmovou působností.“<sup>3</sup> Jako dítě jsem navštěvovala různé zájmové kroužky, převážně a nejraději ty umělecké jako například keramiku a výtvarku. Účastnila jsem se cyklistických, lyžařských a výtvarných táborů, později jako praktikant a posléze jako vedoucí. Zároveň jsem vedla pár výtvarných dílen a pomáhala na nesčetných doprovodných akcích.

David Airey ve své knize Logo píše: „Nejdříve je potřeba, abyste se seznámili s klientem.“<sup>4</sup> Dle jeho tvrzení, s kterým se ztotožňuji, je opravdu důležité získat potřebné informace a pochopit, čím se klient zabývá a co je náplní jeho práce. Z tohoto hlediska jsem již plně připravena.

Moje spolupráce v oboru počítačové grafiky s Domem dětí a mládeže Praha 6 začala již před pár lety, kdy jsem byla požádána o návrh grafického zpracování tiskovin pro festival žonglování a volnočasových aktivit s názvem „Žonglpárty“. Viz **příloha 4**. Moje první zkušenost s prací pro DDM<sup>5</sup> proběhla k uspokojení všech a zároveň pro mě byla velmi obohacující a to i z důvodu uskutečněné praxe v mém oboru.

---

<sup>3</sup> PÁVKOVÁ, J. a kol., *Pedagogika volného času: Teorie, praxe a perspektivy mimoškolní výchovy a zařízení volného času*. 1.vyd. Praha: Portál, 1999, str. 127

<sup>4</sup> AIREY, D. *Logo: nápad-návrh-realizace*. 1. vyd. Brno: Computer Press, str. 54

<sup>5</sup> Zkratka pro Dům dětí a mládeže



A proto jsem přišla s nápadem zaměřit se na propagaci výstavy, kterou DDM pořádá každoročně na konci školního roku a celkově tak pomoci budovat DDM i dobré public relations.

Samozřejmě se nejedná o jedinou událost, konající se v DDM, která by si zasloužila větší zviditelnění pro veřejnost. Záměrně jsem vybrala výstavu prací výtvarných, keramických a fotografických kroužků, tedy obor, který je mi jako umělci blízký.

V neposlední řadě výběr tématu souvisí s kurzem celoživotního vzdělávání Arts Management, který pořádá naše škola ve spolupráci s projektem Plzeň 2015, Evropské hlavní město kultury. Vybrala jsem si modul Komunikace a PR v oblasti kultury. Lektorkou je novinářka, moderátorka a lektorka vzdělávacích kurzů Bára Procházková. Myslím, že díky jejímu vedení je moje nadšení pro tento obor zvyšováno s každou další hodinou kurzu. Téma mé bakalářské práce mi dává příležitost si mé nově nabyté dovednosti vyzkoušet přímo v praxi.

### **3 CÍL PRÁCE**

#### **3.1 VYUŽITÍ V PRAXI**

Nejsem zastáncem imaginárních projektů. Věcí, které jsou ve fázi návrhu, ale k další fázi realizace s největší pravděpodobností nikdy nedojde. Ztrácím pak motivaci a energii, když vím, že to na čem pracuji, je vlastně „jen jako“. Ano chápu, je dobré si různé věci vyzkoušet navrhnout, i když zrovna nemáme reálnou zakázku. Myslím, že ale nebudu lhát, když řeknu, že každý autor, tedy i já, toužíme po tom, aby naše dílo bylo opravdu použito v praxi. Tím jsme sice jako autoři vystaveni mnohem větší zátěži, najednou je tu spousta dalších faktorů, které se nám dostávají do hry. A to je ale pro naše další vzdělávání a zkušenosti velmi přínosné. Zvláště když vidíme reálné reakce na naše dílo. Svou roli zde hraje vzájemná komunikace nejen mezi autorem a klientem, ale také s veřejností, která může být nejkrutější. Většina lidí totiž reaguje spontánně a to je pro nás směrodatné.

#### **3.2 PUBLIC RELATIONS**

PR. Dvě písmena, co v sobě tolik ukrývají. V nezkrácené verzi tedy public relations. Toto slovní spojení je používané po celém světě, i u nás, překlad zní vztahy s veřejností. Ale vysvětlit někomu co to PR jsou, to není úplně snadné. Začnu tedy s definicí. Těch je ale napříč historií i světem početné množství. V knize s příhodným názvem Public relations, je uveřejněno pár z těchto definic a já jsem vybrala rovnou dvě. První z nich zde předkládám nejen kvůli důležitosti, kterou nabývá právě její mezinárodní uznání, ale také proto, že je zde zmíněno slovo umění a já se s tímto názorem ztotožňuji. PR přinejmenším obsahuje umění, jako nástroj

pro komunikaci. „*Public relations jsou uměním a společenskou vědou, která analyzuje trendy, předvídá jejich následky, radí vedoucím představitelům organizací a realizuje programy, které slouží jak zájmům organizace, tak zájmům veřejnosti.*“ Tato definice World Assembly of Public Relations byla schválena národními organizacemi 34 zúčastněných zemí a je to zřejmě nejvýznamnější mezinárodní konsenzus, k němuž v tomto oboru došlo.<sup>6</sup> Druhá definice je neméně důležitá, ale myslím, vstřícnější pro pochopení a to i díky poznámce autora, která je dle mého názoru nutná, vzhledem k tomu, že definice je překládána z Anglického jazyka. „V roce 1987 přišel britský Institute of Public Relations (IPR) s definicí: „PR praxe představuje plánovitou, soustavnou činnost směřující k založení a udržování vzájemného porozumění mezi organizací a jejími veřejnostmi [Cílovými skupinami – pozn. autora].“<sup>7</sup> Myslím, že to přesně sedí na mojí konkrétní situaci. Naplánovala jsem, jakými možnými způsoby budu soustavně vyvíjet činnost, která podporuje organizaci, tedy DDM a především výstavu. Zaměřím se na komunikaci s veřejností, hlavně tedy dětmi, jejich rodiči a popřípadě sourozenci. Komunikace je vytvářena celým souborem médií, například letáků, internetových stránek, videem, sociální sítí a dalším. O tom více v dalších kapitolách. Cílem je dosáhnout dobrých PR, které budou mít pozitivní vliv nejen na samotnou výstavu ale i DDM.

Protože z vlastní zkušenosti vím, že PR bývají podceňovány, ba dokonce se někdy vůbec neberou v potaz. Je velmi těžké argumentovat pro zavedení něčeho nového, zvláště u vedení, které může být starší věkové kategorie. Je však důležité se zaměřit i na moderní technologie,

---

<sup>6</sup> KOPECKÝ, L. *Public relations: Dějiny-teorie-praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, str 22

<sup>7</sup> KOPECKÝ, L. *Public relations: Dějiny-teorie-praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, str 23

které umožňují mnohé věci a investovat je třeba pouze čas a učení se. Například co se týče sociálních médií, kde do určité míry nemusíte financovat nic. Jsou krásným příkladem vzájemné komunikace mezi organizací a veřejností, tedy lidmi, kteří sledují vaše příspěvky, komentují je, a když se jim daná věc líbí, dokonce mohou danou věc sdílením doporučit dále. Důležité je však soustavně vyvíjet činnost, jak už víme z definice o PR.

A proto dalším mým nemalým cílem je, aby moje práce pomohla jako jeden z příkladů při přesvědčování vedení menších organizací, že public relations jsou důležité, je třeba se jim věnovat, rozvíjet a podporovat, a to zejména finančně. Nalezení příslušného dílu v rozpočtu pro PR a vše s tím spojené se vyplatí. Pokud bude práce na rozvoji PR dělaná kvalitně, na zacílenou skupinu a s použitím moderních médií, povědomí o organizaci bude širší a zároveň pozitivní.

#### 4. PROCES PŘÍPRAVY

Příprava je velmi důležitá a není radno ji podcenit. Na druhou stranu, nelze se připravit na všechno. A umění improvizace je neméně důležité.

Do procesu přípravy bych zahrnula mé vzdělávání v rámci kurzu Arts managementu, kde se učím o komunikaci a PR. Uvedu konkrétní příklad. Jedno z probíraných témat bylo psaní tiskových zpráv. Řídila jsem se dle návodů, které nám přednášející dala. Ona sama je novinářkou, má praxi v oboru, a proto si jejích rad cením. Proto mnou psaná tisková zpráva (viz **příloha 5**) má řádný titulek, za ním následuje perex, tedy krátký úvod, ve kterém jsou shrnuté důležité informace. Vysvětlila jsem bez použití odborných výrazů čeho se moje tisková zpráva týká. Zároveň jsem zahrnula zajímavost, tou je fotografická soutěž, ta diváka upoutá, sám se totiž může zapojit a soutěžit. K důvěryhodnosti a zároveň živosti přispívá citace vážené osoby, v tomto případě ředitele. K tiskové zprávě jsem samozřejmě přidala i fotografie, kdy jsem uvedla, že jsou zdarma pro zveřejnění v médiích. Tato tisková zpráva byla zaslaná do regionálních časopisů Šestky a Řepské sedmnáctky. Tím cílíme na konkrétní oblast v blízkosti DDM.

A tím se dostávám k další důležité části přípravy. Jako jednu z prvních věcí, kterou je při propagaci třeba udělat, je zjistit a určit, kdo je moje cílová skupina, koho konkrétně chci zaujmout. V mém případě jsou jimi hlavně děti a mládež. Nesmím však zapomenout na jejich rodiče, protože v období do dospělosti děti hrají významnou roli.

Své místo by v řádné přípravě mělo mít i zaměření se na technickou organizaci věci. Začala jsem domluvením schůzky s vedením estetického oddělení DDM, které zajišťuje organizaci a přípravu výstavy. Téma výstavy

již bylo určené, ale ve většině dalších věcí jsem měla volnou ruku. Protože se jedná o akci s několikaletou tradicí, tak se ode mě samozřejmě očekávali některé zavedené standardy z let minulých, jako například plakát, pozvánka a leták. Nicméně jsem představila mé plány ohledně dalších možností propagace jako například promotion video. A setkala jsem se s pozitivním přijetím. Dostala jsem také povolení natáčet jednotlivé výtvarné, keramické a další kroužky. Vedení DDM předem informovalo lektory o mé plánované přítomnosti v hodinách. A tak nezbývalo než se pustit do samotné tvorby práce.

## 5. PROCES TVORBY

### 5.1 GRAFIKA

Při hledání námětu na celou koncepci díla jsem klíčovou inspiraci získala při natáčení videomateriálu na hodině výtvarného ateliéru 2. Kroužek je určen pro mladší žáky 6-12 let. Lektorkou je Bc. Veronika Marešová, nyní studující v Brně na pedagogické fakultě Masarykovy univerzity magisterský obor. Velmi mne zaujal její nápad kreativní a přitom velice jednoduché techniky, kterou zvládnou i malé děti. Vezmete kuličku, kterou namočíte do barvy a pak položíte na čtvrtku, kde její pohyb kreslí stopu. Díla dětí a hlavně proces tvorby samotné mě natolik uchvátil, že jsem se rozhodla vystavět na něm nejen vizuální ale i symbolický styl práce.

Začala jsem pěkně od začátku, tedy návrhem loga, protože to je potřeba v každém dalším výstupu. Věděla jsem, že logo výstavy bude nejdnou umístěno vedle loga Domu dětí a mládeže Prahy 6 a proto by mělo z něho vycházet. Protože i výstava samotná je akcí pořádanou DDM. Jednotícím prvkem jsem určila obrys čtverce. Vše do sebe krásně zapadá i díky fontu, který jsem zvolila záměrně. Wosk Blur CE přesně kopíruje moji koncepci s kuličkou. Jako kdyby její stopy tvořily jednotlivá písmena. Výhodou písma je, že obsahuje i české znaky. Ale bohužel s jeho čitelností jsem nebyla spokojena. Proto došlo na úpravy. Viz **příloha 6**. Největším problémem jsem nejen já shledala tvar písmene s. Přetvořila jsem dané písmeno tak, aby jeho čitelnost nečinila problém. Přerušenou linku jsem spojila, dodělala jsem tak chybějící hřbet písmene. To se však mému estetickému a typografickému cítění nezdálo jako správná volba. Jelikož tak šíře znaku byla moc velká a zároveň písmeno působilo, jako že se

podivně kroutí, bylo tak v nesouladu s ostatními znaky. Zúžila jsem tedy jeho rozložení a tomu přizpůsobila tvar. Vycházela jsem u toho z ostatních znaků. Například jsem zkopírovala dolní dotažnici písmene ypsilon. Tento tvar můžeme najít obsažený i u některých dalších znaků. S výsledkem jsme spokojená, styl písma byl zachován a písmeno mezi ostatními nevyčnívá.

Logo jsem samozřejmě použila na všech dalších propagačních materiálech. Například na plakátu, diplomu, letáčích a pozvánce. O té bych se chtěla rozepsat více. Návrh první pozvánky samozřejmě také vychází z konceptu kuličky. Pozadí jsem vytvořila stejnou již zmíněnou technikou, kdy kulička nechává na papíře barevné stopy. Výsledné obrazy jsem nafotila a ořezem pak použila v pozvánce. Podoba a styl pozvánky se zákazníkovi líbil. Ale byla jsem upozorněna, že pozvánek je třeba více druhů, podle toho, pro koho je pozvánka určena. Tím jsme zase zpátky u cílové skupiny. Předpokládala jsem, jak už jsem zmínila v mé práci, že mojí cílovou skupinou budou děti a jejich rodiče. Pro ně je například informace vstup zdarma jednou z klíčových věcí. Ale pokud pozvánku zasíláme VIP hostům, například na magistrát hlavního města Prahy (hl. m. Praha je zřizovatelem DDM), je tato informace poněkud nadbytečná a určitě není vhodná. Proto jsem vytvořila další variantu, která obsahuje mnohem více informací. Je tedy v jakémsi kontrastu oproti původnímu návrhu, který je čistý a hravý bez zbytečného zatěžkávacího textu. Viz **příloha 7**. Bez použití mé práce v praxi bych nikdy nedošla k těmto závěrům. Dané poznatky mě v mnohém poučily pro příště.

## 5.2 VIDEO

Natáčení materiálu pro výsledná videa probíhalo na jednotlivých hodinách kroužků domu dětí a mládeže. Vzhledem k tomu, že vedení DDM předem informovalo lektory o mé plánované přítomnosti v hodinách,



probíhalo vše z organizačního hlediska v pořádku. Lektoři byly ochotní a neměli s natáčením nejmenší problém. Spolupráce s dětmi byla v některých ohledech poněkud složitější. V přítomnosti kamery reagovaly různě, někdo se styděl, jiné děti se zase předváděly. Nedomnívám se však, že by to bylo k neprospěchu věci.

Velmi si cením času, který mi věnoval ředitel DDM pan Mgr. Petr Ryneš. Natočila jsem s ním video rozhovor. Otázky jsem měla připravené předem a jsem za to ráda, ale přiznávám se, že jsem podcenila průzkum místa, vhodného pro natáčení. Prostor v kanceláři se mi zdál moc strohý. Jiným volným místem k dispozici byla chodba, která se mi zdála optimální svojí barevností a vystavenými obrázky, která se hodí k tématu výstavy dětí a mládeže. Ale světelné a zvukové podmínky nebyly ideální, jak jsem zjistila až při zpracování videa.

### **5.3 DALŠÍ FORMY PROPAGACE**

„To, co vizionář Marshall Mc Luhan nazval v roce 1970 Global Villagem se stalo skutečností. (...) Představa širokého, vzájemného síťového propojení rychlým, stálým, bezprostředním pohybem informací ve stejnou dobu, v reálném čase dostala v podobě internetu konkrétní tvar.“<sup>8</sup>

Nové technologie přinesly nejen v oblasti PR nové nástroje širokého využití, které přispěly k dnešní komunikační explozi. Většina lidí je stále on line, na mobilu, tabletu nebo notebooku, a to kdekoli a kdykoli.

Zásadním nástrojem pro PR se staly sociální sítě díky jejich stěžejnímu rysu, kdy obsah z určité části vytváří sami uživatelé prostřednictvím vzájemné komunikace. „Mezi nejznámější sociální sítě patří Facebook jako platforma pro vytváření osobních, firemních

---

<sup>8</sup> KOPECKÝ, L. *Public relations: Dějiny-teorie-praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, str 201

a skupinových profilů, propojování přátel a zájmových skupin, která slouží také jako server pro internetová fóra a pro ukládání a sdílení médií. Počtem předplatitelů, jenž v roce 2012 dosáhl jedné miliardy, bývá s nadsázkou označován za třetí nejlidnatější zemi světa.<sup>9</sup> Facebook využívá opravdu velké množství lidí, převážně mladší generace, která je především mojí cílovou skupinou. Oficiálně sice může mít profil na Facebooku pouze osoba starší 13 let. Ale má zkušenost je, že pravidla jsou od toho, aby se porušovala. Navíc Facebook stránka, kterou jsem založila, není zdaleka jediná forma propagace výstavy. Vytvořila jsem například i kanál na youtube, kam jsem vložila krátké minutové promovideo i delší dokumentární video, které ukazuje takzvané „zákulisí“ výstavy. Zde můžeme vidět zástupce výtvarných, keramických a fotografických kroužků při tvorbě prací, které se mohou objevit na samotné výstavě.

Jak jsem psala v kapitole 3.2, v případě PR je důležitá soustavná činnost. Právě v případě Facebookové stránky to platí dvojnásob. Je třeba se stránce věnovat. Přidávat nové zajímavé příspěvky, fotky a jakékoli novinky či dokonce soutěže. Po každé když umístíte na svou stránku nový příspěvek, objeví se takzvaných stěnách uživatelů (na základní, výchozí stránce – pozn. aut.) a pokud uživatel na tento příspěvek nějakým způsobem reaguje, úplně stačí, když klikne na tlačítko "to se mi líbí". Daný příspěvek s jeho reakcí se rázem objeví na stěnách jeho přátel, kteří tohoto uživatele sledují. Tento proces šíření se nazývá dosah. Je vlastně taková komunikace, vedená mezi správcem stránky a širokou veřejností, uživateli Facebooku. Velikou výhodou je možnost zobrazení přehledu statistiky vaší stránky. Mohla jsem tak zjistit, že dosah mého příspěvku se

---

<sup>9</sup> KOPECKÝ, L. *Public relations: Dějiny-teorie-praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, str 206

vyšplhal na 486 uživatelů. Viz **příloha 8**. Což je, myslím, úctyhodný výsledek a zároveň důkaz, že toto bezplatné médium se vyplatí využít.

Jakousi nadstavbou propagace samotné je takzvaná guerilla. „Guerillový marketing je nekonvenční forma propagace s cílem vzbuzení maximálního zájmu za použití omezeného rozpočtu.“<sup>10</sup> V případě propagace výstavy jsem vymyslela webovou aplikaci jako prostředek fotografické soutěže, jejíž výherce, autor nejhezčí fotky, bude vyhlášen na vernisáži výstavy. Každý soutěžící vyfotí jakoukoli fotku kuličky, která je symbolem výstavy a kutálí se pomyslně světem. Neboli, jak zní téma výstavy: „Křížem, krážem, městem přírodou..“ Tuto fotku nahraje pomocí chytrého telefonu, tabletu či počítače na webovou stránku [www.cestakulicky.cz](http://www.cestakulicky.cz). Aplikace zobrazí a označí pozici na mapě, kde se daná osoba nachází. Toto místo je pomocí barevné linky spojeno s místem, které označil někdo předchozí. Vytvoří se tak stopa, kterou za sebou imaginárně kutálející kulička zanechává. Viz **příloha 9**. Informace o probíhající soutěži jsou propagovány na facebookové stránce a hlavně v samotném DDM. Plakát s instrukcemi, který jsem vytvořila, je vyvěšen na nástěnkách v DDM, jedna je i na nejbližší zastávce tramvaje a další své plochy má DDM na dalších místech Prahy 6 a 17 v dojezdové vzdálenosti. Zároveň lektoři všech výtvarných, keramických a fotografických kroužků informovali děti a mládež ve svých hodinách o fotografické soutěži a při té příležitosti rozdávali samolepky s motivem kuličky a kontaktem na webovou aplikaci a facebookové stránky. Viz **příloha 10**.

---

<sup>10</sup> [http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD\\_marketing](http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD_marketing)

## 6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Moje práce se skládala z několika jednotlivých komponentů, které spojoval symbolický a vizuální styl. Pro vytvoření a úpravu všech těchto částí jsem využila hned několik programů Adobe creative suite 6.

Pro vytvoření loga a úpravu fontu, konkrétně písma „s“, o kterém píše v předchozí kapitole, jsem použila program Adobe Illustrator CS6, v kterém se pracuje s vektorovou grafikou. Další ze sady creative suite je asi nejnámější Adobe Photoshop CS6, ve kterém jsem upravovala fotografie. Adobe InDesign CS6 je software určený pro sazbu. Spolupracuje s již zmíněnými dvěma programy. V něm jsem vytvořila letáky a další dokumenty.

Adobe Premiere Pro CS6 program sloužící pro zpracování videa včetně zvuku. Natočené videomateriály jsem zde nelineárně sestříhala a za použití efektů jakými jsou color balance, Brighness and contrast a dalších, jsem video upravila. Dále jsem vložila hudbu a provedla zvukové korekce. Adobe Premiere Pro je provázán v rámci sady CS6 s dalším software pro náročnější efektové úpravy Adobe After Effect. Kde jsem využitím efektu Stroke vytvořila krátkou animaci kuličky, která odkryje text s titulkem. Také jsem v programu vytvořila závěrečné titulky, umístěním několika souborů ve formátu png, včetně loga DDM a výstavy. Díky propojení obou programů jsem si mohla danou sekvenci otevřít v After Effect, aniž bych ji musela předem exportovat z Adobe Premiere Pro, to mi velice ušetřilo čas a také zachovalo kvalitu videa, která by se při dvojitým exportu mohla snížit.

Veškeré video a foto materiály byly natáčeny na digitální fotoaparát Canon EOS 600D, který je schopný zachytit videozáznam ve full HD kvalitě 1920x1080 pixelů. Obrazový snímač přístroje CMOS s 18 megapixely.

Výsledné video je vyexportované v kodeku MPEG 4, který je kompatibilní s operačními systémy Windows a Mac.

Vytvoření webové stránky, včetně aplikace, kterou obsahuje, jsem svěřila do rukou odborníka. V tomhle případě jsem se stala pouze zadavatelem, korigovala jsem úpravy a navrhla design. Stránka umožňuje zjišťovat polohu uživatele, ukládat získaná data (fotografie, jméno a pozici uživatele) do databáze, vypisovat tyto uložená data na Google mapě včetně propojování bodů mezi sebou pomocí barevných linek, jejíž barvu si uživatel zvolí sám na barevné paletě. Kromě standardních funkcí je kladen důraz na mobilní zobrazení. Uživatel tak může bez sebemenších problémů vše vyřídit přes svůj chytrý mobilní telefon, pořídit fotografii, nahrát a uložit na webovou stránku. Vyžadováno je mobilní připojení a zapnutí GPS, které si aplikace sama vyžádá upozorněním. Moje požadavky byly v rámci možností splněny a jsem s výsledkem spokojená.

## 7. POPIS DÍLA

Moje bakalářská práce se zabývá public relations Domu dětí a mládeže Prahy 6, zejména podporou propagace výstavy, jejíž téma zní: „Křížem, Krážem, Městem, přírodou..“ Své práce zde prezentují děti a mládež výtvarných, keramických a fotografických kroužků DDM.

V mém multimediálním projektu jsem využila více médií, tedy nástrojů, jako forem propagace, které dohromady utváří pevný celek. Zachovám jednotvárný vizuální styl, tímto propojujícím prvkem a zároveň symbolem je kulička. Ta se objevuje v jednoduché výtvarné technice, kdy kuličku namočíte do barvy a pak na čtvrtku, kde její pohyb kreslí stopu. Touto technikou tvořily děti z výtvarného ateliéru své práce. Jejich díla a hlavně proces tvorby samotné mě natolik uchvátily, že jsem se rozhodla vystavět na něm nejen vizuální ale i symbolický styl práce.

Celá práce se skládá z několika částí, které dohromady vytváří podporu pro dobré PR. V přechodím kapitolách rozebírám jednotlivé komponenty zvlášť. Jedná se o logo akce, tiskoviny – pozvánky, plakát, plakát s instrukcemi o soutěži, diplom a samolepky. Dále potom fotografie, video – promo a dokument. Facebookové stránky obsahují ve formě příspěvků většinu zmíněných prací, které jsem vytvořila. V neposlední řadě je další formou propagace webová aplikaci, která je nástrojem pro fotografickou soutěž, jejíž výherce bude vyhlášen na vernisáži výstavy.

Člověk je tvor soutěživý a to zejména děti, které jsou mojí hlavní cílovou skupinou. Účastněním na soutěži, probíhá komunikace mezi DDM a soutěžícími. To podporuje dobré PR celé soutěže, protože jak píšete ve své práci, PR je hlavně o komunikaci.

## 8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Největší přínos vidím v propojení teorie a praxe. Využitím mé bakalářské práce v praxi přineslo výhody na obou stranách. Zařízení DDM konstatovalo, že spolupráce se studenty je pro ně velice finančně výhodná. Přínosem pro mě jsou získané zkušenosti. Praxe v oboru je velice žádoucí při ucházení o pracovní místo. Díky reálné zakázce jsem se v průběhu práce musela potýkat s vyvstalými problémy, jako například více druhů pozvánek, o kterých se zmiňuji výše. Tyto problémy by bez použití mé práce v praxi nenastaly.

Ráda bych také poukázala na to, že moje práce je opravdu multimediálním projektem. Díky znalostem a dovednostem, které jsem během studia oboru multimédia získala, jsem tak mohla pro svůj cíl propagace výstavy využít multi-media, v překladu více nástrojů.

Myslím, že moje práce je důkazem, že PR má smysl, a to i tam, kde nejsou k dispozici velké finanční prostředky. Nové formy nástrojů, jakými jsou sociální média, například Facebook, nám dává širokou možnost využití v propagaci a to i za téměř nulové náklady, stejně jako jsem to udělala já.

Při natáčení video materiálu jsem také šířila povědomí o Fakultě designu a umění Ladislava Sutnara a o studiu a obsahu mého oboru mezi dětmi a mládeží vzdělávajících se v uměleckých oborech, tedy budoucími potencionálními studenty fakulty.

Dále jsem objevila, že domy dětí mládeže jsou prostředím, kde se studenti mohou realizovat během své praxe v oboru a vedení tyto praxe vítá a podporuje, a to nejen v DDM Praha 6, jak mne upozornil jeho ředitel.

## 9. SILNÉ STRÁNKY

Za silné stránky mojí bakalářské práce považuji celkový jednotný vizuální a symbolický styl. Koncepce celého díla je navázána na symbol kuličky, která po sobě zanechává barevnou stopu. Vychází tak z názvu výstavy. Kulička se kutálí křížem, krážem, městem, přírodou..

Silnou stránku mé práce vidím také v jejím využití v praxi. Myslím, že opravdu velmi dobře funguje v podpoře public relations výstavy a celého Domu Děti a Mládeže Prahy 6. Jako důkaz bych uvedla, již zmíněný, příspěvek s promo videem výstavy na její facebookové stránce, který během 24 hodin překonal dosah 400 lidí.



## 10. SLABÉ STRÁNKY

Mezi slabé stránky mojí práce bych zařadila nedostatečnou kvalitu některých záběrů. Je však nutné zdůraznit, že se jedná především o dokumentární záběry, kdy jsem to takzvaně musela dát na první dobrou. Neměla jsme k dispozici tolik prostředků, abych mohla zajistit potřebné svícení a například zvukaře. Ale myslím, že se mi podařilo vše zvládnout a konečný výsledek je přinejmenším obstojný.

Nízký finanční rozpočet DDM na propagaci výstavy bych uvedla jako další ze slabých stránek. Měla jsem tak omezené možnosti. Ale našla jsem způsoby propagace, kde můžou být náklady nulové. Což na druhou stranu je nakonec možné prezentovat jako silnou stránku projektu! Například právě Facebookovou stránku výstavy, kterou jsem vytvořila a která plní svůj účel. Oficiálně smí Facebook užívat pouze osoby starší 13 let, ale mám zkušenosti, že se tyto pravidla porušují. Děti, které přesto Facebook účet nemají, nejsou nijak diskriminovány. Fotografické soutěže se mohou bez problému účastnit, k tomu slouží zmíněná webová aplikace.

Závěrem bych jako slabou stránku označila, že bakalářskou práci odevzdávám dříve, než výstava skutečně proběhne. Nemohu tedy do své práce zahrnout konečné výsledky propagace. V každém projektu je velmi důležitá následná evaluace, kdy posoudíme, co se nám povedlo a co příště udělat lépe a na co se soustředit. Tvrzení poučení z vlastních chyb je nejvíce pravdivé.

## 11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### A) Knižní a periodická literatura

1. AIREY, D. *Logo: nápad-návrh-realizace*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3151-0.
2. AMBROSE, G., HARRIS, P. *Typografie: Grafický design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2967-8.
3. DUPONT, L. *1001 reklamních tipů: Nápady a strategie z největších světových kampaní*. 1. vyd. Praha: Pragma, 2006. ISBN 978-80-7349-195-6.
4. KOČIČKA, P., BLAŽEK, F. *Praktická typografie*. Dotisk 2. vyd. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 80-7226-385-4.
5. KOPECKÝ, L. *Public relations: Dějiny-teorie-praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4229-8.
6. PÁVKOVÁ, J., HÁJEK, B., HOFBAUER, B., HRDLIČKOVÁ, V., PAVLÍKOVÁ, A. *Pedagogika volného času: Teorie, praxe a perspektivy mimoškolní výchovy a zařízení volného času*. 1. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-295-5.
7. TOMANDL, J. *Jak účinně oslovit média: Media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. 1. vyd. Brno: 2011. ISBN 978-80-251-3457-3.
8. WEINSCHENK, S. *100 věcí, které by měl každý designér vědět o lidech*. 1. vyd. Brno: Albatros Media, 2012. ISBN 978-80-251-3649-2.

## **B) Internetové zdroje**

1. Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovy. Praha 23.4.2014.  
Dostupné z: <http://www.planovanirodiny.cz/clanky/informace-o-SPRSV>
2. Dům dětí a mládeže. Praha 23.4.2014. Dostupné z: <http://ddmp6.cz>
3. Wikipedie otevřená encyklopedie. Praha 26. 3. 2014 Dostupné z:  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD\\_marketing](http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD_marketing)

## 12 RESUMÉ

I chose my bachelor's thesis because of multimedia, using all kinds of media, which together make a solid unit. I am trying to keep uniform style for all identity exhibition. Marble is the linking symbol. It is appearing in simply art technology, when you dip the marble into color and than put on paper, where its motion draws lines. Children from the art atelier make their works by this technology. It was very inspiring for me. I was really fascinated of their final works and making process and I decided to built the visual and symbolism style of my work on it.

The Social Media field is very important one these days. The big advantage is low or almost zero costs. It is the tool for communication with public. My Facebook profile was used for creating page of the exhibitions. All of my material supporting propagation of exhibition I put on the facebook page, where I added every week some new information. The other advantage of using facebook profile for propagation is, that you can see all statistics of reach, that's mean you can see definite numbers of people, who saw your page. I am really satisfied with statistics, because my promotion video reached over 400 people within 24 hours. And I think it is a very good result for propagation.

I am very proud of project photography competition. Contestant takes a photo of some marble, record it on webpage by his smartphone tablet or computer. Apparatuses can find the place and locates person on a map. This place was marked and linked with the place, which was marked by someone else before. The marble is rolling criss-cross through the map, across a city and countryside. I hope, that my bachelor's thesis could be helpful in making a good public relations for exhibitions. And I am very happy, that my work is possible to use in practise.

## **13 SEZNAM PŘÍLOH**

### **Příloha 1**

Letáky pro Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovu

### **Příloha 2**

Fotografie z klauzurní práce na téma fascinace látkou – Bublíny

### **Příloha 3**

Plakát na téma vynález lodního šroubu

### **Příloha 4**

Leták na festival žonglování a volnočasových aktivit

### **Příloha 5**

Tisková zpráva

### **Příloha 6**

Úprava fontu WoskBlurCE

### **Příloha 7**

Druhy pozvánek

### **Příloha 8**

Ukázky Facebookové stránky

### **Příloha 9**

Ukázky webové aplikace

### **Příloha 10**

CD-ROM

## Příloha 1

Letáky pro Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovu<sup>11</sup>

**Jak se HIV přenáší:**

- Nechráněný pohlavní styk (tj. bez kondomu) s HIV pozitivním člověkem
- Krevní cestou (společným užíváním injekční stříkačky...)
- Přenosem z matky na plod (v ČR jsou těhotné ženy povinně testovány)

**Jak se HIV nepřenáší:**

- Podáním ruky, polibkem
- Použitím WC, kašláním, kýčáním
- Koupáním v bazénu, bodnutím hmyzu
- Společným používáním nádobí...

**Kde získat další informace a pomoc?**

Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovu poskytuje informace o antikoncepci, o sexuálním a reprodukčním zdraví, internetové poradenství a pořádá další preventivní a osvětovou činnost včetně seminářů pro mladé lidi  
[www.planovanirodiny.cz](http://www.planovanirodiny.cz) Internetové poradenství: [SPRSV.poradna@centrum.cz](mailto:SPRSV.poradna@centrum.cz)

Česká společnost AIDS pomoc a Dům světa (sociálně zdravotní, azylové a preventivní centrum zabývající se problematikou HIV/AIDS) poskytují poradenství a bezplatné anonymní testování na HIV infekci:  
Malého 3/282, Praha 8, pondělí 16 – 19 hodin, středa 9 – 12 hodin

Bezplatná telefonní nonstop linka AIDS pomoci 800 800 980, [www.aids-pomoc.cz](http://www.aids-pomoc.cz)

Národní program boje proti AIDS, [www.aids-hiv.cz](http://www.aids-hiv.cz), Národní linka pomoci AIDS: 800 144 444

*teprve 2-3 měsíce po rizikovém chování si můžeš být jistý výsledkem testování*

**Are you ready?!?**

Máš znalosti? Víš si rady? A co předat informace dál? Myslíš si, že je potřebné diskutovat o důležitých věcech, které se týkají nás všech? Hledáme nové členy, přidej se k nám!

I dnes je třeba šířit potřebné informace a vzdělávat nejen sebe, ale i ostatní v otázkách reprodukčního a sexuálního zdraví.

Představ si ten pocit, když zjistíš, že jsi někomu správně poradil a sehrál důležitou roli v jednom z jeho mnoha životních rozhodnutí.

Naše společnost SPRSV se tímto zabývá. Jako její člen máš možnost zúčastnit se našich vzdělávacích programů, díky kterým získáš nové informace a poskytneš je lidem ve svém okolí.

Těšíme se na případnou spolupráci.

**SPRSV**  
Společnost pro plánování rodiny a sexuální výchovu  
Czech Family Planning Association  
U Topíren 2, 170 00 Praha 7  
Czech Republic  
[www.planovanirodiny.cz](http://www.planovanirodiny.cz)

Tisková zpráva Domu Děti a mládeže Prahy 6

<sup>11</sup> Letáky vlastní



## Příloha 2

Fotografie z klauzurní práce na téma fascinace látkou – Bubliny<sup>12</sup>

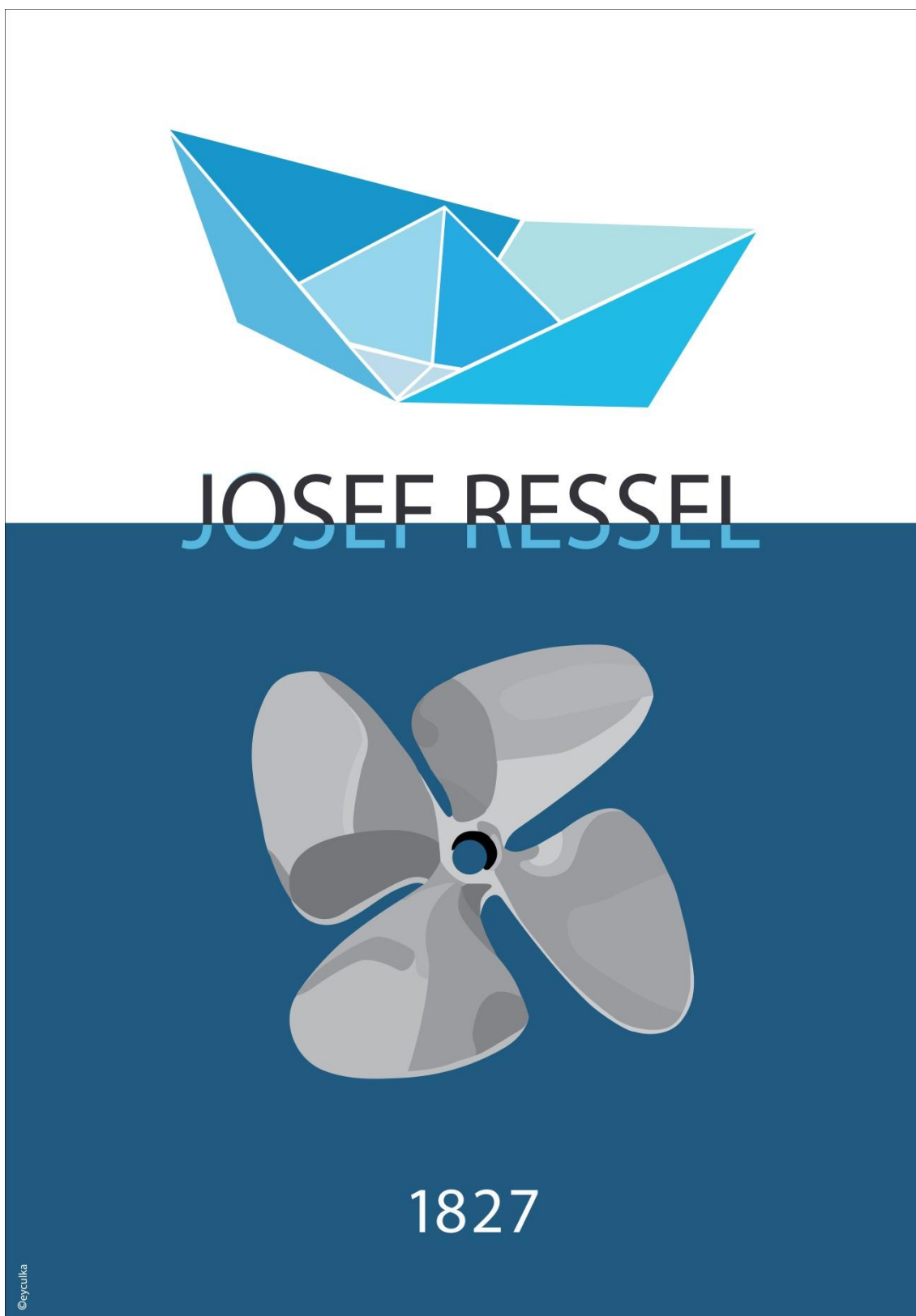


---

<sup>12</sup> foto vlastní

### Příloha 3

Plakát na téma vynález lodního šroubu<sup>13</sup>

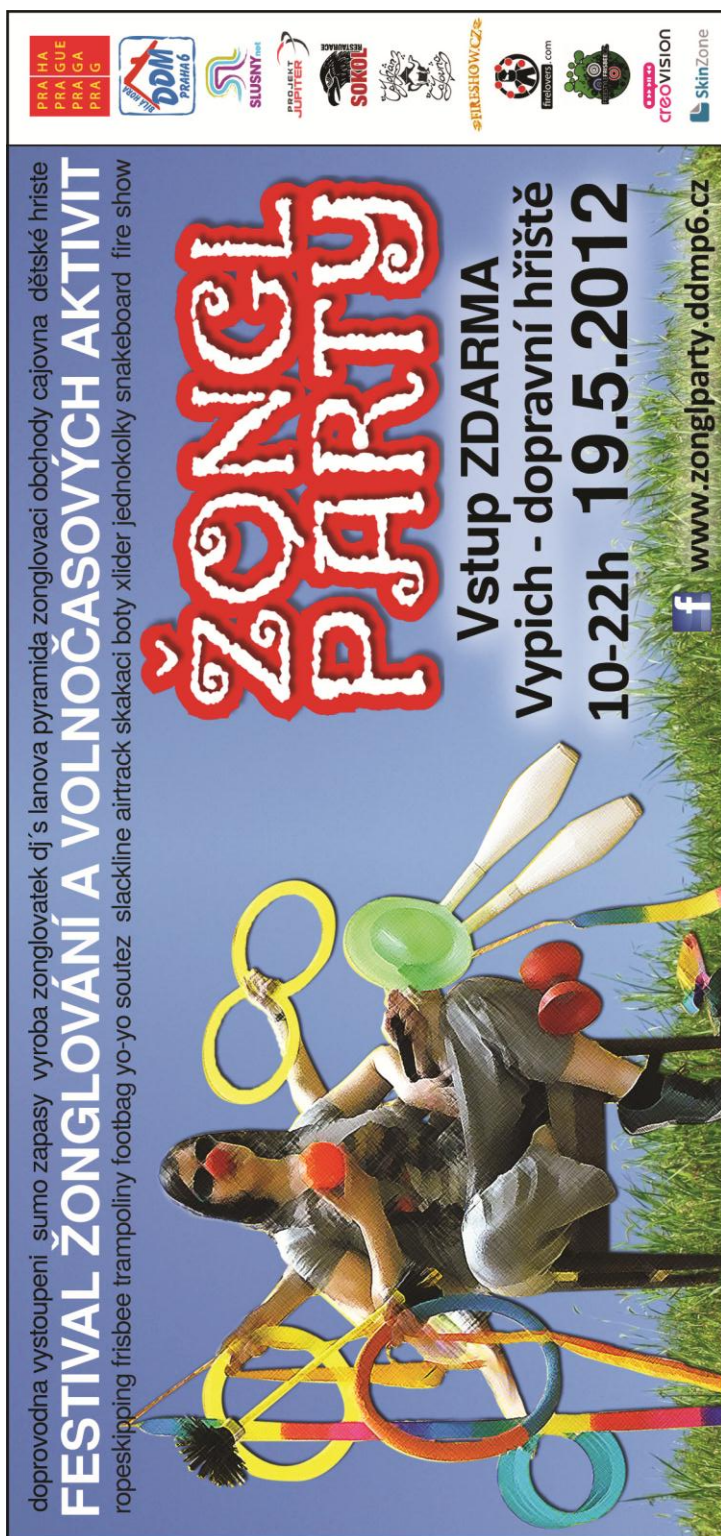


<sup>13</sup> Plakat vlastní



## Příloha 4


Leták na festival žonglování a volnočasových aktivit<sup>14</sup>



doprovodna vystoupeni sumo zapasy vyroba zonglovatek dj's lanova pyramida zonglovaci obchody cajovna dětské hřiště  
**FESTIVAL ŽONGLOVÁNÍ A VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT**  
ropeskipping frisbee trampoliny footbag yo-yo soutěž slackline airtrack skakací boty xlider jednokolky snakeboard fire show

# ŽONGL PARTY

Vstup ZDARMA  
Vypich - dopravní hřiště  
**10-22h 19.5.2012**

 [www.zonglparty.ddmp6.cz](http://www.zonglparty.ddmp6.cz)

PRAGA PRAGA PRAGA PRAGA  
DDM PRAGA  
SLUSNY  
PROJEKT JUPITER  
SONOL  
SPRISHOWCZ  
creoVision  
SkinZone

<sup>14</sup> Leták vlastní

## Příloha 5

Tisková zpráva Domu Děti a mládeže Prahy 6<sup>15</sup>

Tisková zpráva

### **Tisková zpráva Výstava pořádaná Domem Děti a mládeže Praha 6**

22.4.2013, Praha

**Ve dnech 16.-20.6 pořádá Dům Děti a mládeže Prahy 6 výstavu výtvarných prací dětí a mládeže, tentokrát na téma „Křížem, krážem, městem přírodou.“ Slavnostní vernisáž proběhne 16.6. 2014 od 18 hodin v prostorách Domu Děti a mládeže Prahy 6, U Boroviček 650/5.**

Své práce zde prezentují děti a mládež ze všech našich uměleckých kroužků - keramických, výtvarných a fotografických. Mají tak možnost se předvést nejen svým rodičům, ale také široké veřejnosti.

Výstavu doprovází soutěž o nejhezčí fotku kuličky, která se symbolicky kutálí „Křížem, krážem, městem, přírodou“ a pojí se tak s tématem výstavy. Soutěže se můžete účastnit také, stačí nahrát fotku na [www.cestakulicky.cz](http://www.cestakulicky.cz). Další informace najdete na internetových stránkách [www.ddmp6.cz](http://www.ddmp6.cz) nebo na [www.facebook.com/krizemkrazemmetetmprirodou](https://www.facebook.com/krizemkrazemmetetmprirodou).

Vyhlášení vítězů soutěže proběhne na slavnostní vernisáži 16.6. 2014 od 18 hodin v prostorách Domu Děti a mládeže Prahy 6, U Boroviček 650/5.

Přijďte se podívat, srdečně vás zve ředitel Domu Děti a mládeže Mgr. Petr Ryneš: „Výstava je určena široké veřejnosti, může přijít kdokoli, vstup je zdarma“.

---

<sup>15</sup> Text vlastní

## Příloha 6

Úprava fontu Wosk Blur CE<sup>16</sup>

ſ S

výřtava

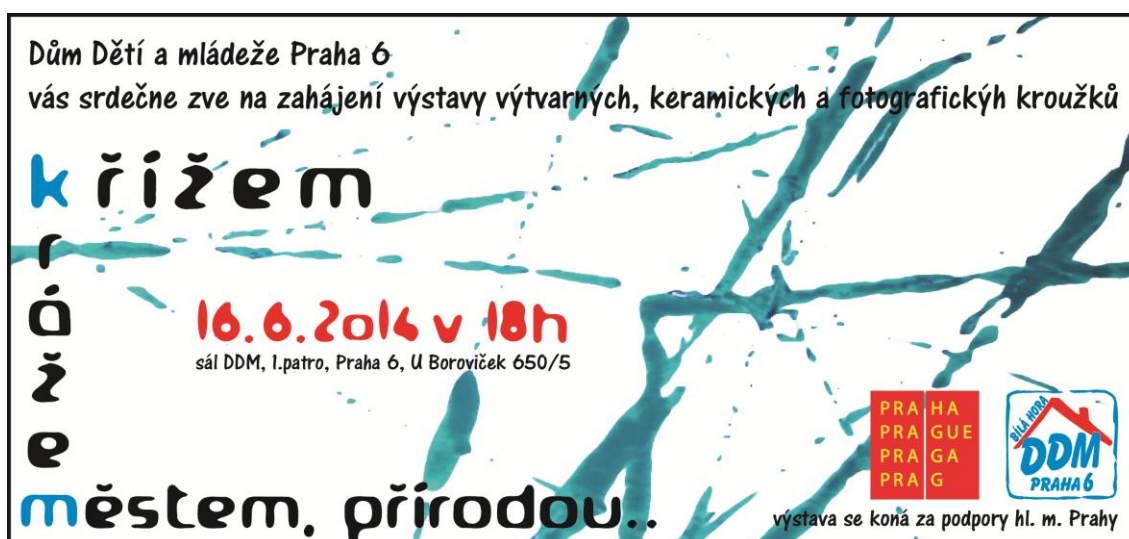
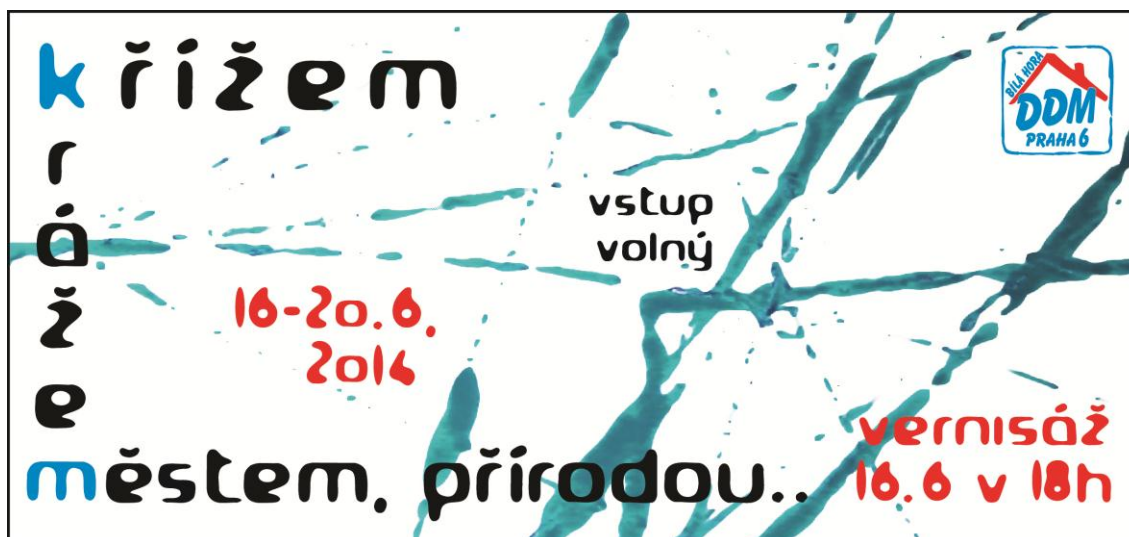
výstava

---

<sup>16</sup> Schéma vlastní

## Příloha 7

Druhy pozvánek<sup>17</sup>



<sup>17</sup> Pozvánky vlastní



## Příloha 8 Ukázky Facebookové stránky<sup>18</sup>

f Hledat osoby, místa a obsah

**Správce stránek**





**Křížem, krážem. městem, přírodou.**  
To se mi líbí (46) · Mluví o tom (14)

Web o kultuře/společnosti  
výstava výtvarných, keramických a fotografických kroužků Domu Děti a mládeže Prahy 6  
Chceš hrát a vyhrát? Podívej se na [www.cestakulicky.cz](http://www.cestakulicky.cz)

Informace

f Hledat osoby, místa a obsah

**Křížem, krážem. městem, přírodou.**  
před 17 h · Upraveno

malá ochutnávka fotografií na téma kuličky kroužek digitální fotografie I.  
nezapomeňte, že můžete stále soutěžit, stačí nahrát vaši fotku kuličky na stránky [www.cestakulicky.cz](http://www.cestakulicky.cz)  
— v Dům dětí a mládeže Praha 6



To se mi líbí · Přidat komentář · Sdílet · Označit fotky

Uživatelům Jaroslav Paznocht, Gabriela Lasková a Lucie Němcová se toto líbí.

Napište komentář...

Stisknutím klávesy Enter svůj příspěvek zveřejníte.

Kolik lidí vidělo tento příspěvek: 93

**Gabriela Lasíková**  
Kulička na výletě v Římě:-)  
1 · před 14 h

**Jana Němcová**  
Tak jsem jednu kulčku nasla v kesce v lese u Brandysa....  
6 2 · 14 duben v 16:12

**Ladislav Lamanai Sedlak**  
Pha se hlásí. DDM Praha 6, to je na Děle i loře? Tam jsme ...  
2 1 · 9 duben v 11:12

Další příspěvky ·

**Aktivity**  
Nedávno

Křížem, krážem. městem, přírodou. vytvořil(a) událost Vernisáž výstavy "Křížem, ...

Křížem, krážem. městem, přírodou. se přidal(a) na Facebook.

**Křížem, krážem. městem, přírodou.** sdílel(a) odkaz.  
23 duben

oficiální zveřejnění promovidea k výstavě výtvarných, keramických a fotografických prací z kroužků Domu Děti a mládeže Praha 6 letos na téma "křížem, krážem, městem, přírodou..."  
<https://www.youtube.com/watch?v=khepG1kRfK0>



promovideo k výstavě "Křížem, krážem, městem, přírodou..."

<sup>18</sup> obrázky vlastní

# Ukázky Facebookové stránky<sup>19</sup>

f Hledat osoby, místa a obsah
Křížem, krážem. městem, př... Hlavní stránka

**Křížem, krážem. městem, přírodou.**
Správce reklam Exportovat data

Přehled
To se mi líbí
Dosah
Návštěvy
Příspěvky
Osoby

Zobrazena data od 2014/04/21–2014/04/27

#### Označení stránky jako To se mi líbí >

**46**  
Celkový počet označení stránky jako To se mi líbí  
▲4,5% z minulého týdne

---

**2**  
Nová označení stránky jako To se mi líbí  
0%

#### Dosah příspěvku >

**523** Celkový dosah  
▲423% z minulého týdne

---

**486**  
Dosah příspěvku  
▲2.109,1%

#### Zaujetí >

**46** Aktivní uživatelé  
▲318,2% z minulého týdne

---

**20**  
To se mi líbí

---

**4**  
Komentáře

---

**10**  
Sdílené položky

---

**224**  
Kliknutí na příspěvek

#### Vaše nejnovější příspěvky (5) >

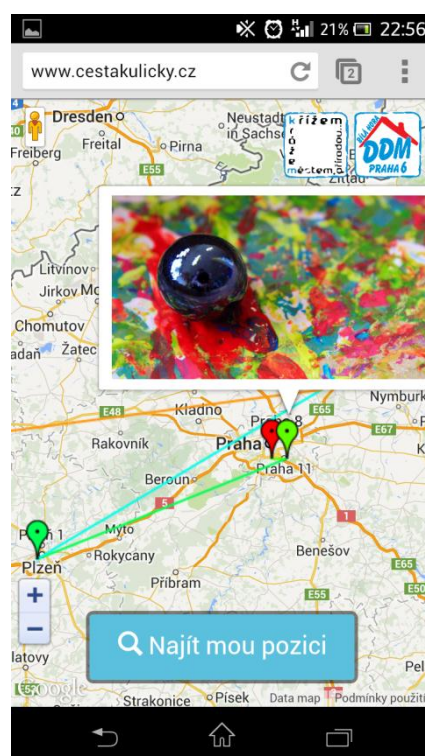
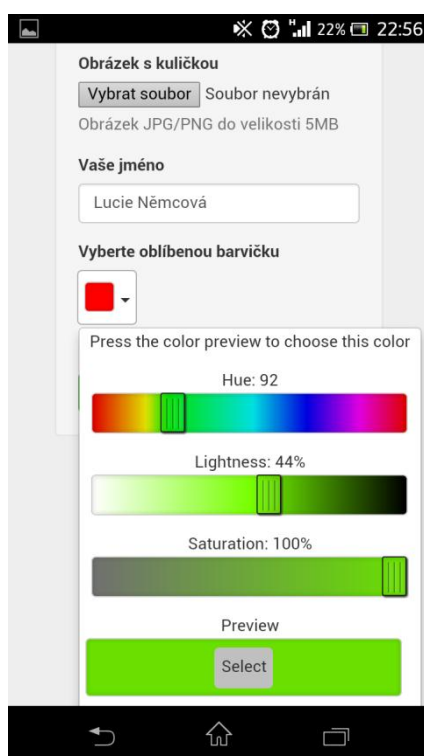
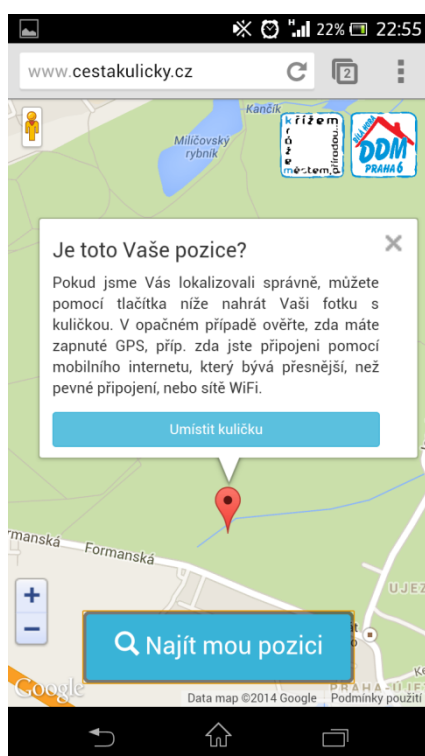
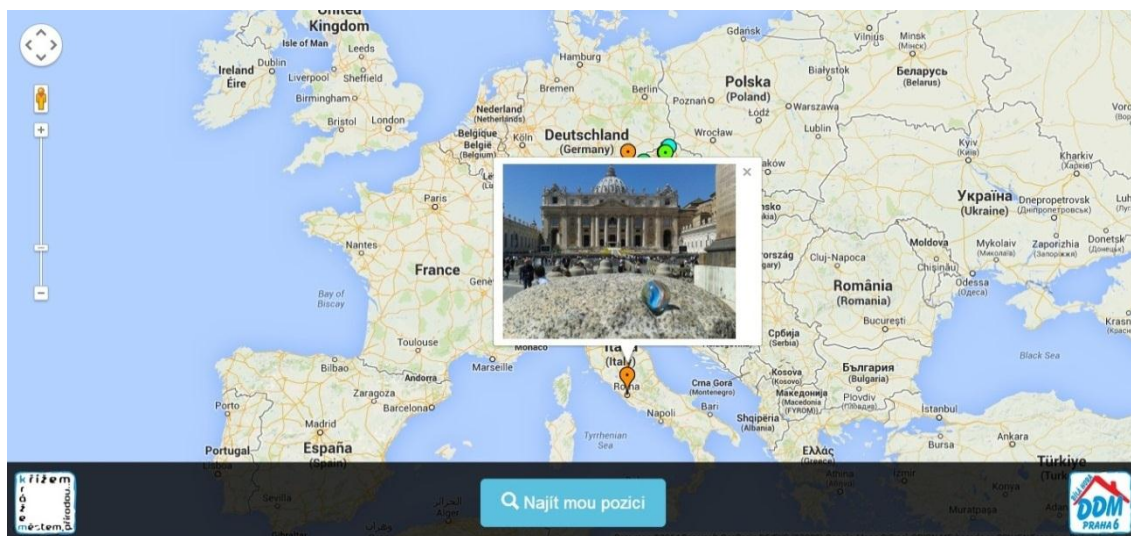
■ Dosah: Organický / Placený
 ■ Kliknutí na příspěvek
 ■ To se mi líbí, komentáře a sdílení

Zveřejněno	Příspěvek	Typ	Zacílení	Dosah	Zaujetí
2014/04/26 03:32 odpo.	malá ochutnávka fotografií na téma kuličky kroužek digitální fotografie I. nezapomeňte, že můžete stále soutěžit, stačí nahrát vaši fotku kuličky na			93	54 4
2014/04/23 03:22 odpo.	oficiální zveřejnění promovidea k výstavě výtvarných, keramických a fotografických prací z kroužků Domu Děti a mládeže Praha 6 letos na téma			465	41 23
2014/04/09 10:49 dopo.	Zúčastněte se naší vynikající interaktivní soutěže, vítěz bude vyhlášen na vernisáži výstavy 16.6.2014			372	58 12

<sup>19</sup> obrázky vlastní

## Příloha 9

Ukázka webové stránky na počítači a mobilním telefonu<sup>20</sup>



<sup>20</sup> Obrázky vlastní