

STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

Obor č. 13: Ekonomika a řízení

**Propagace, marketing a organizace regionálního
festivalu dokumentárních filmů o lidských právech
„Jeden svět 2019“ v Ústí nad Orlicí včetně
doprovodného programu**

**Michal Špitálský, Jakub Tesařík
Pardubický kraj**

Pardubice 2020

STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

Obor č. 13: Ekonomika a řízení

Propagace, marketing a organizace regionálního festivalu dokumentárních filmů o lidských právech „Jeden svět 2019“ v Ústí nad Orlicí včetně doprovodného programu

Advertising, marketing and organisation of an International human rights documentary film festival „One World 2019“ – a regional version in Ústí nad Orlicí including its accompanying programme

Autoři: Michal Špitálský, Jakub Tesařík

Škola: DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o.,
Ke Kamenci 151, 530 03 Pardubice

Kraj: Pardubický kraj

Konzultant: Mgr. Petr Zerzán, Ing. Jiří Formánek

Pardubice 2020

Prohlášení

Prohlašujeme, že jsme svou práci SOČ vypracovali samostatně a použili jsme pouze literaturu a prameny uvedené v seznamu bibliografických záznamů.

Prohlašujeme, že tištěná a elektronická verze soutěžní práce SOČ jsou shodné.

Nemáme závažný důvod proti zpřístupňování této práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších předpisů.

V Pardubicích dne 8. března 2020:

.....
Michal Špitálský
Michal Špitálský

.....
Jakub Tesařík
Jakub Tesařík

Poděkování

Děkujeme panu Mgr. Petru Zerzánovi a panu Ing. Jiřímu Formánkovi, že náš projekt vedli a usměrňovali. Náš dík patří také regionálnímu pořadateli festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí, spolku SPOUSTI, a především jeho předsedovi, panu Mgr. Petru Kulhavému a hlavní koordinátorce Alici Červinkové za možnost se podílet na přípravě a organizování festivalu.

Anotace

Naše práce se zabývá přepracováním marketingové strategie regionálního festivalu dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět v Ústí nad Orlicí s cílem přilákat na festival nové návštěvníky především z řad mladých lidí. V rámci nové strategie byly vytvořeny propagační materiály v souladu s designem festivalu Jeden svět splňující regionální požadavky, byl spuštěn nový web speciálně pro regionální festival v Ústí nad Orlicí a došlo k oživení sociálních sítí.

Klíčová slova

Filmový festival; marketing; grafika; sociální sítě

Annotation

Our thesis deals with the marketing strategy re-design of the International Human Rights Documentary Film Festival, its regional version in Ústí nad Orlicí called Jeden svět with the aim to attract new visitors to the festival, especially young people. As part of this new strategy, promotional materials were created in line with the design of the Jeden svět festival, but meeting regional requirements, a new website specifically for the regional festival in Ústí nad Orlicí was launched, and social networking sites were revived.

Keywords

Film festival; marketing; graphic design; social media

Obsah

1	Úvod.....	8
2	Teoretická část	9
2.1	Počítačová grafika	9
2.2	Marketing	9
2.3	Sociální sítě	10
2.3.1	Facebook	10
2.3.2	Instagram	11
2.4	Tvorba webových stránek	11
2.4.1	HTML a CSS	12
2.4.2	WordPress	13
2.4.3	Optimalizace webu	15
2.5	Jeden svět	16
2.5.1	Jeden svět v regionech	17
2.5.2	Design Jednoho světa.....	18
3	Praktická část	19
3.1	SWOT analýza	19
3.2	Téma festivalu Jeden svět 2019	20
3.3	Obecné grafické práce.....	21
3.3.1	Vektorizace všech log regionálních sponzorů	21
3.3.2	Tvorba tematických piktogramů	23
3.4	Tiskoviny.....	24
3.4.1	Velkoplošné billboardy A0.....	25
3.4.2	Brožura A4.....	29
3.4.3	Plakáty pro propagaci v síti obchodů KONZUM	30
3.4.4	Strana do časopisu Koridor v rozměru A5.....	31
3.4.5	Odznak s motivem JS 2019	31
3.4.6	Brožura (skládací) v rozměru 529 mm x 222 mm	32
3.4.7	Vstupenky na přednášku "Motivace v době blahobytu"	34
3.4.8	Vstupenka na Jeden svět 2019 Ústí nad Orlicí	34
3.5	Propagace na sociálních sítích	35
3.5.1	Filmové příspěvky	35
3.5.2	Vytváření událostí festivalových dnů v rámci festivalu Jeden svět 2019.....	36

3.5.3	Dokumentace průběhu festivalu prostřednictvím InstagramStories	38
3.6	Tvorba nového webu Jeden Svět Ústí nad Orlicí.....	38
3.6.1	Design webu	39
3.6.2	Struktura stránek.....	40
3.6.3	Testování.....	44
3.6.4	Optimalizace pro vyhledávače (SEO) a klíčová slova.....	45
3.7	Videotvorba.....	47
3.8	Dokumentace festivalu.....	47
3.8.1	Fotografie.....	47
3.8.2	Články.....	48
3.9	Podzimní připomínka festivalu Jeden svět a projekt #babiJede.....	48
3.9.1	Projekt #babiJede.....	49
3.9.2	Podzimní připomínka festivalu Jeden Svět 2019.....	49
3.10	Vyhodnocení efektivity naší strategie.....	51
3.10.1	Statistika z webu a sociálních sítí	52
3.10.2	Dotazník spokojenosti s novým webem	54
3.10.3	Dopad nové strategie na ročník festivalu 2019 v porovnání s předchozím ročníkem	58
3.10.4	Porovnání úspěchu ročníků 2018 a 2019 v jiných festivalových městech	60
4	Závěr.....	61
5	Použitá literatura	62
6	Seznam použitých symbolů a zkratk.....	66
7	Seznam obrázků a grafů.....	67
8	Příloha 1: Hlavní propagační materiály pro Jeden svět 2019	69
9	Příloha 2: Grafický manuál Jeden svět 2019	80
10	Příloha 3: Teorie k počítačové grafice, ke grafickým formátům, barevným modelům a použitým programům.....	83
10.1	Historie.....	83
10.2	Dělení	84
10.3	Míchání barev a barevné modely	85
10.4	Software pro tvorbu grafických materiálů	86
11	Příloha 4: Grafický manuál k projektu #babijede.....	90
12	Příloha 5: Fotografie z regionálního festivalu Jeden svět 2019.....	95

1 Úvod

K práci na tomto projektu nás přivedly dvě okolnosti. Tou první je náš studijní obor. Oba studujeme informatiku, ale nejvíce se z tohoto oboru zajímáme o počítačovou grafiku a marketing. Jelikož sami ve volném pracujeme na grafických / marketingových projektech a zakázkách, máme už v tomto oboru zkušenosti.

Druhou okolností se stal náš zájem o kulturní dění ve městě Ústí nad Orlicí. Během školní docházky na základní škole jsme mnohokrát navštívili zdejší regionální festival Jeden svět. Postupem času jsme se ze zájmu připojili k organizaci. Na festivalu jsme začínali jako dobrovolníci, kdy jsme prodávali vstupenky, pomáhali s přípravou promítacího sálu atd.

Když jsme s festivalem pomáhali již druhým rokem, byly nám svěřovány už zodpovědnější úkoly, a dokonce jsme se propracovali do užšího organizačního týmu. Když jsme organizátorům sdělili, že nás baví grafický design a marketing, velmi je to zaujalo a nadchlo. Do té doby byly totiž všechny grafické materiály zpracovávány v externí firmě jednoho ze sponzorů a komunikace s místním grafikem byla velmi složitá. Navíc materiály nebyly často odevzdávány v termínu.

Tehdy jsme si sami všimli, že se v publiku festivalu zřídka objevují mladí lidé. Po přezkoumání sociálních sítí a webové prezentace jsme shledali, že festival v Ústí nad Orlicí nevyužívá potenciálu těchto platform. Všechny informace o festivalu byly umístovány do jediného článku na webu organizátora, rezervační systém byl obtížně k nalezení, příspěvky na facebookovém profilu se objevovaly nahodile a instagramový profil byl sice založený, ale úplně prázdný.

Organizační tým souhlasil, abychom si tuto část festivalu vzali pro jeden ročník na starosti my. My v tom viděli příležitost, jak na jedné straně zefektivnit přípravu všech grafických materiálů a jak na straně druhé do organizace zapojit mladé lidi, kteří by marketingu mohli vtisknout mladistvý vzhled, působit na mládež, a tím zvýšit návštěvnost festivalu.

V projektu jsme využili všech našich dosavadních znalostí a rovněž jsme konzultovali projekt s učiteli ve škole. Chtěli jsme začít tvorbou grafických podkladů podle specifických požadavků regionálních organizátorů, vytvořit nový web, který měl obsahovat všechny informace o regionálním festivalu v Ústí nad Orlicí, aby byly přehledně na jednom místě, a oživit nepoužívané účty na sociálních sítích a naplnit je obsahem.

Cílem našeho snažení bylo zviditelnit regionální festival Jeden svět v Ústí nad Orlicí tím, že zpřehledníme a sjednotíme jeho propagaci a vytvoříme nové zázemí pro fanoušky festivalu na sociálních sítích. Další snahou bylo přilákat nové diváky na kulturní akci a v neposlední řadě i snížit náklady na organizaci odstraněním neefektivních metod propagace.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Počítačová grafika

Teorie k počítačové grafice, grafickým formátům, barevným modelům a použitým programům se nachází v samostatné příloze č. 3.

2.2 Marketing

Marketing má mnoho definic, jejichž tvůrci jsou autoři odborných knih o marketingu, ale také celá řada renomovaných institucí nebo společností. Podle autora knihy *Marketing – cesta k trhu* Jaroslava Světlíka zní definice takto: „*Marketing je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace*¹“.

Prostřednictvím marketingových nástrojů můžeme vytvořit kampaň pro jakýkoliv produkt nebo službu, abychom ji mohli prodat anebo zviditelnit. Marketing nám pomáhá definovat cílovou skupinu a v souvislosti s tím víme, jakým způsobem vzbudit zájem naší cílové skupiny. Hlavním cílem marketingu je v konečné fázi uspokojovat potřeby zákazníka, proto musíme ale jeho potřebu v některých případech vytvořit. Tento způsob se používá hlavně u služeb nebo produktů, které nejsou nijak životně důležité.

Abychom alespoň obecně pochopili, co vše slovo marketing zahrnuje, vysvětlíme si pojem marketingový mix, někdy uváděný jako „4P“ – tedy produkt, prodej, propagace a pozice.

- Produkt (product): vlastnosti produktu ze strany zákazníka – kvalita, spolehlivost, značka, design, záruka, servis atd.
- Prodej / cena (price): cena samotného produktu a cenová politika
- Propagace (promotion): způsob propagace
- Pozice / distribuční cesty (place): jak bude produkt dodáván od výrobce ke konečnému zákazníkovi²

V některých případech není ani tak důležitý produkt, ale spíše samotná marketingová kampaň. Jinými slovy můžeme prodat produkt, který není spotřebitelovou potřebou, ale osloví ho příběh nebo myšlenka.

¹ SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – cesta k trhu*. 4. upravené vydání. Praha: VŠPP, 2018. ISBN 978-80-86847-81-8.

² Marketingový mix 4P (Marketing Mix 4P). Sociální síť pro business - ManagementMania.com [online]. c2011-2016 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/marketingovy-mix-4p>

2.3 Sociální síť

Sociální síť jsou webové služby umožňující uživateli, který si vytvořil profil, spojit se s dalšími uživateli a tvořit komunity lidí. Takto mohou vznikat společenství založená na vztazích ze skutečného světa nebo na základě zájmů či názorů. Profil každého z uživatelů je jakousi jeho vizitkou³.

V samotném marketingu hrají sociální síť důležitou roli. Největší výhodou je snadné oslovení cílové skupiny, jelikož sociální síť nabízí cílené kampaně podle zájmů, demografie apod. Rovněž nabízí skvělou příležitost k budování povědomí o značce a k tvoření komunity. Dalšími výhodami je jejich jednoduché založení, snadná interakce s komunitou a potenciál oslovení nových zákazníků⁴.

2.3.1 Facebook

Facebook je v dnešním marketingovém mixu již běžnou součástí. Může také plnit roli informační, protože lidé velmi často vyhledávají informace právě na této platformě. Každý uživatel má tzv. „zed“, na které se mu zobrazují pro něj relevantní výsledky. Relevantnost příspěvků určují algoritmy Facebooku podle preferencí a zájmů uživatele.

Facebook umožňuje placenou propagaci s cílením na určité kategorie uživatelů (zájem, demografie). Cena propagace závisí na požadovaném počtu oslovených lidí, ale i na počtu fanoušků stránky nebo profilu. Tedy pokud má stránka větší počet fanoušků, je pro ni levnější oslovit například 20 000 uživatelů než pro stránku, která má poloviční počet fanoušků.

Užitečným prvkem na Facebooku je vytvoření události, díky které může pořadatel propagovat určitou akci a sám vidí, jaký je o ni zájem. Uživatel si může událost zaškrtnout v polích „Zajímá mě to“ nebo „Zúčastním se“. Možnost „Zajímá mě to“ uživatele následně informuje o nových příspěvcích v rámci události a automaticky ho upozorňuje na blížící se konání akce. Když zaškrtně „Zúčastním se“ dává jednoznačnou informaci pořadateli, že se události zúčastní. Uživatel potom v rámci upozornění dostává stejné informace jako při první zmiňované možnosti.

Přátelům uživatele se zobrazí, že na událost zareagoval, a může vzbudit i jejich zájem o událost.

³ Jak na Internet: Sociální síť. Jak na Internet [online]. CZ.NIC, c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1751/socialni-site/>

⁴ 18 Reasons Why Social Media Marketing Is Important For Any Business. The Content Factory [online]. c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.contentfac.com/9-reasons-social-media-marketing-should-top-your-to-do-list/>

2.3.2 Instagram

Instagram je dalším kanálem, který se v dnešní době používá. Funguje velmi podobně jako Facebook. Typickým prvkem Instagramu je sdílení obrázků a videí v poměru 1:1. Výhodou Instagramu jsou InstaStories, které jsou na Instagramu asi nejpoužívanějším prvkem.

Platformu je dobré využívat hlavně k oslovení mladšího publika. Propagace funguje naprosto identicky jako na platformě Facebook, protože obě služby mají stejného majitele a jejich algoritmy jsou sdílené. Jediný rozdíl v propagaci je zde u kanálů propagace. Facebook propagaci dává uživatelům jen do jejich tzv. „feedu“, na rozdíl od Instagramu, který reklamu může přidat i mezi jednotlivé InstaStories, což může být velmi efektivní díky faktu, že InstaStories je nejpoužívanějším prvkem na Instagramu.

2.4 Tvorba webových stránek

Webové stránky jsou v dnešní době jeden z nejrozšířenějších způsobů propagace. Díky jejich rozšířenosti je ovšem kladen důraz na kvalitu webu. Web musí být v dnešní době přehledný, musí zaujmout svým designem, rychlý co do načítání, a navíc k tomu ještě responzivní, aby se správně zobrazil na všech typech zařízení (obrazovky počítačů, laptopy, tablety, mobily apod.)⁵.

Většina lidí v dnešní době používá internet, aby se dostali k požadovaným službám. Až 93 % všech konverzí začíná vyhledáváním. Bez webové stránky jsou naděje na úspěšné oslovení zákazníka pouhých 7 %⁶. Je tedy velmi důležitá optimalizace pro vyhledávače (SEO), která zajistí, že se web bude ukazovat na nejvyšších pozicích. SEO vyžaduje, aby web byl přehledně členěn do odstavců a sekcí, aby byl prokládán obrázky a aby bylo vše navzájem propojeno odkazy⁷.

⁵ The Importance of a Website for Your Business Success. LYFE Marketing: Social Media Management Company [online]. Atlanta (Georgia): LYFE Marketing, c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.lyfemarketing.com/blog/importance-of-a-website/>

⁶ Why Having A Website Is Important. Profitworks: Marketing & SEO Services [online]. Waterloo (Ontario): Profitworks [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://profitworks.ca/blog/297-why-having-a-website-is-important>

⁷ The Importance of a Website for Your Business Success. LYFE Marketing: Social Media Management Company [online]. Atlanta (Georgia): LYFE Marketing, c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.lyfemarketing.com/blog/importance-of-a-website/>

Web rovněž musí být naplněn kvalitním obsahem. O toto se stará copywriting (psaní poutavého obsahu). Copywriting určuje, jak mají být psány texty na webu, aby splňovaly několik podmínek:

- vše musí být gramaticky a pravopisně bez chyb
- text musí obsahovat klíčová slova webu
- text musí být vhodně prokládán obrázky
- text musí být schopný zaujmout návštěvníka⁸

Při tvorbě nového webu máme dvě základní možnosti:

- vytvořit webovou stránku od začátku pomocí HTML + CSS, popřípadě PHP nebo díky jiným technologiím pro tvorbu dynamických webových stránek
- využít redakčního systému

Psaní webu na vlastní pěst vyžaduje znalost jazyků HTML, CSS a popřípadě i JavaScript, je časově náročné a všechny prvky webu, včetně designu a responzivity, je nutné napsat ručně. Tento přístup se může vyplatit – dobrý webmaster dokáže napsat efektivní kód a výrazně tak urychlit vytvoření webové stránky. Pokud však tvůrce webu nemá schopnosti potřebné k tomuto úkolu, je možné najmout externí firmu, která se o tento úkol postará. Tato možnost je ovšem dosti nákladná.

Využití redakčního systému, jakými jsou WordPress, Webnode nebo Shoptet, je levnou a dostupnou alternativou pro ty, kteří si chtějí stvořit webovou stránku bez nutnosti znát HTML a další jazyky. Použití šablony a naplnit ji obsahem je relativně jednoduché. Pro pokročilé uživatele potom existuje spousta rozšíření, která umožní webovou stránku upravovat i za hranice šablony. Nevýhodou může být neefektivita kódu, která může vést ke zpomalení až nefunkčnosti webu.

2.4.1 HTML a CSS

HTML (HyperText Markup Language – HyperTextový značkovací jazyk) je jazyk používaný k psaní webových stránek a zároveň základním stavebním kamenem jakéhokoli webu. Definuje a strukturuje veškerý obsah webové stránky. Slovo „hypertextový“ referuje na odkazy, kterými jsou HTML stránky propojené. Vkládáním odkazů na web a spojováním stránek se uživatel stává aktivním účastníkem na tvorbě celosvětové sítě počítačů WWW (World Wide Web)⁹.

⁸ Co je to copywriting a proč je důležitý? Shoptet blog: Blog o e-shopech a světě e-commerce [online]. Shoptet.cz, c2008-2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://blog.shoptet.cz/co-je-copywriting-a-v-cem-tkvi-jeho-dulezitost/>

⁹ HTML documentation. DevDocs API Documentation [online]. freeCodeCamp, 2019 [cit. 2020-02-02]. Dostupné z: <https://devdocs.io/html/>

HTML je značkovací jazyk, který používá značky k popsání textu, nadpisů, obrázků a dalších prvků, které následně internetový prohlížeč zobrazí. Značky (nebo také tagy) se zapisují pomocí úhlových závorek (, <‘ a , >‘). Tagy můžeme rozdělit na párové a nepárové.

- Párové – vyžadují otevírací a uzavírací značku a obsah je uzavřen mezi nimi; např. tagy <p>, <a>, <div>, a <html>
- Nepárové – nevyžadují uzavírací značku; např.
 a

Uzavírací tag je identický jako ten otevírací, má pouze před svým názvem lomítko - </div>, </p>.

CSS (Cascade Style Sheets – Kaskádové styly) je jazyk určený ke stylování HTML elementů. CSS určuje, jak a kde se mají jednotlivé prvky zobrazovat. Takto lze stylovat celé HTML prvky, nebo je možné elementům přiřazovat tzv. třídy, které aplikují styl na všechny prvky nesoucí tuto třídu. Jak již název napovídá, styly se aplikují odshora a postupně „kaskádově“ spadají dolů, přičemž ty níže položené přepisují ty výše.

2.4.2 WordPress

WordPress je svobodný redakční systém od společnosti WordPress Foundation sloužící k tvorbě webových stránek postavený v programovacím jazyce PHP¹⁰. WordPress umožňuje uživateli postavit webovou stránku bez předchozích znalostí HTML. Díky široké paletě přednastavených i uživatelsky vytvořených šablon lze na Wordpressu vytvořit cokoliv od malého blogu přes firemní webové stránky po zpravodajský portál¹¹.

Mezi přední výhody používání Wordpressu patří jednoduchost a přehlednost. Vytvořit web zvládne i začátečník. Zároveň ovšem nabízí pokročilejším a zkušenějším webmasterům širokou škálu přizpůsobení. Většina Wordpressových šablon rovněž přichází s vestavěnou responzivitou pro různě široká zařízení¹².

WordPress proslul především svojí nabídkou komunitních plug-inů. V současné době je na Wordpressu přibližně 54 000 plug-inů, z nichž je většina aktualizována minimálně jednou do týdne¹³. Díky plug-inům lze opatřit webovou stránku ve Wordpressu jakoukoliv funkcí.

¹⁰ WordPress. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-01-31]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress>

¹¹ Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org. WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://wordpress.org>

¹² Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org. WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://wordpress.org>

¹³ Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org. WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://wordpress.org>

Hlavním problémem komunitních plug-inů a šablon jsou prémiové funkce, které se uživatelům zpřístupní až po zakoupení PRO verze plug-inu či šablony. Při tvorbě webu s omezeným rozpočtem je tudíž nutné si nejdříve ujasnit, jaké jsou požadavky na funkce a podle těchto hledisek vybrat šablonu a nejvhodnější plug-iny, které tyto funkce poskytují ve své základní verzi.

- **Twenty Seventeen**

Twenty seventeen je oficiální šablona pro tvorbu webových stránek pomocí systému WordPress vydaná společností WordPress Foundation v roce 2017¹⁴. Twenty seventeen je uživatelům k dispozici zadarmo, neboť se jedná o oficiální prvek. Šablonu využívá v současné době více než 1 milion webů¹⁵. Šablona se vyznačuje velkým obrázkem v záhlaví, který lze libovolně upravovat (lze nahradit i videem), širokými možnostmi přizpůsobení barevnosti a širokou nabídkou menu.¹⁶

- **Elementor**

Elementor je plug-in pro webové stránky používající systém WordPress. Jedná se o rozšíření umožňující uživatelům sestavit vlastní stránku kousek po kousku intuitivním „drag & drop“ (doslova táhni a pusť) systémem¹⁷. Díky tomuto nástroji dokáže i laik sestavit webovou stránku podle vlastních představ. Pokročilemu uživateli Elementor nabízí rozšířené možnosti editace bez nutnosti zdlouhavého psaní kódu.

Elementor od jeho vydání v roce 2016 použilo více než 4 miliony uživatelů a má na Wordpressu velmi pozitivní hodnocení¹⁸.

Oproti základnímu nástroji pro tvorbu stránky nabízí Elementor více možností úprav jako například rozložení prvků do sloupců a přidání nejrozličnějších předpřipravených widgetů a vlastního HTML kódu.

Každý Elementor prvek je možné libovolně upravit pomocí vestavěného menu. Zde lze upravovat základní atributy jako barvu a text, spolu s více pokročilými hodnotami z CSS jako padding a margin. Elementor dokonce nabízí možnost přidání vlastní CSS třídy pro následnou úpravu skrze editor šablony. Elementor nabízí nastavení rozdílných hodnot pro různá zařízení, čímž zjednodušuje stylování responzivního webu.

¹⁴ Twenty Seventeen – Šablona Wordpressu. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/themes/twentyseventeen/>

¹⁵ Twenty Seventeen – Šablona Wordpressu. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/themes/twentyseventeen/>

¹⁶ Twenty Seventeen – Šablona Wordpressu. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/themes/twentyseventeen/>

¹⁷ Elementor: #1 Free WordPress Page Builder. Elementor.com [online]. 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://elementor.com>

¹⁸ Elementor: #1 Free WordPress Page Builder. Elementor.com [online]. Elementor, 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://elementor.com/about/>

Elementor má dvě verze: základní a PRO. PRO verze obsahuje oproti základní několik prémiových widgetů, nelimituje ovšem v ničem verzi základní, a tak i neplatící uživatelé mohou plně využívat nástrojů Elementoru k designování svých webů.

- **Events Manager**

Events Manager je plug-in pro redakční systém WordPress sloužící k registraci událostí. Uživatel může zadat všechny události do uživatelského rozhraní, vyplnit její název a popis, nastavit den, čas začátku a konce. Plug-in poté automaticky sleduje současné datum a skrývá události, které již uplynuly. Events Manager je kompatibilní se SEO plug-iny a jeho výstup je optimalizován pro vyhledávače.¹⁹

- **Spousti Tickets**

Spousti Tickets je plug-in pro WordPress napsán společností OG Soft s.r.o. z Ústí nad Orlicí. Plug-in funguje jako rozšiřující nástavba pro Events Manager a slouží k prodeji, online rezervaci vstupenek na festival Jeden Svět a jejich vyzvedávání. Tento systém je zároveň propojen se sítí prodejen Obchodního družstva KONZUM, které u pokladen rovněž prodává vstupenky na Jeden Svět.

- **Yoast SEO**

Yoast SEO je plug-in pro WordPress od společnosti Yoast. Jeho úkolem je poskytovat uživateli zpětnou vazbu na přehlednost webu a četnost klíčových slov a hlídat obsah webu tak, aby získával nejvyšší skóre, a tudíž i pozici, v internetových vyhledávačích jako je Google nebo Seznam.cz²⁰.

2.4.3 Optimalizace webu

Optimalizace webu je velmi důležitou součástí tvorby webových stránek, díky které je web rychlejší a může nám ukázat možná vylepšení. Pro naše webové stránky využíváme plug-in *Autoptimize*, který byl vyvinut Frankem Goossensem²¹. Plug-in vylučuje zbytečné JavaScripty, CSS soubory a HTML tagy, aby vykreslování webu bylo rychlejší. Eliminací výše zmíněných prvků, poskytne místo prvkům, které potřebné jsou. Díky minimalizaci CSS souborů a HTML tagů, které prohlížeč musí stáhnout, je velikost dat automaticky menší, a díky eliminaci JavaScriptu není nutné vynaložit tolik výpočetního výkonu.

¹⁹ Events Manager – Plugin Wordpressu. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/plugins/events-manager/>

²⁰ Yoast SEO: the #1 WordPress SEO Plugin. Yoast: SEO for everyone [online]. Wijchen: Wijchen, c2003-2020 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: <https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/>

²¹ Autoptimize Expert Services. Autoptimize Pro Services [online]. 2020 [cit. 2020-02-29]. Dostupné z: <https://autoptimize.com/>

Další funkcí, kterou *Autooptimize* disponuje, je *LazyImages*. Tato funkce vykresluje pouze obrázky, které jsou zrovna pro uživatele ve viditelné části webu. To znamená, že obrázky na místech, které si uživatel nezobrazil, nevykresluje. Díky tomu minimalizuje objem dat, kterou prohlížeč stahuje při prvním vykreslování stránky.

2.5 Jeden svět

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět (rovněž definován zkratkou JS) začala pořádat obecně prospěšná společnost Člověk v tísni v roce 1999 a od té doby se festival stal základním kamenem a neodmyslitelným projektem této organizace. Festival je jedna z nejvýznamnějších událostí tohoto druhu v Evropě. V roce 2007 bylo festivalu uděleno čestné uznání od organizace UNESCO za výchovu k lidským právům²².

Od roku 1997 uděluje organizace Člověk v tísni každoročně v rámci festivalu Jeden svět mezinárodní cenu Homo Homini.²³ Cena je určena lidem, kteří se významně zasloužili o prosazování lidských práv, demokracie a nenásilného řešení politických konfliktů²⁴.

V rámci festivalu jsou promítány dokumentární filmy od tvůrců z celého světa s hlavním zaměřením na lidská práva. Každý rok je určeno téma pro daný ročník, které dále rozvíjí jednotlivé aspekty problematiky lidských práv a podle nějž jsou nominovány filmy. Současně se s filmy o lidských právech dostávají do výběru i dokumenty sledující současné dění ve světě.

Hlavní festival se dělí na dvě části. Veřejná část je každým rokem přehlídkou nejlepších dokumentárních filmů. Zatímco druhá část, projekt Jeden svět na školách, se snaží přiblížit problematiku lidských práv dětem a studentům prostřednictvím dokumentů určeným přímo jim. Jeden svět na školách rovněž nabízí širokou škálu vzdělávacích materiálů, filmů a podkladů, kterou mohou využít učitelé základních a středních škol ke zpestření výuky.

Souběžně s festivalem dokumentárních filmů běží další projekt společnosti Člověk v tísni s názvem „Promítej i ty!“. Jedná se o platformu, která nabízí ty nejlepší dokumentární filmy, z nichž mnoho prošlo festivalem Jeden svět, a nabízí je široké veřejnosti zdarma ke stažení a následnému promítání. Kdokoliv má tak šanci se zaregistrovat jako promítač a uspořádat promítání pro veřejnost²⁵.

²² O festivalu: Filmový festival Jeden svět. Filmový festival Jeden svět [online]. Praha: Člověk v tísni, c1999-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.jedensvet.cz/festival/o-festivalu>

²³ Jeden svět. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Jeden_svět

²⁴ Homo Homini. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Homo_Homini

²⁵ O projektu: Promítej i ty! Promítej i ty! [online]. Praha: Člověk v tísni, c2013-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.promitejity.cz/o-projektu/>

Festival Jeden svět je pořádán v České republice a Bruselu. První kolo festivalu probíhá vždy v Praze, kde jsou promítány všechny filmy s bohatým doprovodným programem, výstavami, debatami a workshopy. Umístění festivalu do Bruselu, sídla Evropské unie, má jako jeden z hlavních cílů představení problematiky lidských práv právě politikům a pracovníkům významných evropských institucí a organizací²⁶.

2.5.1 Jeden svět v regionech

Po deseti dnech se festival rozšiřuje do 35 dalších měst po celé České republice, kde probíhají jeho regionální varianty²⁷. Organizátoři v regionálních městech volí z pražské nabídky užší výběr filmů v závislosti na velikosti daného festivalu. Regionální města mají rovněž možnost pořádat doprovodné programy podle vlastního uvážení, které mohou a nemusí souviset s tématy filmů.

Festival v regionech obvykle trvá jeden týden. Během všedních dní dopoledne je organizováno promítání pro školy. Dokumentární filmy v tomto bloku jsou odlehčenější a svou tematikou více blízké problémům dětí a mladých lidí, byť stále zachovávají hlavní téma festivalu Jeden svět – lidská práva.

Odpolední projekce jsou volně přístupné veřejnosti a často obsahují doprovodné aktivity jako debaty, filmové pitvy a výstavy. Hosté debat bývají režiséři, scénáristi, aktéři dokumentu nebo lidé, kteří mají k tématu blízko.

Po celou dobu festivalu je vybíráno vstupné a část výtěžku regionálního festivalu pomáhá financovat dopředu zvolený místní projekt nebo organizaci s dobročinným nebo veřejně prospěšným zaměřením, zatímco druhá část je odváděna na projekty podporované Člověkem v tísní. Původně se zisk dělil na poloviny, v posledním roce se upřednostnily lokální projekty a pražskému festivalu se odvádí pouze 30 %.

- **Regionální festival Jeden Svět v Ústí nad Orlicí**

Festival v Ústí nad Orlicí se uskutečnil v roce 2019 již po jedenácté. Jedná se o jeden z nejstarších regionálních festivalů, jako jediný regionální festival trvá celých sedm dní a dlouhodobě jde o třetí nejnavštěvovanější festival po pražském.

Ústecký Jeden Svět organizuje místní spolek s názvem SPOUSTI (Spolek pro Organické Ústí) pod vedením předsedy Petra Kulhavého. Kromě festivalu Jeden Svět se SPOUSTI podílí na kulturním a politickém dění v Ústí nad Orlicí.

²⁶ O festivalu: Filmový festival Jeden svět. Filmový festival Jeden svět [online]. Praha: Člověk v tísní, c1999-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.jedensvet.cz/festival/o-festivalu>

²⁷ O festivalu: Filmový festival Jeden svět. Filmový festival Jeden svět [online]. Praha: Člověk v tísní, c1999-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.jedensvet.cz/festival/o-festivalu>

Výtěžek regionálního festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí obvykle jde na podporu místních dobročinných spolků a společností, nebo na projekt „Ústí sobě“, do kterého je přihlášeno několik nápadů, o kterých obecnost během celého týdne hlasuje, a vítězný je poté z výtěžku financován.

2.5.2 Design Jednoho světa

Každým rokem pražští organizátoři vybírají téma daného ročníku a následně festivalový grafický tým připraví podklady pro propagaci festivalu založenou na zvoleném tématu. Z hotových pokladů jsou vytvořeny mustry, které slouží regionálním grafikům k sestavení hotových propagačních materiálů s designem festivalu. Společně s tím je vydán manuál pro práci s grafickými podklady, která obsahuje použité fonty, barvy, symboly a další náležitosti.

Mezi jednotlivými ročníky je nasazena tzv. „meziročníková grafika“, která reprezentuje festival v době, kdy je ten následující ještě ve fázi příprav. V tomto neutrálním stylu se potom nese oficiální web festivalu. Tentýž design je rovněž využíván spolkem SPOUSTI pro propagační materiály týkající se Podzimní připomínky festivalu Jeden svět, nebo doprovodného programu, který se plánuje ještě před odhalením ročníkového tématu.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 SWOT analýza

Silné stránky	• Festival má své stálé příznivce, kteří na festival dochází každý rok. • Akce se koná ve velmi příjemném prostředí Malé scény v Ústí nad Orlicí, kde je potřebné zázemí, bar Malá scéna s možností koupě nápojů a drobných pokrmů. • Výtěžek festivalu putuje každoročně na charitativní účely. • Jedná se o jeden z největších regionálních festivalů Jeden svět vůbec. • Akce udržuje dlouhodobě dobré vztahy s partnery a sponzory.
Slabé stránky	• Festival nenavštěvují mladí lidé. • Pořadatelé neví, jak oslovit svou cílovou skupinu. • Jsou vynakládány vysoké finanční prostředky na tištěné propagační materiály, které nejsou tak ve všech případech efektivní. • Realizuje se pouze minimální propagace festivalu na internetu (pouze článek na webu organizátora).
Příležitosti	• Zvýšení návštěvnosti je možné realizovat oslovením nejen mladých lidí prostřednictvím: ○ atraktivní reklamy ○ nových kanálů (Instagram, Facebook) ○ rozšíření programu o dokumenty, o které je celoplošně velký zájem • Relativně malé kulturní vyžití v Ústí nad Orlicí je dobrým předpokladem pro vyšší návštěvnost. • Tvorba vlastních webových stránek pro festival v Ústí nad Orlicí. • Tématem festivalu jsou aktuální světové problémy. Poskytuje netradiční vzdělávací materiál pro školy, zájmové kroužky apod.
Hrozby	• Pardubický regionální festival Jeden svět může být ústeckému festivalu konkurencí. • Existuje možnost nárůstu cen vstupenek kvůli distribuci tištěných propagačních materiálů. • Festival je vnímán jen jako festival o lidských právech, nebo dokonce jako politická akce.

3.2 Téma festivalu Jeden svět 2019

Pražští organizátoři si pro celý festival 2019 zvolili motto „Bezpečná blízkost“. Téma se soustředí na problém rozdělení společnosti na „nás“ a „je“. Vzbuzuje otázky týkající se identity jedince, jeho jistoty a bezpečí a zároveň se soustředí na to, co nás spojuje a co rozděluje.

Téma reaguje na současné dění ve světě (politické otřesy, nedodržování lidských práv a ekologickou krizi), které bere lidem pocit jistoty a vytváří u nich sklon k extrémnějším myšlenkám. V těchto podmínkách se lidé cítí zranitelně a hledají další sobě podobné, aby se skryli pod křídla skupiny, aby se vymezili a sešli se s lidmi, kteří smýšlí podobně. A tak vzniká nevyhnutelné dělení společnosti, kdy ti, co stojí v čele, šermují důkazy, že za špatné podmínky můžou „ti druzí“. Čím dál více se tak od sebe vzdalujeme.

Klíčovými výtvarnými prvky jsou dva znaky – otazník a vykřičník. Symbolizující rozdílné vnímání jinakosti a přístupy k ní. Oba znaky jsou zobrazeny v několika barvách, které vyjadřují různorodost jednotlivců či sociálních skupin. Znaky v různobarevném provedení vytvářejí abstraktní obrazec, ve kterém se odehrává jakýsi samovolný pohyb. Celé seskupení tvoří logo festivalu Jeden svět 2019.



Obrázek 1 - Vizual designu Jednoho světa 2019
"Bezpečná blízkost"

Hlavními barvami festivalu jsou zelená (HEX: #009C68) s růžovou (HEX: #E50049) doprovázené dalšími pestrobarevnými barvami. Při překrytí dvou barev dochází ke sloučení násobením. Písmem celé propagace festivalu 2019 je komerční font *Boston*, který byl vytvořen designéry Daniele Hernándezem, Paulou Nazal Selaivovou.

Není přesně stanoveno, v jakých formacích musí být symboly poskládány, avšak na propagačním materiálu musí být přítomny tyto prvky:

- Hlavička se jménem a podtitulem festivalu
- Logo JS (vytvořené seskupením symbolů designu 2019 – vykřičníky a otazníky)
- Logo a jméno hlavního pořadatele – organizace *Člověk v tísni* (vytvořené seskupením symbolů vykřičníků a otazníků)
- Motto festivalu „Bezpečná blízkost“

Je nutné také dodržet pravidla uvedená v grafickém manuálu poskytnutém samotnými organizátory (tzn. zachování fontu, okrajů a barevnosti definované v kódech barevných prostorů RGB i CMYK).

Zároveň ovšem chceme dát regionálnímu festivalu v Ústí nad Orlicí osobitější tvář, a tak jej odlišit od pražských šablon a ostatních regionálních festivalů, které tyto mustry používají. Rozhodli jsme se pro barevnější a hravější variantu, která současně ladí s ročníkovou grafikou. Upravili jsme design piktogramů z hranaté, černobílé varianty do barevných kulatých ikoněk. Rovněž v grafice používáme v nadpisech černé písmo na bílém pozadí, na rozdíl od pražského bílého, černě podkresleného textu.

Vzhledem k požadavkům, které spolek SPOUSTI má na tištěné materiály, je nutné vytvořit vlastní verzi tištěných materiálů splňující jak designové požadavky, tak potřebu vměstnat relativně rozsáhlý obsah do omezeného prostoru.

3.3 Obecné grafické práce

3.3.1 Vektorizace všech log regionálních sponzorů

Festival v Ústí nad Orlicí je podporován početnou skupinou regionálních sponzorů. Jsou to jak velké firmy, tak i malý živnostníci, kteří buď logo nemají vůbec, nebo ve velmi špatné kvalitě, výjimečně v rastrové podobě. Proto bylo nutné loga převést do vektorů, aby se dali podle potřeby přizpůsobovat danému tištěnému nebo digitálnímu formátu.

Festival v Ústí nad Orlicí rozděluje sponzory do 5 úrovní. Úroveň č.1 zaujímá sponzor, který v poměru k ostatním přispívá finanční částkou nebo věcným darem nejvíce. Naopak úroveň č. 5 sdílí nejméně přispívající sponzoři. Toto rozdělení je důležité při vytváření propagačních materiálů. Sponzor první úrovně je uveden na každém propagačním materiálu, zatímco nižší úrovně už pouze na některých formátech. Sponzoři úrovně 4. a 5. jsou uváděny již pouze na velkoplošných formátech a na webových stránkách festivalu Jeden svět Ústí nad Orlicí.

Jeden svět 2019 v Ústí nad Orlicí měl celkem 43 sponzorů. Všechna loga se jednotně vkládala do vektorového formátu EPS a SVG pro širokou kompatibilitu. Z toho bylo 15 log různými způsoby upravováno a přizpůsobováno pro naše následné použití a 7 log bylo převedeno do vektorové formy. K převodu byl použit program Adobe Illustrator. Zbytek sponzorů měl buď loga v pořádku, tedy nebylo třeba úprav, anebo logy nedisponují a byli propagováni pouze textově.



Obrázek 2 - Zobrazení všech regionálních sponzorů včetně log, které byly různými způsoby editovány

3.3.2 Tvorba tematických piktogramů

Piktogramy jsou velmi důležitou součástí festivalu. Pořadatel celého festivalu tím chce zpřístupnit festival hendikepovaným lidem anebo zjednodušit orientaci návštěvníkům v prostorech pořádání festivalu. Každý pořadatel regionálního festivalu si poté vybírá, do jaké míry dokáže svůj festival zpřístupnit. V Ústí nad Orlicí máme omezené možnosti, a proto jsme mohli náš festival zpřístupnit pouze pro neslyšící.

Piktogramy jsme nevytvářeli pouze jako označení pro hendikepované, ale i pro sociální sítě. Všechny značky byly přepracovány z neutrálního vzhledu tak, aby designově korespondovaly s celkovým designem 2019. Během propagace i v průběhu festivalu jsme piktogramy používali na různých propagačních materiálech (tištěných i digitálních) a na webových stránkách festivalu Jeden svět Ústí nad Orlicí.



Obrázek 3 - Piktogramy inspirované designem 2019

3.4 Tiskoviny

Pro festival Jeden svět jsou tiskoviny již dlouhá léta velmi důležitou formou propagace. Za 11 let, kdy je v Ústí nad Orlicí festival pořádán, si na tuto formu sdělování informací divácká základna zvykla. Některé z tiskovin, které se tvořily v roce 2018, byly ale námi shledány jako neefektivní, a proto jsme je po domluvě s organizátory vyloučili. Díky tomu jsme ušetřili peníze na potřebnější věci, které souvisí s organizací festivalu, anebo na námi nově navrženou marketingovou kampaň na sociálních sítích.

Tištěné podklady byly pro JS 2019 tvořeny v různých formátech. Některé byly vytvořeny pro vlastní festivalovou reklamu, některé byly určené naším sponzorům, které je uveřejnily ve vlastních tištěných materiálech – měsíčník *Koridor* a obchodní družstvo *KONZUM*. Všechny podklady pro tiskoviny byly vytvořeny v kombinaci použití programů Adobe InDesign, Adobe Illustrator a Adobe Photoshop.

V tiskovinách jsme se nemohli vždy držet grafického manuálu, protože si to regionální organizátor tak přál. To se týká hlavně log regionálních sponzorů a cover fotografií filmů. Přestože jsme grafický manuál nerespektovali stoprocentně, byly naše podklady autory designu schváleny.

3.4.1 Velkoplošné billboardy A0

Největším tištěným formátem byl billboard v rozměru A0, jehož exempláře byly rozmístěny v Ústí nad Orlicí a v okolních městech. Billboardy A0 jsou vytvořeny ve 4 verzích a mají své povinné, ale i nepovinné části. Propagují nejzajímavější filmy JS 2019.

I tento formát musí samozřejmě reflektovat design ročníku Jeden svět 2019. Je tedy rovněž poset otazníky a vykřičníky. Dalšími prvky jsou logo ročníku, logo festivalu Jeden svět vytvořené zformováním otazníků a vykřičníků a další.

- **Filmový formát**

Prvním a jedním z nejzásadnějších propagačních materiálů byl filmový formát, který měl za úkol nalákat diváky na nejzajímavější filmy festivalu. Byl vylepován ve dvou sériích podle dne, kdy byly dokumenty promítány. Dokument, který se promítal v prvních dnech, byl při druhém výlepu přelepen dalším dokumentem, které měl promítání v druhé půli festivalu.

V hlavičce jsou uvedeny povinné informace o festivalu a informace o ceně a druzích vstupenek. Nejdůležitější částí jsou samozřejmě podrobné informace o propagovaném filmu – fotografie, název v českém a anglickém jazyce, stopáž, režisér dokumentu, datum a čas promítání, krátký poutavý popis a následně delší synopse (krátký popis obsahu filmu) filmu. Billboard obsahuje také program celého dne, informaci, kdy se propagovaný film promítá, a odkazy na příslušné sociální sítě a webové stránky včetně již zmiňovaných piktogramů. Ve spodní části se nachází logo anebo jména všech sponzorů.



Obrázek 4 - Filmová verze billboardu ve formátu A0

- Programová verze

Programová verze obsahuje kompletní program festivalu Jeden svět 2019 v Ústí nad Orlicí včetně doprovodných akcí. V horní části jsou uvedeny opět ceny vstupenek a podmínky pro jejich zakoupení. Pod tímto prvkem je již samotný program celého týdne JS 2019 v Ústí nad Orlicí.

Program je uspořádán chronologicky. U každého dne jsou vyjmenovány dokumenty nebo doprovodné akce, které se tento den konají s časem jejich zahájení. U každého filmu je uveden název dokumentu v českém i anglickém jazyce, režisér, země původu, rok uvedení a stopáž filmu. Niž je dokument popsán krátkou anotací. U vybraných filmů je doplněn piktogram, který označuje, že dokument je přizpůsoben pro určitou skupinu hendikepovaných lidí. U doprovodných akcí je prezentován název, doplňující informace o akci a také krátká synopse. Ve spodní části se nachází odkazy na příslušné sociální sítě a webové stránky včetně zmiňovaných piktogramů, log anebo jmen všech sponzorů.

Obrázek 5 - Programová verze billboardu ve formátu A0

- **Verze s vizuálem roku 2019**

Jedná se pouze o upravenou verzi vizuálu JS 2019 pro velkoplošný formát A0. Jako každá verze obsahuje povinnou hlavičku s datem konání festivalu, tématem ročníku a dalšími povinnými prvky. Vizuál je doplněn informacemi o cenách a typech vstupenek o podmínkách jejich prodeje a o možnosti rezervace vstupenek na našem regionálním festivalovém webu www.js.spousti.cz. Vizuálová verze je doplněna všemi logy regionálních i celorepublikových sponzorů a stejně jako i v předešlých verzích nesmí chybět odkazy na sociální sítě a loga pořadatelů – SPOUSTI (regionální pořadatel) a Člověk v tísni, o.p.s. (celorepublikový organizátor).



Obrázek 6 - Vizuálová verze billboardu ve formátu A0

- **Verze s logy všech sponzorů**

Poslední verze je spíše poděkováním všem sponzorům (jak regionálním, tak celorepublikovým), že díky jejich podpoře bylo pořádání festivalu možné.

Jak tedy název napovídá, tato verze je zcela pokrytá logy sponzorů. Kromě povinné hlavičky další informace neobsahuje. Slouží jen jako poděkování sponzorům a jejím účelem je propagovat firmy, které festivalu peníze darovaly.

Vkládání propagačních prvků festivalu by nebylo etické.



Obrázek 7 - Sponzorská verze billboardu ve formátu A0

3.4.2 Brožura A4

Zásadní tiskovinou festivalu je brožura ve formátu oboustranné A4, která je v podstatě přeloženým formátem A3 na jeho delší straně. Finálně tvoří tedy formát A4. Za roky tvorby tohoto formátu získal pracovní název „dvoulíst“, který naprosto přesně vyjadřuje, jak tato tiskovina vypadá.

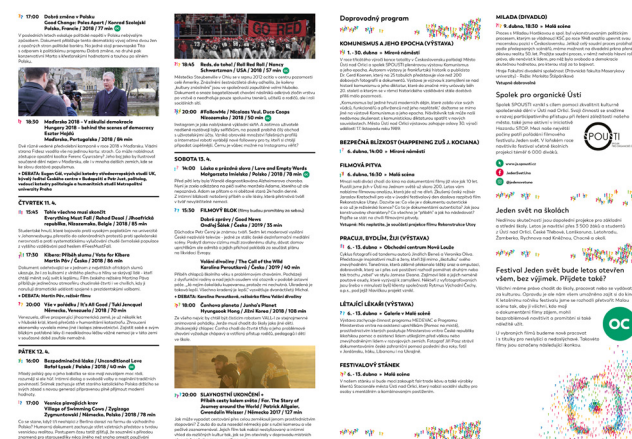
Hlavním formátem je proto, že obsahuje veškeré informace o týdnu, kdy festival probíhá. Samozřejmostí je také vzhled podle grafického manuálu ročníku.

Obsahuje:

- Filmový program celého festivalu se všemi dokumenty, které se během festivalového týdne budou promítat. Kromě data a času promítání je zde uveden český i anglický název filmu, stopáž, země vzniku a režisér. Informace o filmu jsou zakončeny krátkou synopsí neboli popisem děje.
- Doprovodný program se všemi doprovodnými akcemi a jejich stručným popisem.
- Základní informace o spolku SPOUSTI.
- Zmínku o tom, že nedílnou součástí festivalu jsou školní projekce a výpis měst, kde tyto školní projekce pořádá regionální festival Jeden svět Ústí nad Orlicí.
- A na závěr informace o tom, že festival jde vstříc i hendikepovaným divákům a cílem je, aby i oni si mohli festival vychutnat, jak jen to jde.



Obrázek 9 - Brožura A4, strana 1 a 2



Obrázek 8 - Brožura A4, strana 3 a 4

3.4.3 Plakáty pro propagaci v síti obchodů KONZUM

Obchodní družstvo KONZUM zajišťuje jednu z variant prodeje vstupenek. Na každé pokladně patřící obchodnímu družstvu si může kdokoli zakoupit vstupenku na festival. Pokladní systém v obchodech KONZUM je propojen s rezervačním systémem festivalu a je tedy možné evidovat, kolik vstupenek na určitý dokument bylo zakoupeno v síti prodejen zmíněného družstva. KONZUM je ale i velkým propagačním kanálem pro festival v Ústí nad Orlicí. Na každé prodejně jsou v období festivalu umístěny propagační materiály.

Aby KONZUM mohl skutečně přispět ke zviditelnění festivalu, bylo potřeba vytvořit několik verzí plakátů, dva v klasickém a dva v neobvyklém formátu. U prvně zmíněných bylo přihlédnuto k rozměrovému formátu, ale i ke grafickému manuálu, ve kterém je definováno, jak s designem pracovat. Jeden z neobvyklých formátů měl jeden rozměrový formát běžný, ale svojí orientací musel být přizpůsoben požadavkům obchodního družstva. Druhý právě naopak splňuje propozice orientace designu podle manuálu, ale má jiné rozměry formátů, než jsou na výšku běžné podle ČSN EN ISO 216.

Obsahově se jedná o totožné tiskoviny jako vizuálová verze A0.

Druhy formátů:

- Plakát v rozměru 110x160 mm
- Plakát v rozměru A1
- Plakát v rozměru A4 (na výšku)
- Plakát v rozměru A4 (na šířku)

3.4.4 Strana do časopisu Koridor v rozměru A5

Časopis Koridor je měsíčníkem vydávaným v Ústí nad Orlicí a jeho blízkém okolí zdarma. V každém čísle tohoto měsíčníku je delší rozhovor se zajímavou osobností z okolí Ústí nad Orlicí. Každé číslo obsahuje i reklamní sdělení. Jedním z těchto reklamních sdělení byly i informace o festivalu Jeden svět Ústí nad Orlicí.

Strana o rozměru A5 musela obsahovat celý týdenní program festivalu, ceny a informace o prodeji vstupenek, odkazy na sociální sítě a samozřejmě datum a místo konání festivalu. Nesměla chybět logo organizátorů (SPOUSTI) a centrálního pořadatele (Člověk v tísni, o.p.s.). Tiskovina je opět ve stejném vzhledu.

JEDEN SVĚT !?
6. – 13. dubna 2019
Ústí nad Orlicí, Malá scéna
www.jedensvet.cz

POŘÁDÁ ČLOVĚK V TÍSNI, o.p.s.
Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech
ORGANIZUJE SPOUSTI, z.s.
www.js.spousti.cz
JedenSvetÚO
@jedensvetuno

Program

SOBOTA 6. 4.
14:30 Český žurnál: Bratři Okamurové / Filip Remunda / Česko / 2018 / 92 min
16:30 Rekonstrukce Úřadu / Carl Javir / Švédsko, Norsko, Dánsko / 2018 / 98 min
19:30 SLAVNOSTNÍ ZAHÁJENÍ + EXIT – Dát extrémismu slohem / Karen Winther / Norsko, Německo, Švédsko / 2018 / 52 min + filmová pátka

NEDELE 7. 4.
14:00 Zabit zpravu / Eva Tomanová / Česko / 2019 / 75 min
15:30 Domáci zájaci / Alisa Kovalenko / Ukrajina, Francie, Polsko / 2018 / 90 min + debata
17:15 Ženy s rudými vlasy ze stělního prachu / Raza Farahmand / Iran / 2017 / 77 min + debata
19:30 Na jejích bedrech / Alexsandro Bombard / USA / 2018 / 94 min + debata

PONĚLÍ 8. 4.
16:00 Nová / Adalberto / Rusko / 2018 / 75 min
17:30 Anotace archa / Matthew Rytz / Kanada / 2018 / 57 min + debata
19:45 Vrt / Cynthia Wade, Sasha Friedlander / Indonésie / 2018 / 81 min

STŘEDA 10. 4.
15:30 Oblíbená místa / Vít Janáček, Zuzana Pluší / Česko, Slovensko / 2018 / 69 min
17:00 Dobrá zpráva / Polak / Koreal / 2018 / 77 min
18:30 Hladově 2018 – V silnici demokracie / Esther Hajdu / Maďarsko, Portugalsko / 2018 / 86 min + debata

ČTVRTEK 11. 4.
15:45 Tahle všechna musí skončit / Ralf Doss / Jihoafrická republika, Nizozemsko, Belgie / 2018 / 85 min
17:30 Kibernetický slum / Martin Rýř / Česko / 2018 / 86 min + debata
20:00 Všechno v pořádku / Taki Jencquel / Německo, Venezuela / 2018 / 70 min

PÁTEK 12. 4.
16:00 Bezpodmínečná láska / Rafal Łysak / Polsko / 2018 / 40 min
17:00 Venuše plovavých krav / Zygisaga Zygmuntowski / Německo, Polsko / 2018 / 78 min
18:45 Reže, do toho! / Nancy Schwartzman / USA / 2018 / 57 min
20:00 Follow-me / Nicolas Neul, Duca Congo / Nizozemsko / 2018 / 50 min

SOBOTA 13. 4.
14:00 Láska a přání / Malgorzata Inielka / Polsko / 2018 / 78 min
15:50 Dobrá zpráva / Ondřej Šedek / Česko / 2019 / 35 min
17:30 Vlny / Karolina Peroutková / Česko / 2019 / 40 min + debata
18:00 Černá planeta / Hyungsok Hong / Jižní Korea / 2018 / 108 min
20:00 SLAVNOSTNÍ UKONČENÍ + Příběh čtyř kolébek světa / Patrick Allgeier, Gwendolin Wasser / Německo / 2017 / 127 min

BEZPEČNÁ BLÍZKOST

Obrázek 10 - Strana v měsíčníku Koridor

3.4.5 Odznak s motivem JS 2019

Za dobu pořádání festivalu Jeden svět se staly tzv. „placky“ běžným reklamním předmětem, který mnozí sbírali napříč ročníky. V roce 2019 ale bohužel pražské vedení shledalo tento předmět nepotřebným, a proto jsme se rozhodli vytvořit vlastní. Design je založený na ročníkovém vizuálu. Používáme tedy barevné vykřičníky, které obtékají kolem hlavního loga roku 2019, a pod logem je uveden ročník festivalu společně s jeho tématem.



Obrázek 11 - Odznak pro Jeden svět 2019

3.4.6 Brožura (skládací) v rozměru 529 mm x 222 mm

Brožura patří mezi hlavní tištěné propagační materiály každého ročníku. Jsou v ní uvedeny veškeré informace o festivalu. Je sice vytvořena v rozměru 529 mm x 222 mm, ale následně je přeložena do 5 stran, které jsou oboustranné. Původní verze byla tvořena 4 stranami, ale kvůli většímu množství informací musela být tzv. „skládačka“ rozšířena na 5 stran. Prázdný prostor brožury je vyplněn vizuálovými otázníky a vytváří tak celkový vzhled brožury hravější a designově zajímavější.



Obrázek 12 - Brožura 529 mm x 222 mm, strana 1–5

Prvních 5 stran, z tiskového hlediska strana 1, je zaplněno hlavně praktickými informacemi o festivalu. Po stranách zprava do leva:

- Strana 1: vizuál, datum, místo, odkaz na web a téma festivalu. Při složení jde o horní, úvodní stranu.
- Strana 2: loga sponzorů (celorepublikových i regionálních), odkazy na soc. sítě, logo pořadatelů.
- Strana 3: povinný text, který popisuje téma festivalu a v záhlaví je odkaz na web, kde zájemci najdou podrobnější informace.
- Strana 4: popis doprovodného programu s daty a místy konání.
- Strana 5: ceny vstupenek a podmínky jejich zakoupení, představení spolku SPOUSTI, jeho činností a projektů. Následuje sdělení, že Jeden svět Ústí nad Orlicí organizuje promítání dokumentů i pro základní a střední školy v Ústí nad Orlicí a přilehlých městech. V poslední části je vysvětlen zelený piktogram s písmeny „OC“.

Všechny části zadní strany (tedy stránky 6-10) jsou zaplněny programem festivalu. Doplněny jsou fotografiemi z některých dokumentů, které se na festivalu promítaly. Každý dokument, který je přizpůsoben pro hendikepované, má vedle názvu a základních informací výše zmiňovaný piktogram.

Brožura byla distribuována do schránek v Ústí nad Orlicí a vybraných okolních obcích. K dostání byla také po celý týden přímo v místě konání festivalu, v Malé scéně, a také v ústeckých kavárnách, restauracích a na veřejných místech jako například v Základní umělecké škole Jaroslava Kociana v Ústí nad Orlicí.

3.4.7 Vstupenky na přednášku "Motivace v době blahobytu"

Jednou z hlavních doprovodných akcí byla přednáška Mariana Jelínka „Motivace v době blahobytu“. Počítalo se s velkým zájmem, a proto se konala v ústeckém Roškotově divadle. Bylo tedy nutné vytvořit design vstupenky, které budou obsahovat kromě názvu přednášky a ceny i číslo řady a sedadla. Grafika musela být v souladu s designem festivalu. Vzhledem k faktu, že v době zahájení prodeje vstupenek, nebyl design roku 2019 ještě znám, použili jsme meziročníkový design.



Obrázek 14 - Vstupenka na přednášku Mariana Jelínka "Motivace v době blahobytu"

3.4.8 Vstupenka na Jeden svět 2019 Ústí nad Orlicí

I pro samotný festival byl navržen design vstupenky, který respektuje vizuál roku 2019 a současně obsahuje i všechny informace. Po dohodě s organizátory nebyla však vstupenka nakonec použita kvůli nedostatku peněz v rozpočtu festivalu.



Obrázek 15 - Grafický návrh vstupenky na MFF Jeden svět 2019

3.5 Propagace na sociálních sítích

Pro propagaci na sociálních sítích jsme využívali dvě platformy, které v České republice patří k těm nejpoužívanějším – Instagram a Facebook. Obě mají stejného majitele, jsou provázané a placená propagace se tak velmi snadno vytváří pro obě platformy současně.

3.5.1 Filmové příspěvky

Součástí propagace prostřednictvím sociálních sítí bylo sdílení tzv. „filmových příspěvků“, tedy reklamních postů vztahujících se na filmy z programu festivalu. Byly navrženy tak, aby byly použitelné pro obě platformy bez nutnosti jakékoliv editace. Příspěvek byl tedy v poměru 1:1 a obsahoval fotku z dokumentu, níže na levé straně byl uveden název, režisér, země původu, rok vzniku a stopáž filmu. V případě, že po projekci následovala debata s autory, aktéry či odborníky z daného odvětví, byla tato informace zmíněna bezprostředně za uvedenými údaji. V pravé části příspěvku je viditelně umístěno datum a čas projekce dokumentu včetně označení „JS 2019“, což je zkratka festivalu Jeden svět 2019. Design tohoto příspěvku se opět drží ročníkového vizuálu.



Obrázek 17 - Grafický návrh příspěvku



Obrázek 16 – Již zveřejněný příspěvek na FB

Na druhém obrázku je vidět, jak příspěvek vypadal již zveřejněný na sociální síti. Posty byly publikovány postupně minimálně s týdenním předstihem před projekcí. Podobných příspěvků bylo vytvořeno dohromady 20.

3.5.2 Vytváření událostí festivalových dnů v rámci festivalu Jeden svět 2019

Součástí marketingových aktivit byla i tvorba událostí na Facebooku (Instagram tuto funkci neumožňuje). Jedna událost odpovídala vždy jednomu festivalovému dnu.



Obrázek 18 - Hlavička FB události

Událost měla vytvořený copywritingový popis, který vždy obsahoval chronologicky uspořádané synopsis k filmům společně s odkazem pro rezervaci vstupenek v rezervačním systému. Popisek zahrnoval rovněž cenu vstupenky.



Obrázek 19 - Popisek události

Plán dne byl dalším prvkem, který byl obsažen v události k festivalovému dni. Byl to jinými slovy program daného dne, kde byly uvedeny názvy filmů, čas promítání a doplňující údaje například debaty, filmové pitvy (filmová pitva je v žargonu festivalu míněn rozbor filmu po projekci) a další.

Plán · čtvrtek 11. duben 2019	
15:45 až 17:10	Tohle všechno musí skončit / Everything Must Fall
17:30 až 18:56	Kibera: Příběh slumu / Vote for Kibera
20:00 až 21:10	Vše v pořádku / It's All Good

Obrázek 20 - Plán události

Součástí tvorby výše zmíněných facebookových událostí, byla tvorba programů jednotlivých dnů festivalu. Pro každý den festivalu bylo tedy potřeba vytvořit samostatnou grafiku programu, kde byly uvedeny všechny filmy, které se ten den promítaly. Celkově bylo tedy vytvořeno 7 samostatných grafik. Lidé tak mohli najít informace o určitém dni na jednom místě, což minulý ročník tak snadné nebylo.

JEDEN SVĚT
Mezinárodní festival
dokumentárních filmů o
lidských právech

Program
SOBOTA 6. 4.

14:30
Český žurnál: Bratři Okamurové
Czech Journal: The Okamura Brothers
Filip Remunda / Česko / 2018 / 92 min
Populističtí politik, huboce věřící křesťan a úspěšný architekt. Tři bratři a každý úplně jiný. Netradiční pohled na dvěma jedné česko-japonské rodiny. Jak resourdou bratřskou touhu formoval nelehké dětství? A dokážou spolu vyjít dnes, kdy každý stojí na jiném břehu? Mikrosvět bratří Okamurových jako by byl typickým příkladem rozdělení dnešní české společnosti.

16:30
Rekonstrukce Utøya / Reconstructing Utøya
Carl Javér / Švédsko, Norsko, Dánsko / 2018 / 98 min
Jak se dá zrekonstruovat něco tak strašlivého? Několik přelivších se pomocí mladých herců a prostřednictvím intimního scénického experimentu pokouší zprostředkovat zůstvek útoku na norský letní tábor v roce 2011. Uprostřed trny prázdného skladiště se rozehrává představení...
+ FILMOVÁ PITVA s režisérem Jaroslavem Kratochvílem

19:30
SLAVNOSTNÍ ZAHÁJENÍ +
EXIT - Leaving Extremism Behind
Karen Winther / Norsko, Německo, Švédsko / 2018 / 52 min
Jako teenagerka toužila po akci a společnosti, které by ji přijalo. Když její očekávání nenaplnili anarchisté, přidala se k neonacistům. Jaký moment ji nakonec přiměl k opuštění extremistického prostředí?
+ DEBATA: Fatima Rahimi, novinářka Deniku Referendum, Jan Charvát, autor knihy Společný politický extremismus a radikalismus

BEZPEČNÁ BLÍZKOST
www.js.spousti.cz
 JedenSvetUno
 @jedensvetuno

Filmy označené touto ikonkou obsahují titulky pro neslyšící

Obrázek 21 - Verze programu ze dne 6. 4. 2019

Program byl potom vkládán jako náhledový obrázek ke každému dni. V hlavičce měl všechny základní prvky a plnil tedy i funkci náhledového obrázku. Při rozkliknutí byl poté vidět celý program dne.

3.5.3 Dokumentace průběhu festivalu prostřednictvím InstagramStories

InstaStories jsou velmi populární formou sdílení obsahu u mladých lidí, na které chceme cílit. Proto jsme se rozhodli hlavní festivalové okamžiky dokumentovat právě touto formou.



Obrázek 22 - InstaStory – zahájení festivalu



Obrázek 23 - InstaStory – debata k filmu Anoteho archa



Obrázek 24 - InstaStory – debata k filmu EXIT – Dát extremismu sbohem

3.6 Tvorba nového webu Jeden Svět Ústí nad Orlicí

Jedním z úskalí festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí byla nedostatečná webová prezentace. Lidé měli tudíž problém s hledáním informací o festivalu. Webové stránky jsou v dnešní době používány jako hlavní zdroj informací, a proto bylo zcela zásadní, aby festival byl propagován jejich prostřednictvím.

Každý regionální festival dostává svou sekci na oficiálních stránkách festivalu www.jedensvet.cz. Zde vyplní svůj program, místo a datum konání a doprovodný program společně s kontakty na organizátory a s novinkami z regionálního festivalu. Informace jsou zde však skryté za množstvím nabídek a podstránek, přes které se uživatel musí proklikat. Tento prostor je rovněž nedostačující pro vytvoření unikátní identity regionálního festivalu. I to byly důvody, proč organizační tým z Ústí nad Orlicí sekci využíval v posledních ročnících jen zčásti.

Informace o regionálním festivalu v Ústí nad Orlicí byly v posledních letech umístěny na webu organizátorského spolku SPOUSTI na adrese www.spousti.cz. Jelikož se ovšem SPOUSTI věnuje vícero akcím, bývaly informace k festivalu umístěny pouze v jednom článku. Velké množství nestrukturovaných informací působilo pro mnoho návštěvníků chaoticky a neuspořádaně. Web SPOUSTI byl napojen na rezervační systém plug-inů Events Manager a Spousti tickets, kde bylo možné si zamluvit vstupenky přes internet.

Naším cílem bylo vytvořit místo, kde by bylo možné nalézt všechny nezbytné informace o regionálním festivalu, zarezervovat vstupenky a dozvědět se více informací z festivalového světa. Hned od začátku jsme si stanovili několik cílů a zásad, které jsme chtěli dodržet při tvorbě samotné webové stránky:

1. Web musí být přehledný, aby se na něm zorientoval úplně každý.
2. Web musí obsahovat všechny potřebné informace smysluplně strukturované.
3. Web by měl být stylován do ročníkové grafiky a měl by být navržen i tak, aby se jeho design dal snadno měnit s dalšími ročníky festivalu.
4. Web musí obsahovat rezervační systém, tak jako jeho předchůdce.
5. Web musí být responzivní – musí se správně zobrazovat na všech typech zařízení.
6. Web by měl být zadarmo a neměl by využívat prémiových funkcí.

Následovala otázka, jak přistoupit k samotnému psaní webové stránky. Nabízela se možnost si web napsat od začátku pomocí HTML a CSS. Z důvodu nedostatku času, náročnosti zpracování a požadavku na co nejnižší náklady, byla zavržena. Logickým krokem bylo tedy využití volně dostupného redakčního systému, jakými jsou WordPress, Webnode a jiné. WordPress se zdál jako nejlepší volba už od začátku, a to z důvodů:

- Existence WordPress plug-inu Spousti tickets pro Events Manager, který již několik let fungoval a nebyl důvod ho nahrazovat něčím jiným.
- Stávající web SPOUSTI byl vytvořen rovněž ve WordPressu, a organizátoři byli schopni přispívat na web sami.
- Již jsme několik webů na WordPressu vytvořili, a tudíž víme, co očekávat, a můžeme zvolit nejvhodnější přístup.

Provedli jsme tedy instalaci WordPressu na subdoménu www.js.spousti.cz. Na webu spousti.cz se totiž informace o festivalu nacházely doposud a chtěli jsme, aby se adresa nezdála návštěvníkům tolik cizí.

3.6.1 Design webu

Během prvních dní jsme naplánovali celkový design. Zvolili jsme oficiální WordPress šablonu Twenty Seventeen pro její volnou dostupnost a oficiální podporu. Šablona se nám líbila především díky vysokému úvodnímu obrázku, který poskytoval potenciál umístit hlavní vizuál Jednoho světa do záhlaví.

Další výhodou šablony bylo jednoduché a prostorné menu, které se mělo stát rozcestníkem pro návštěvníky webu. Očekávali jsme totiž různorodé návštěvníky, každý bude hledat na webu něco jiného: zástupci škol budou chtít navštívit školní projekce, stále fanoušky zaujmou novinky a mnozí budou web používat pouze jako prostředek pro rezervaci vstupenek. Z těchto důvodů bylo klíčové, aby stránka měla výrazný prvek, který bude sloužit jako navigace.

Jednotlivé stránky byly tvořeny prostřednictvím plug-inu Elementor, který nám umožnil stavět stránku z přednastavených bloků, zatímco zachovával všechny možnosti pokročilých úprav jako editace CSS vlastností prvků. Pokud bylo potřeba změnit styl části, která nemohla být editována pomocí Elementoru, nebo šablony, upravili jsme její vzhled pomocí možnosti doplnit vlastní CSS do webu v sekci Přizpůsobení.

Jelikož hlavní barvy ročníku 2019 byly růžová a tmavě zelená na bílém pozadí, chtěli jsme do těchto barev ladit i celý web. Proto je celý design založen na světlém motivu. Tlačítka a odkazy využívají ročníkových barev pro hover efekty (efekty při najetí kurzorem na prvek). Pomocí vlastních CSS stylů jsme rovněž na web importovali font „Boston“ z FTP serveru, aby web vypadal stejně jako zbytek materiálů.

Podobnost webu a zbylých propagačních materiálů je ze své podstaty naprosto klíčová, neboť by si lidé měli být schopni spojit Jeden svět a otazníky a vykřičníky obsažené ve vizuálu. Stejný vzhled způsobí, že člověk přicházející na web z URL uvedené na plakátu, bude hned vědět, že je na správné stránce. V ideálním případě dojde ke spojení vizuálu a jména v povědomí návštěvníků a ti budou schopni identifikovat festival Jeden svět pouze při spatření designu.

Speciální roli na našem webu hrají oddělovače – úzké bloky rozmístěné mezi oddíly textu, které mají za úkol zpřehlednit orientaci na stránce a oddělit sekce, které k sobě nepatří. Tyto oddělovače mají jako své pozadí nastavený ročníkový vizuál s otazníky a vykřičníky, který je statický, takže během scrollování na stránce dochází k efektu dvojitého pozadí.

Zápatí jsme se rozhodli nechat jednoduché. Obsahující pouze logo SPOUSTI, naše jména, odkaz na stránku „O festivalu“, odkaz na web SPOUSTI a oficiální stránky festivalu a sociální ikony odkazující na Facebook, Instagram a kontaktní email ústeckého organizačního týmu.

3.6.2 Struktura stránek

Vzhledem k požadavkům na přehlednost webu jsme se rozhodli nedělat web metodou single page (vše na jedné straně) a rozdělit informace do několika podstránek, které budou následně navzájem propojeny odkazy.

Uživatelé navštěvují web většinou pouze za jedním účelem (nejčastěji rezervace vstupenek nebo zjištění termínu projekce). Proto byla struktura webu navržena tak, aby související informace byly pohromadě na jedné stránce a návštěvníci našli danou věc bez zbytečného hledání a pročítání množství informací.

- **Úvodní stránka**

Úvodní stránka je místem, kam se návštěvník dostane po zadání URL webu a na kterou ho s největší pravděpodobností odkáže vyhledávač. Potřebovali jsme tudíž, aby homepage obsahovala všechny důležité informace a zároveň byla stručná a přehledná.

Hned pod hlavičku jsme tedy umístili základní informace o festivalu jako celku a důvody, proč by ho měl zajímat. Ve dvou krátkých odstavcích jsme popsali zaměření festivalu a snažili se uživatele zaujmout širokou nabídkou filmů a doprovodných akcí. Druhý odstavec jsme věnovali jeho ústecké podobě a představili spolek SPOUSTI, který festival v Ústí nad Orlicí organizuje. Nechybí zásadní informace o prostorách Malé scény, kde se většina festivalových akcí odehrává, a závěrem jsou připojeny odkazy na oficiální web Jednoho světa a stránky SPOUSTI.

Bezprostředně pod úvodní texty jsme umístili logo a motto (podtitul) festivalu, které je umístěno na všech propagačních materiálech a slouží spolu s jednotným stylem webu a tiskovin k ověření, že se jedná o totožnou akci (návštěvník na první pohled rozpozná stejné prvky a je si jist, že našel to, co hledal).

- **Program**

Stránka „Program“ měla jednoduchý cíl. Měla obsahovat seznam všech filmů, které budou v rámci festivalu promítány, poskytovat informace o nich a nabízet možnost rezervace vstupenek.

Dosáhli jsme toho pomocí plug-inu Events Manager, který sám do určené stránky doplní karty předem vyplněných událostí. Každá událost je tedy do seznamu zařazena podle data a času konání. Jakmile akce proběhne (systém vyhodnotí časový údaj) událost se sama automaticky skryje, čímž dochází ke značnému zpřehlednění seznamu. Součástí stránky je také vyhledávací pole, které slouží k filtrování filmů, hledá-li uživatel jeden konkrétní film. Jednotlivé události jsou vygenerované Events Managerem, jejich vzhled jsme ovšem editovali pomocí vlastních CSS stylů zadaných do sekce „Vlastní CSS“ v přizpůsobení šablony tak, aby ladil s celkovým designem ročníkové grafiky.

Filmy jsou rozřazeny dle dní a u každého filmu se zobrazuje čas promítání, jeho český a anglický název a náhledový obrázek. Připojeny jsou dvě tlačítka: „Více o filmu“ a „Rezervovat“.

Při rozkliknutí „Více o filmu“ se návštěvníkovi zobrazí dodatečné informace jako jméno režiséra, země původu, rok vydání a stopáž. Následují dvě synopse: krátká napsaná tučným fontem, která má upoutat uživatelovu pozornost, a dlouhá popisující film detailněji.

Stisknutí tlačítka „Rezervovat“ přesměruje návštěvníka na samostatnou stránku filmu, kde je krom všech potřebných informací instalován plug-in Spousti tickets, jehož prostřednictvím je možné si rezervovat lístek. Uživatel vyplní jméno a e-mailovou adresu a lístek si následně vyzvedne na pokladně. Plug-in rovněž automaticky uzavře rezervaci hodinu před samotným promítáním. Tehdy začíná prodej zbylých vstupenek pouze na pokladně. Místo rezervačního formuláře se pod synopsemi ukáže pouze text „Rezervace jsou uzavřeny“.

Na stránku „Program“ se lze dostat hned několika způsoby:

- z hlavního menu, kde je hned druhou položkou zleva
- z domovské stránky ze sekce „Program“
- z domovské stránky a ze stránky „O festivalu“ prostřednictvím stejnojmenného tlačítka vedle ceníků vstupenek

- **Pro školy**

Jelikož si mnohé školy z okolí každoročně objednávají školní projekce pro své studenty, bylo potřeba udělat samostatnou stránku pouze pro zástupce škol. Rovněž bylo nutné zajistit, aby stránka byla snadno přístupná a vedlo na ni dostatek odkazů.

V úvodní části stránky jsme charakterizovali, co školní projekce jsou a k čemu slouží.

Spolu s úvodem je zde uvedeno časové rozmezí, ve kterém se projekce pro školy konají, neboť školní projekce obvykle začínají ještě před samotným zahájením festivalu.

Následuje kontakt na koordinátorku školních projekcí v Ústí nad Orlicí, paní Alici Červinkovou. Je zde uveden jak email, tak telefonní číslo. Pod kontaktem je umístěna nabídka filmů pro školy, kterou lze zobrazit prostřednictvím dvou odkazů vedoucích na webové stránky Jednoho světa. První směřuje na nabídku pro první stupeň základních škol, další na seznam pro druhý stupeň základních škol a střední školy. Je zde rovněž tlačítko umožňující zástupci školy stáhnout nabídku filmů ve formátu pdf přímo z našeho FTP serveru. V dalším oddíle je uveden seznam míst, kde se školní projekce budou konat. Jednotlivé položky jsou zároveň odkazy na příslušnou podstránku, kde je uvedena adresa a nezbytné kontakty.

Na stránku „Pro školy“ vede odkaz z hlavního menu, jde o třetí položku zleva. Úvodní stránka obsahuje hned vedle ceníku vstupenek tlačítko s názvem „Kontakt pro školní projekce“, které slouží také k přechodu na stránku „Pro školy“. Stejně tlačítko je umístěno i na stránce „O festivalu“ pod kontaktem na organizátory.

- **Doprovodný program**

Stránka „Doprovodný program“ sloužila k představení veškerých doprovodných akcí festivalu Jeden svět 2019 v Ústí nad Orlicí. Spadalo sem například úterní divadlo, přednáška kouče Mariana Jelínka, výstavy, ale i Fair Trade stánek nacházející se hned vedle pokladny.

Vzhledem k ohromnému množství informací a událostí jsme se rozhodli každé akci věnovat vlastní sekci s názvem, datem konání, popisem a ilustračním obrázkem. Mezi sekce byly pro přehlednost umístěny oddělovače.

Na stránku s doprovodným programem je odkazováno z hlavního menu, kde se nachází na čtvrtém místě zleva, a rovněž na úvodní straně v oddíle Program.

- **Novinky**

Stránka „Novinky“ byla poměrně jednoduchou záležitostí. Jednalo se o výčet všech napsaných článků, který umožnil uživateli výběr. Pomocí Elementoru jsme do stránky vložili prvek, který slouží jako seznam všech novinek. Ten vkládá automaticky všechny články z rubriky „Novinky“ do stránky. Postupem času články přibývaly a stránka se tedy plnila obsahem.

Každý článek se na stránce prezentuje náhledovým obrázkem a názvem článku. Při najetí myši na obrázek se zobrazí několik prvních znaků z článku, tedy náhledový text. Kliknutí na obrázek uživatele přesměruje na detail článku, kde si jej může přečíst.

Na stránku „Novinky“ vede odkaz z hlavního menu, kde se nachází na pátém místě zleva. Na hlavní stránce se rovněž nachází zmenšená verze seznamu novinek, kde se zobrazují pouze dvě nejnovější.

- **O festivalu**

Na stránce „O festivalu“ najde návštěvník základní informace týkající se festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí jako zaměření festivalu, kontakty na organizační tým, seznam sponzorů a dodatečné informace.

Jak později prokázalo testování, stránka „O festivalu“ je nejintuitivnější volbou pro hledání jakýchkoliv informací, proto bylo klíčové, aby odsud vedly odkazy na ostatní důležité sekce.

Hned v první části stránky se nachází obecné informace o festivalu Jeden svět, kdo ho pořádá a za jakým účelem. Rovněž je zde uvedeno téma festivalu, které sem bylo doplněno na základě uživatelské zkušenosti, jak je popsáno níže. V další části se nachází kontakty na organizátorský spolek SPOUSTI a tlačítko vedoucí na stránku se školními projekty.

V sekci za oddělovačem je umístěno krátké sdělení, komu bude věnován výtěžek festivalu. V roce 2019 se jím stal Domácí hospic Alfa-Omega z Ústí nad Orlicí. Následuje krátký popis fungování hospicu a náplně práce jeho zaměstnanců. Záměrem textu je přesvědčit návštěvníky, že peníze ze vstupného jdou na dobré účely. Je zde rovněž tlačítko vedoucí na stránky zdejší oblastní charity, která hospic provozuje a kde se uživatel může dozvědět více.

Za dalším oddělovačem se nachází ceny vstupného, a to jak jednotlivých, tak celodenních vstupenek či festivalových pasů. Jsou sice dohledatelné i na úvodní straně, ale jde o natolik klíčové informace, že nám přišlo vhodné je umístit i sem. Připojeny jsou instrukce, jak si opatřit vstupenky. Lístky lze zakoupit přímo v síti prodejen KONZUM nebo je rezervovat na webu prostřednictvím tlačítka „Rezervovat vstupenky“ vedoucí na stránku s programem, kde je možné rezervaci provést.

Zvláštní sekce je věnována sponzorům festivalu. Existence festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí závisí na sponzorských darech, proto je klíčové zde zmínit všechny, kdo nějakým způsobem přispěli k jeho uspořádání. Sponzoři se dělí do pěti kategorií podle výše jejich daru, který nemusí být jen finanční, ale může se jednat o službu (např. propůjčení sálu, sleva na propagaci apod.). V závislosti na úrovni sponzorské kategorie jsou loga škálována velikostně. Loga pěti „jedničkových“ sponzorů jsou proto největší a jsou umístěna v horní části. Loga nejmenší a nejnižší postavená patří menším donátorům. I přesto, že web byl vytvářen úplně od základů, bylo po domluvě s organizátory začleněno do sponzorské smlouvy umístění loga na webu.

Poslední část stránky se věnuje místu konání festivalu – ústecké Malé scéně. Informace je sice zmiňována opakovaně napříč celým webem, zde se však nachází i mapa s lokací Malé scény a přesnou adresou.

Na stránku „O festivalu“ je umístěn odkaz v hlavním menu, kde se nachází na posledním místě zleva. I když by se mohlo zdát, že toto umístění neodpovídá důležitosti stránky, jedná se o nejintuitivnější umístění, neboť na většině webů jsou odkazy na informační stránky umísťovány v menu vždy co nejvíce doprava. Na stránku rovněž vede odkaz v zápatí webu nazvaný „O festivalu/Kontakt“. Zde se opět jedná o místo, kde se podobný odkaz běžně umísťuje, napomáhá tedy návštěvníkovi najít hledané informace intuitivním způsobem.

3.6.3 Testování

Poté, co byl web po vzhledové a obsahové stránce kompletní, nastal čas otestovat, jak si s ním poradí běžní uživatelé. Často se totiž stává, že co se tvůrci zdá přehledné a intuitivní, je pro návštěvníka bez předchozí znalosti pravým opakem. Jako testující dobrovolníci posloužili členové našich rodin. Vybrali jsme deset lidí různého věku, pohlaví a zkušeností s internetem a dali jim zadání sestávající z deseti úkolů:

1. Najdi, kde a kdy se koná festival v Ústí nad Orlicí.
2. Zjisti, který film bude během letošního festivalu promítán jako úplně první.
3. Najdi, co je festivalový pas a kolik stojí.
4. Najdi, jaké je téma letošního festivalu.
5. Zjisti, kde se koná školní projekce v Letohradě.
6. Najdi, kde se nachází Fair Trade stánek, který je zařazen jako doprovodný program.
7. Udělej rezervaci na film „Ženy s náušnicemi ze střelného prachu“.
8. Zjisti, koho je třeba kontaktovat v případě zájmu o školní projekci.
9. Najdi regionální sponzory festivalu.
10. Zjisti, jak bude naloženo s výtěžkem festivalu.

Tyto úkoly měly prověřit, jak snadné je na webových stránkách najít informace týkající se různých oblastí festivalu. Testovacímu uživateli jsme zobrazili stránku a dali jsme mu neomezené množství času. Během testování jsme sledovali jejich postup a sbírali poznatky.

Každý z deseti testovacích uživatelů zvládl splnit všechny úkoly bez cizí pomoci v rámci patnácti minut. Přestože se web ukázal jako přehledný a intuitivní, rozhodli jsme se díky opakujícím se akcím testovacích uživatelů přikročit k několika úpravám, která měla vylepšit uživatelskou zkušenost.

V rámci čtvrtého úkolu, měl uživatel najít a zapsat téma festivalu, které znělo „Bezpečná blízkost“. Tato slova společně s titulkem „letošní téma“ byla umístěna na hlavní stránce hned pod hlavním nadpisem a úvodním textem. Šest z testerů ovšem okamžitě přešli na stránku „O festivalu“, která dle jejich úsudku měla největší šanci tuto informaci obsahovat a až po neúspěšném hledání zde, zamířili na domovskou stránku. Po zvážení výsledku tohoto cvičení jsme doplnili informaci o tématu festivalu i do stránky „O festivalu“.

V podobném duchu se nesly i otázky č. 3 a 9. V úkolu 3 bylo třeba zjistit, co je a kolik stojí tzv. festivalový pas. Tato informace se rovněž nacházela na titulní straně, avšak po testování byla doplněna i do stránky pojednávající o festivalu. V devátém úkolu zase měl uživatel najít regionální sponzory, kteří byli umístěni v patičce webu. Po skončení testu byli ovšem kompletně přesunuti na stránku „O festivalu“. Nejen, že spousta testerů je hledala právě tam, ale několik z nich do té doby vůbec nescrollovalo dostatečně dolů, aby odhalili loga v zápatí.

Vzhledem k tendenci uživatelů navštěvovat stránku „O festivalu“ jsme umístili do těla strany tlačítka a odkazy, které měly uživatele navést na správnou stránku v případě, že hledal informaci na nesprávném místě. Takto vzniklo tlačítko odkazující na rezervaci vstupenek a kontakt pro školní projekce.

Mimo těchto několik drobných úprav web prokázal, že je intuitivním zdrojem informací, kde se zorientují i starší uživatelé a lidé bez rozsáhlejších informatických znalostí.

3.6.4 Optimalizace pro vyhledávače (SEO) a klíčová slova

Za účelem optimalizace webu pro vyhledávače jsme na něj nainstalovali plug-in Yoast SEO, který stanovuje klíčová slova a hodnotí, do jaké míry jsou stránky přizpůsobeny zobrazování ve vyhledávačích pro tyto fráze.

Od začátku jsme věděli, že nechceme soupeřit o výsledky vyhledávání s hlavním webem festivalu Jeden svět. Z tohoto důvodu jsme vyloučili obecná klíčová slova typu „jeden svět“ a „jeden svět 2019“. Naším cílem bylo totiž působit na okolí Orlickoústecka a cílit pouze na návštěvníky regionálního festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí. Proto jsme se rozhodli pro více specifické klíčové výrazy.

Stěžejním se stal „jeden svět ústí nad orlicí“. Klíčový výraz nezahrnuje rok konání, neboť web bude působit napříč ročníky. Zmíněné heslo bylo klíčovým slovem pro hlavní stránku. Každá další stránka webu poté obsahovala totéž klíčové slovo doplněné o název stránky (nebo blízký ekvivalent názvu). Takto vznikla klíčová slova:

- jeden svět ústí nad orlicí program
- jeden svět ústí nad orlicí školy
- jeden svět ústí nad orlicí novinky
- jeden svět ústí nad orlicí kontakt

Pomocí plug-inu Meta G Words, který umožňuje doplnit více klíčových frází jako doplňkové, jsme stanovili další kombinace hesel. Začali jsme kombinacemi, které cílily na ročník 2019:

- jeden svět ústí nad orlicí 2019
- jeden svět ústí nad orlicí 2019 program
- jeden svět ústí nad orlicí 2019 školy
- jeden svět ústí nad orlicí 2019 novinky
- jeden svět ústí nad orlicí 2019 kontakt

Následně jsme ještě do každé ze stránek doplnili klíčové fráze obsahující výrazy, které jsou s festivalem Jeden svět v Ústí nad Orlicí spojovány:

- festival jeden svět ústí nad orlicí
- festival jeden svět ústí nad orlicí 2019
- jeden svět malá scéna
- jeden svět malá scéna ústí nad orlicí
- jeden svět spousti
- jeden svět ústí nad orlicí spousti

Yoast SEO se rovněž stará o zpětnou vazbu k optimalizaci jednotlivých stránek. Pomocí této zpětné vazby jsme byli schopni vylepšit obsah stránek tak, aby vyhovoval hodnocení vyhledávačů. Mezi hodnocené vlastnosti stránky patří skutečnost, že jsou hlavní klíčové fráze obsaženy v nadpisech a odstavcích, že existuje dostatek interních odkazů (vedoucích na jinou stránku na stejném webu) a externích odkazů (vedoucích na jiný web), že jsou vyplněné atributy alt u obrázků a že stránka obsahuje daný minimální počet slov.

Dalším hodnoceným prvkem je náhled stránky jako výsledku ve vyhledávání. Zde se hodnotila délka nadpisu a popisku, které nesměly být příliš krátké, ani přesahovat optimální délku vymezenou samotným Yoastem. Nebylo opominuto ani zahrnutí klíčové fráze v nadpisu, popisku a slugu (krátké frázi obsažené za lomítkem v url adrese webu).

Díky zmíněným úpravám jsme byli schopni dosáhnout nejlepších výsledků v Yoast hodnocení pro všechny stránky s výjimkou homepage, u které to bohužel nebylo možné kvůli zvýšeným nárokům na počet znaků u titulních stránek. Nebýt tohoto požadavku, dosáhla by stránka stejného výsledku jako ostatní, kde byla většina bodů splněných.

3.7 Videotvorba

Jelikož byly na sociální síti umisťovány trailery a upoutávky k filmům, chtěli jsme i jejich prostřednictvím propagovat festival Jeden svět v Ústí nad Orlicí. Proto jsme vytvořili jednoduché intro (úvodní animaci) a outro (závěrečnou animaci), které se umístily před upoutávku a za ni.

Úvodní animace zobrazovala logo festivalu – otazník a vykřičník, které mezi sebou postupně odhalí a zase zakryje název a podtitul festivalu.

V závěrečné animaci vidíme opět téma festivalu a odkaz na web, kolem kterého se „třesou“ vykřičníky a otazníky, ústřední motiv festivalu. Po chvíli text zmizí a na jeho místě se objeví datum a místo konání festivalu.

Animace jsou sloučeny a nahrány na portál YouTube jako neveřejné video na tomto odkazu: <https://youtu.be/5Ej1rVFt71Q>

3.8 Dokumentace festivalu

Zpětná propagace festivalu je rovněž důležitá, neboť umožní ukázat lidem, co se dělo minulý ročník a zaujmout je natolik, aby navštívili ten příští. Z toho důvodu jsme chtěli ročník 2019 zdokumentovat prostřednictvím fotografií a webových článků.

Tyto způsoby propagace budou využity k naplnění obsahu webu a sociálních sítí a vyvolají u publika dojem, že akce „žije“.

3.8.1 Fotografie

Fotodokumentace je pro upoutání pozornosti návštěvníků klíčová, neboť ukazuje obraz celé akce a vizuální změny jsou pro člověka natolik silné, že jedna fotka dokáže upoutat mnohonásobně více, než jakýkoliv skvělý a výrazný text. Během celého festivalu v Ústí nad Orlicí jsme pořizovali fotografie, které se následně objevily na webu a sociálních sítích.

Účel fotografií by se dal rozdělit do dvou skupin:

- Dokumentační: fotografie zachycující události
- Propagační: fotografie vzbuzující zájem

První typ fotografií jednoduše dokumentoval události. Jejich účel bylo zachytit vše důležité a podat o tom divákovi zprávu. Fotografie zachycovaly především důležité osobnosti na jevišti, slavnostní zahájení, debaty a výstavy, vystavené objekty a nástěnky.

Účelem druhého typu fotografií bylo upoutat pozornost, vzbudit zájem potenciálních návštěvníků a získat ilustrativní obrázky pro články a příspěvky na sociálních sítích. Jedná se o detaily prvků festivalu Jeden svět jako plakáty, letáky a vstupenky, a také o snímky zachycující emoce návštěvníků festivalu. Byly pořizovány během celého týdne průběžně mezi filmy, při debatách a na akcích doprovodného programu.

3.8.2 Články

Hlavním účelem článků na novém webu bylo informovat o uplynulých událostech a tím promovat veškerý program festivalu Jeden svět. Odkazy na články byly sdíleny na sociálních sítích, kde měly zaujmout fanoušky, kteří nás zde sledovali.

Články byly samozřejmě doprovázeny autentickými fotografiemi z událostí. Nejvýraznější a nejvýstižnější z nich byla určena jako náhledová fotografie, tzn. zobrazovala se v náhledu článku na webu i na sociálních sítích, a rovněž se objevila v hlavičce článku. Vybraná fotografie musela mít dobrou výpovědní hodnotu (mělo být na první pohled jasné, jakou událost zobrazuje) a rovněž zaujmout oko diváka. Proto při tvorbě článku procházely snímky pečlivým výběrem.

První články byly ze zákulisí festivalu jako například zpráva o nahrávání spotu s rádiem Orlicko, nebo odkazy na rozhovory s hosty regionálního festivalu. Dále už následovaly články z akcí a doprovodného programu s cílem propagovat dění kolem festivalu a nalákat čtenáře k účasti. Článek o divadle „Milada“ konaném v rámci doprovodného programu byl zvláštní žánrem, neboť se spíše jednalo o recenzi nežli o zprávu.

3.9 Podzimní připomínka festivalu Jeden svět a projekt #babiJede

Každým rokem se na podzim po festivalu Jeden Svět koná v Malé scéně akce neoficiálně zvaná „podzimní připomínka“ – kulturní akce, která slouží jako propagace festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí v období mezi ročníky, kdy neexistuje moc způsobů, jak jej zviditelnit. Obvykle se jedná o promítání dokumentu z filmotéky „Promítej i ty“ s následnou debatou. V roce 2019 jsme se rozhodli pro něco odlišnějšího.

Před konáním připomínky přišli organizátoři ze SPOUSTI s vlastním projektem inspirovaným zahraničním projektem Cycling without age (Cyklistika bez věkových hranic). Projekt umožňuje seniorům vyrazet na cyklovýlety na speciálních kolo-rikšách, které řídí dobrovolníci.

Ústeckému projektu jsme dali jméno #babiJede. Chtěli jsme pro projekt vymyslet chytlavý název, který by zároveň mohl sloužit jako hashtag pro sociální sítě, kde jsme chtěli oslovit dobrovolníky pro řízení rikš. Mimo samotné označení bude projekt znám pod hashtagy #babiJede a #dědaJede.

SPOUSTI se rozhodlo představit #babiJede právě na „podzimní připomínce“ Jednoho světa 2019. Program akce jsme tedy volili v souladu se zmíněným projektem. Jako film k projekci byl z filmotéky „Promítej i ty“ vybrán tematický film „Projekt babička“ pojednávající o třech filmařích, kteří vypráví příběhy svých babiček.

3.9.1 Projekt #babiJede

Nejdříve jsme museli navrhnout grafické podklady k projektu #babiJede, aby bylo možné projekt vizuálně prezentovat viz. příloha č.4.

Vzhledem k optimistickému ladění celého projektu jsme zvolili veselý ilustrovaný styl. Jelikož měl být projekt prezentován pod dvěma hashtagy (#babiJede, #dědaJede), chtěli jsme udělat vizuální styl pro každý z nich. Logem pro #babiJede se stala ilustrace babičky jedoucí na kolo-rikše řízené dobrovolníkem. Pro #dědaJede jsme pouze nahradili babičku dědečkem a změnili barevnou paletu.

Rozdílné barevné palety měly být právě tím detailem, který bude na první pohled odlišovat dané dva hashtagy. Pro #babiJede byla vybrána oranžová a modrá jakožto primární barvy, #dědaJede oproti tomu používá hlavně zelenou a červenou. Obě palety potom mají světle modrou jako sekundární barvu.

S použitím log byly následně navrženy různé tématické verze ilustrací s názvy např. „Babi jede za vnoučaty“, „Babi jede na kafe“, „Děda jede na fotbal“ a „Děda jede na pivo“. Ilustrace se držely stylu loga a byly z nich pak vytvořeny plakáty.

Pro účely webu a sociálních sítí jsme vytvořili prostý vizuál nejvíce inspirovaný plakátem „Babi jede za vnoučaty“, kdy rikša projíždí krajinou. Pro zachování barevné palety babička projíždí podzimní přírodou, zatímco dědeček letní.

Na financování projektu měl být použit výtěžek „podzimní připomínky“ a rovněž následujícího ročníku Jednoho světa v Ústí nad Orlicí. My – celý organizační tým – jsme si ovšem přáli, aby lidé mohli přispívat přímo a mít z toho dobrý pocit, a ještě by jim zůstalo něco na památku. Proto jsme navrhli design placek, které si lidé mohli zakoupit na festivalu Jeden svět.

3.9.2 Podzimní připomínka festivalu Jeden Svět 2019

Jakmile byl schválen vzhled pro projekt #babiJede, mohli jsme vytvořit podklady k „podzimní připomínce“. Šlo o celkem snadný úkol, neboť jsme dostali již hotové podklady k filmu „Projekt babička“ z filmotéky Promítej i ty. Zbývalo pouze doplnit informace o projekci a zprávu, že na ní bude odhalen projekt #babiJede.

O zmíněném projektu bylo třeba dát vědět seniorům. Proto se organizátoři rozhodli pro marketingový tah, kdy návštěvníci kina, kteří s sebou přivedli alespoň jednoho ze svých prarodičů, dostali dárek. Touto odměnou byly dvě vstupenky na nadcházející ročník Jednoho světa v Ústí nad Orlicí. Proto bylo nutné vytvořit také design pro zmíněný poukaz.

- **Plakát A5**

Pomocí podkladu z filmotéky jsme vytvořili plakát ve formátu A5, který měl být roznesen po městě. Na plakát byly dodány informace o promítání, stejně jako oznámení o dárku při návštěvě kina s prarodiči. Do spodní části bylo umístěno plánované odhalení projektu #babiJede.



Obrázek 25 - Plakát ve formátu A5
k podzimní připomínce JS

- **Grafika na sociální sítě**

Neboť se sociální sítě festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí staly běžně používaným kanálem, bylo nutné promovat projekci i zde. Byly vytvořeny dva formáty:

- čtvercový obrázek pro příspěvek na Facebooku i Instagramu
- náhledový obrázek pro Facebook událost

Tyto obrázky obsahovaly stejný vizuál jako plakát a informace o projektu #babiJede



Obrázek 26 - Náhledový obrázek pro Facebook událost

- **Poukaz na dvě vstupenky na Jeden svět Ústí nad Orlicí 2020**

Poukaz, který byl rozdáván jako dárek pro návštěvníky s prarodiči, se držel meziročníkového designu, neboť v době jejich designování nebyl znám design dalšího ročníku festivalu.



Obrázek 28 - Poukaz na dvě vstupenky na Jeden svět Ústí nad Orlicí 2020

3.10 Vyhodnocení efektivity naší strategie

Nedílnou součástí každé marketingové kampaně je vyhodnocení její efektivity. Jelikož kampaň na sociálních sítích a webu běžela prvním rokem, nemáme srovnání s předchozími ročníky. Tato data získáme až během ročníku 2020.

Místo toho jsme alespoň schopni porovnat data jako návštěvnost festivalu, procento prodeje lístků přes internet a náklady na propagaci festivalu, která nám poskytl spolek SPOUSTI.

3.10.1 Statistika z webu a sociálních sítí

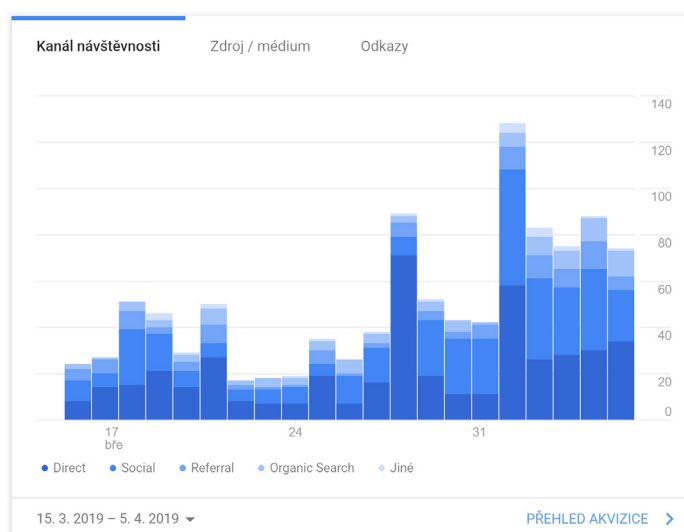
- Google Analytics

Prvním měřeným obdobím je období před festivalem, tj. od 15. března 2019, kdy byl web oficiálně spuštěn, do dne před zahájením festivalu 5. dubna 2019, což je v součtu 21 dní. V tomto období jsme měli na webu více než 1 100 návštěv od 677 uživatelů s průměrnou dobou trvání relace 3 minuty a 44 sekund. Velmi zajímavá je zde míra okamžitého opuštění, která je nulová.



Obrázek 29 - Statistika návštěvnosti webu JS Ústí nad Orlicí v prvním měřeném období

V tomto období byl web teprve ve stádiu indexace vyhledávačů, a proto návštěvy jsou hlavně z přímého zadání URL odkazu do prohlížeče a ze sociálních sítí. Tyto dvě možnosti jsou naprosto většinové. Za nimi jsou se zlomky návštěv z doporučení – „Referral“ (odkaz na webu SPOUSTI, sdílení přes Facebook Messenger a podobné komunikační platformy) a poté samozřejmě organické vyhledávání.



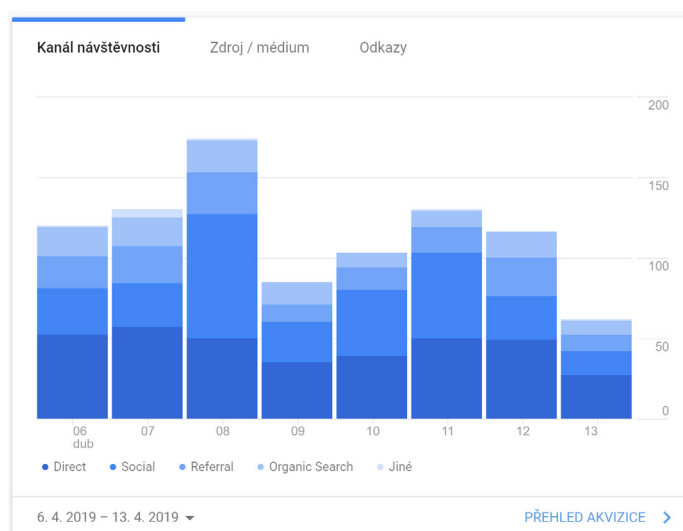
Obrázek 30 - Statistika druhů cest, odkud uživatelé přicházeli na web JS Ústí nad Orlicí v prvním měřeném období

Druhým obdobím bylo 8 dní, kdy se samotný festival konal tzn. 6. dubna – 13. dubna 2019 (8 dní). V tomto období byl web navštíven přesně 920krát od 507 uživatelů. Snížila se průměrná doba trvání relace na 2 minuty a 15 sekund. Míra okamžitého opuštění se zvýšila na 0,76 %, což je naprosto zanedbatelné.



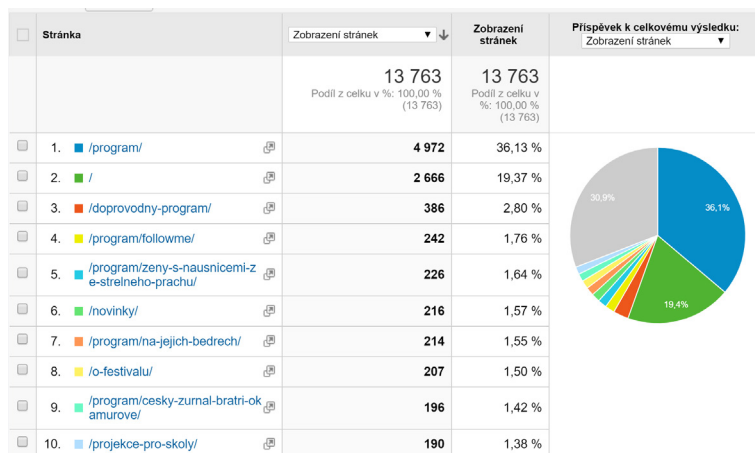
Obrázek 31 - Statistika návštěvnosti webu JS Ústí nad Orlicí v druhém měřeném období

Cesty, odkud se na web přicházelo, se v druhém období příliš nezměnily. Pořadí druhů cest se nezměnilo a jejich poměr je také v celku stejný.



Obrázek 32 - Statistika druhů cest, odkud uživatelé přicházeli na web JS Ústí nad Orlicí v druhém měřeném období

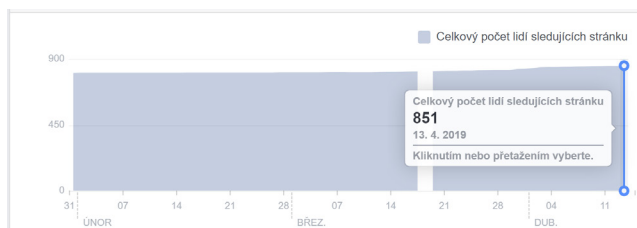
V celém období (15. března – 13. dubna 2019) se potom stal nejzobrazovanější stránkou program festivalu, který měl 4 972 zobrazení, druhá je hlavní strana s 2 666 zobrazení a třetí příčku obsadil doprovodný program s 386 zobrazeními.



Obrázek 33 - Statistika počtu nejzobrazovanějších stránek na webu JS Ústí nad Orlicí v obou obdobích

• Sociální sítě

Facebook za celé období, kdy byla spuštěna propagace na sociálních sítích, což je od 31. ledna do 13. dubna 2019, nasbíral 47 nových sledujících. Na začátku propagace měl 805 sledujících a na jejím konci 851.



Obrázek 34 - Statistika nových sledujících FB stránky v období od 31. ledna do 13. dubna 2019

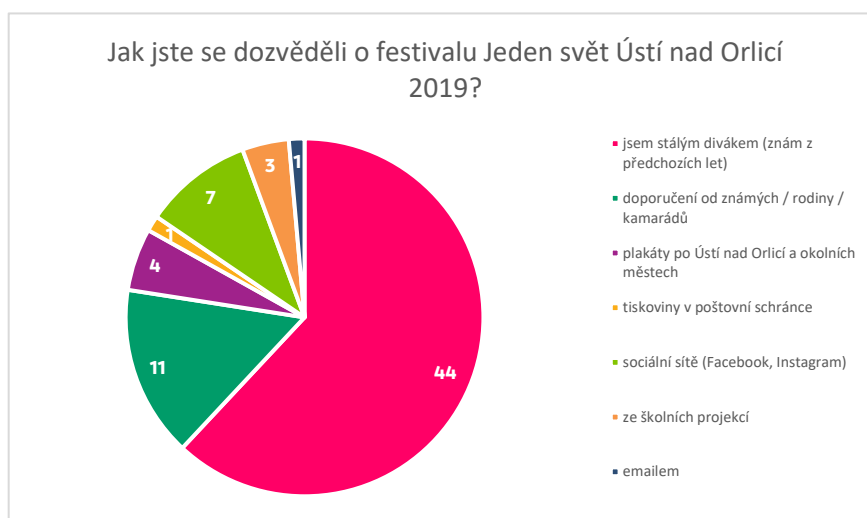
U Instagramu žádné závěry bohužel vyvozovat nemůžeme, protože tato platforma neposkytuje žádné podrobné analytické statistiky.

3.10.2 Dotazník spokojenosti s novým webem

Po ukončení festivalu jsme na sociální sítě umístili odkaz na dotazník s cílem sbírat statistiku o spokojenosti s novými platformami. Stejný odkaz byl zároveň rozeslán emailovým newsletterem.

Web obsahoval tři základní otázky a dvě doplňkové, které se uživatelé zobrazily po specifické odpovědi. Za 6 týdnů dotazník nasbíral 71 odpovědí.

První otázka byla: „Jak jste se dozvěděli o festivalu Jeden svět v Ústí nad Orlicí 2019?“



Graf 1 - Vyjádření o tom, jak se diváci dozvěděli o festivalu Jeden svět Ústí nad Orlicí 2019

Z odpovědí je zřejmé, že většina návštěvníků z festivalu jsou stálí návštěvníci, kteří festival znají již z předchozích let. Druhou nejčastější odpovědí je „doporučení od známých/rodiny/kamarádů“. Sociální sítě (Facebook a Instagram) jsou na třetím místě, což znamená, že naše nové propagační kanály dokázaly na festival přilákat nové diváky. Následuje propagace pomocí plakátů po městě.

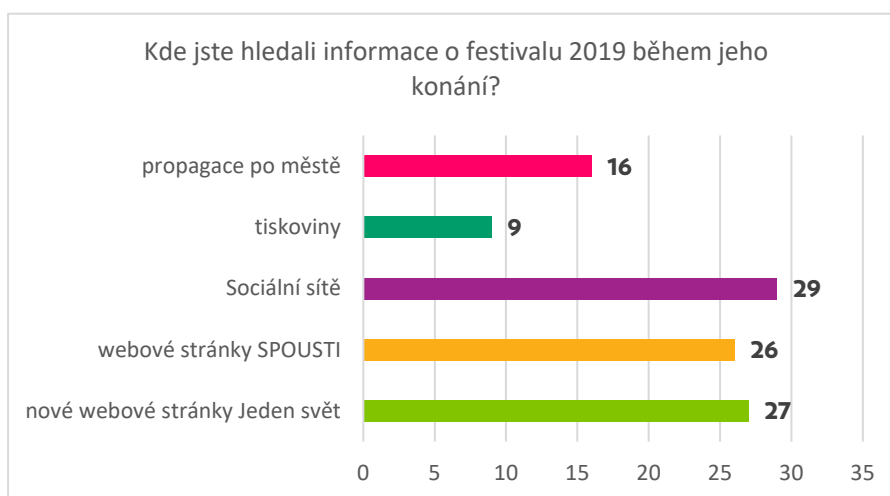
Zajímavým výsledkem je odpověď „ze školních projekcí“, která naznačuje, že i samotné školní projekce dokáží zapůsobit natolik, že se divák začne o festival zajímat i ve volném čase. Po jedné odpovědi dostaly možnosti „email“ a „tiskoviny v poštovní schránce“.



Graf 2 - Věkové kategorie návštěvníků, kteří se o festivalu dozvěděli skrze sociální sítě

Odpověděl-li návštěvník „sociální sítě“, byl dotázán, do jaké věkové kategorie spadá. Tímto jsme chtěli zjistit, jakou věkovou kategorii jsme byli schopni nově oslovit.

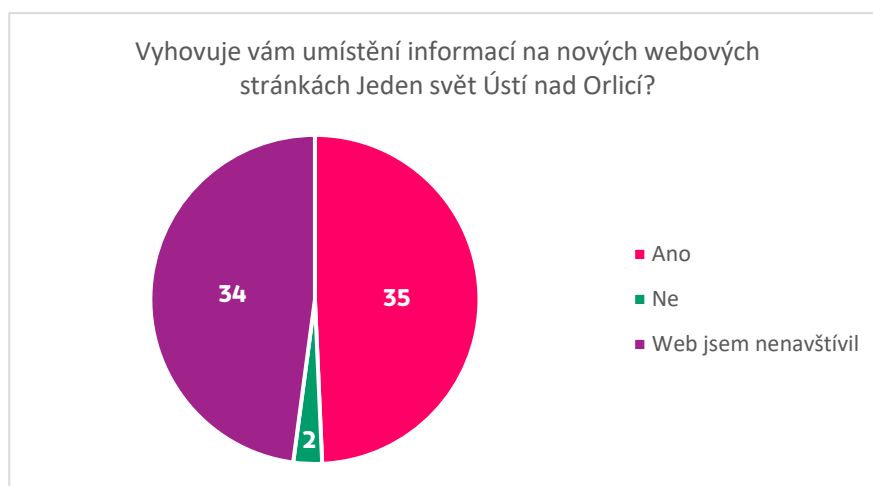
Z této sekce dotazníkového šetření jsme získali bohužel pouze velice málo odpovědí na relevantní závěry. Přesto odpovědi alespoň naznačují, že se jedná především o mladší generaci návštěvníků. 5 dotázaných zaškrtnulo, že jim je do 20 let. I přes to jsme na sociálních sítích oslovili dva nové návštěvníky nad 20 let.



Graf 3 - Zdroje informací návštěvníků během festivalu

Další otázkou bylo „Kde jste hledali informace o festivalu 2019 během jeho konání?“ Zde mohl uživatel zaškrtnout více odpovědí.

Zde sociální sítě společně s novým webem vynikly jako hlavní zdroje informací. Častou odpovědí rovněž byly webové stránky SPOUSTI, kde informace byly umístovány doposud. Je tudíž jasné, že návštěvníci jsou zvyklí navštěvovat tento web z předchozích ročníků a časem se přeorientují na nový. Méně odpovědí nasbírala odpověď „propagace po městě“, která se zaměřuje především na zajímavé filmy a nejhůře dopadly tiskoviny.



Graf 4 - Spokojenost s novým webem

Poslední otázkou byl dotaz na spokojenost s umístěním informací na novém webu Jednoho světa v Ústí nad Orlicí.

Z odpovědí jsme zjistili, že zhruba polovině dotázaných umístění vyhovuje. Druhá polovina diváků ani nový web nenavštívila. Z této informace usuzujeme, že bychom příští rok měli pracovat na zviditelnění nového webu a postupně nahrazovat ten starý v povědomí diváků.

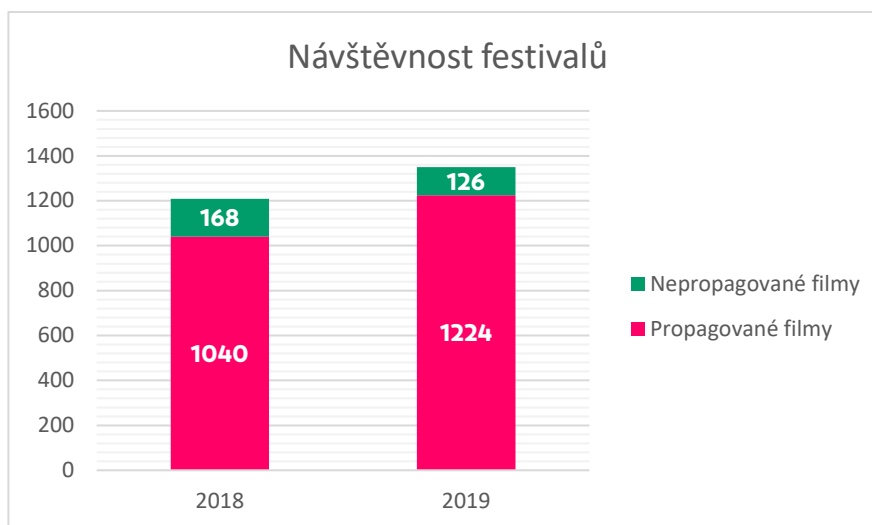


Graf 5 - Důvody nespokojenosti s webem

Zajímavým výsledkem jsou i dvě odpovědi „Ne“. Pro případ této odpovědi jsme měli nachystanou dodatečnou otázku proč tomu tak je.

Z toho jsme dokázali zjistit, že příčinnou nespokojenosti je zvyk z předchozích let hledat informace na webu SPOUSTI.

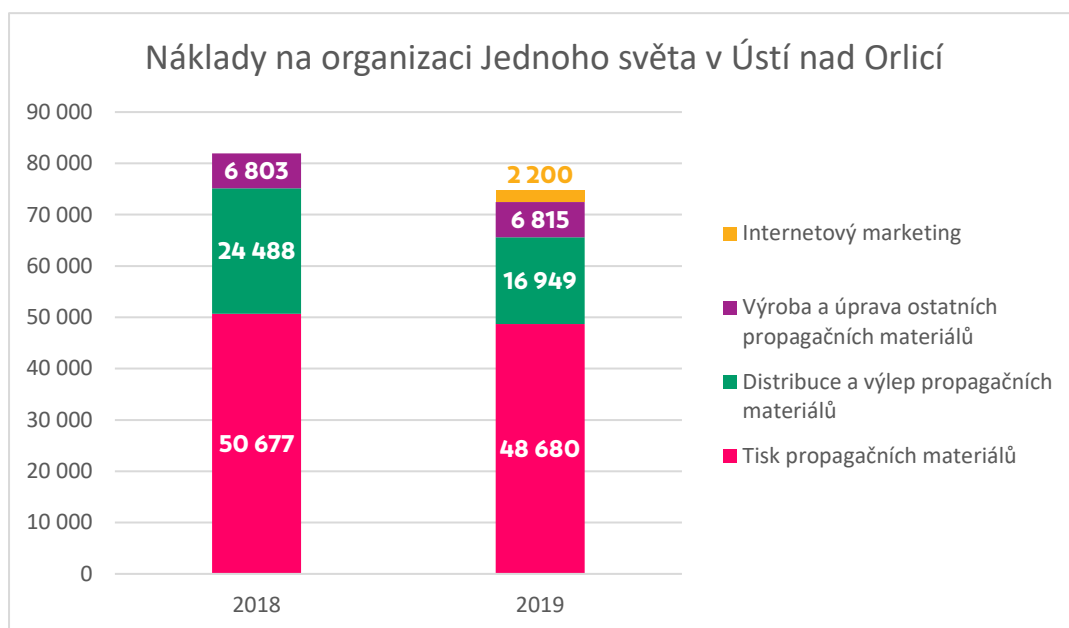
3.10.3 Dopad nové strategie na ročník festivalu 2019 v porovnání s předchozím ročníkem



Graf 6 - Návštěvnost festivalů 2018 a 2019

Jelikož neexistují data z loňského ročníku, nelze porovnat webové statistiky a data ze sociálních sítí. Můžeme ovšem zkusit zjistit dopad naší strategie podle údajů, které máme, jako je návštěvnost, procenta prodaných lístků přes web apod.

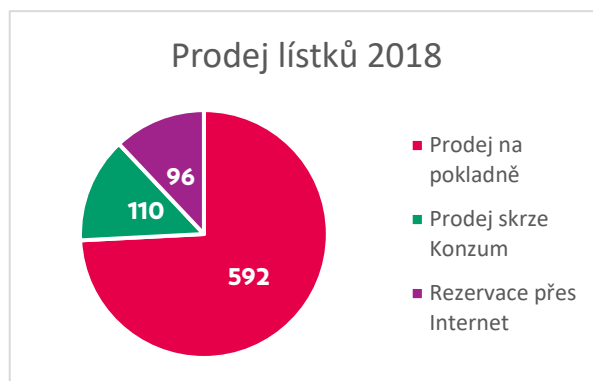
I přes poměrně razantní snížení návštěvnosti nepropagovaných filmů – o 25 % došlo k navýšení návštěvnosti propagovaných filmů o 17,7 %. Jedno z možných vysvětlení je, že i přes klesající "přirozený" zájem o tematiku festivalu (pokles u nepropagovaných filmů) došlo právě díky kvalitnímu marketingu k nárůstu návštěvnosti u propagovaných filmů. Dalším vysvětlením může být i fakt, že zvýšeným marketingovým tlakem jsme některé potenciální návštěvníky nepropagovaných filmů zlákali k filmům propagovaným. Důležitým výsledkem je však především 11,8% nárůst celkové návštěvnosti (ročník 2018: 1208 návštěvníků a ročník 2019: 1350 návštěvníků).



Graf 7 - Porovnání nákladů na organizaci v letech 2018 a 2019

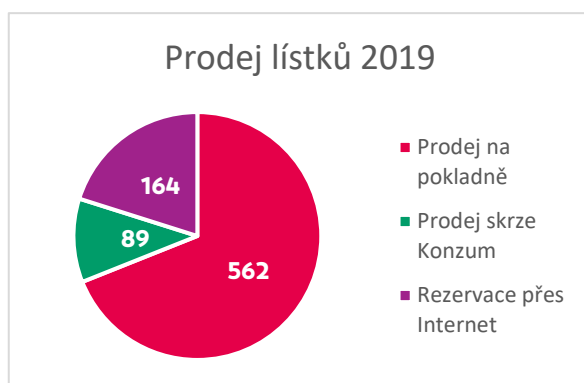
Propagovanými filmy se myslí filmy, které byly propagovány na plakátech po městě v obou ročnících a v roce 2019 navíc na sociálních sítích. Jelikož byl počet filmů v roce 2019 nižší o jeden film, je vyloučeno, že by nárůst byl způsoben větším počtem projekcí.

Při porovnání nákladů vidíme značnou úsporu oproti ročníku 2018, která vznikla vypuštěním propagace na plakátových plochách a poplatky za výlep. I při nahrazení této položky propagací na sociálních sítích stále došlo k ušetření částky, která následně mohla být připočtena k výtěžku festivalu.



Graf 8 - Způsob zakoupení lístků na JS v roce 2018

Celkové náklady za rok 2018 činily 81 958 Kč a v roce 2019 pouze 74 644 Kč. Náklady na propagaci tedy klesly o 9,1 %. Do snížení nákladů na reklamu bychom mohli promítnout i roční inflaci, která by reálný rozpočet na reklamu ještě opticky snížila. O to větším úspěchem je zvýšení návštěvnosti o více než 11 %.



Graf 9 - Způsob zakoupení lístků na JS v roce 2019

Porovnáme-li způsob nákupu lístků na festival, odhalíme, že oproti ročníku 2018 stoupl v tom letošním procento rezervace lístků skrze webové stránky. Rezervační systém je tedy přehlednější než v roce 2018 a zároveň lépe propagován.

3.10.4 Porovnání úspěchu ročníků 2018 a 2019 v jiných festivalových městech

Abychom vyloučili možnost zvýšení návštěvnosti pouze díky zajímavým filmům ročníku festivalu 2019, zkontaktovali jsme organizátory regionálních festivalů v Sušici a Pelhřimově a požádali je o srovnání návštěvnosti z roků 2018 a 2019.

Organizátoři obou festivalů nám potvrdili, že rok 2018 byl na poli návštěvnosti úspěšnější oproti ročníku 2019. Pokles návštěvnosti se v obou festivalech pohyboval okolo 10 %.

Můžeme tedy vyloučit zvýšený zájem o regionální festival v Ústí nad Orlicí jen kvůli větší divácké atraktivitě filmů a tématu.

4 ZÁVĚR

Tato práce se zabývala přepracováním marketingové strategie regionálního festivalu dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět v Ústí nad Orlicí s cílem přilákat na festival nové návštěvníky, především z řad mladých lidí.

V rámci nové strategie jsme vytvořili propagační materiály v souladu s designem festivalu Jeden svět 2019, které ale splňovali regionální požadavky, spustili jsme nový web speciálně pro regionální festival v Ústí nad Orlicí a oživilí stránky na sociálních sítích zajímavými příspěvky.

Díky tomu jsme dokázali zvednout návštěvnost regionálního festivalu, přilákat nové diváky a zároveň snížit náklady na propagaci. Rovněž jsme dostali Jeden svět v Ústí nad Orlicí do povědomí mladší generace.

Ačkoliv na regionálních festivalech v ostatních městech byla návštěvnost oproti minulému ročníku nižší (v průměru o cca 10 %), podařilo se nám návštěvnost v Ústí nad Orlicí naopak o 11 % zvýšit, a to i přes pokles celkového rozpočtu na propagaci o 9 %.

V práci bylo zahrnuto i dotazníkové šetření, ze kterého vyplynulo, že jsou návštěvníci spokojeni s novou tváří regionálního festivalu Jeden svět.

Do dalších ročníků se budeme soustředit především na zdokonalování současné strategie díky možnosti porovnání dat se současným ročníkem a zpětné vazby od návštěvníků festivalu.

5 POUŽITÁ LITERATURA

1. SVĚTLÍK, Jaroslav. Marketing – cesta k trhu. 4. upravené vydání. Praha: VŠPP, 2018. ISBN 978-80-86847-81-8
2. Marketingový mix 4P (Marketing Mix 4P). Sociální síť pro business - ManagementMania.com [online]. c2011-2016 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/marketingovy-mix-4p>
3. Jak na Internet: Sociální sítě. Jak na Internet [online]. CZ.NIC, c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1751/socialni-site/>
4. 18 Reasons Why Social Media Marketing Is Important For Any Business. The Content Factory [online]. c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.contentfac.com/9-reasons-social-media-marketing-should-top-your-to-do-list/>
5. The Importance of a Website for Your Business Success. LYFE Marketing: Social Media Management Company [online]. Atlanta (Georgia): LYFE Marketing, c2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://www.lyfemarketing.com/blog/importance-of-a-website/>
6. Why Having A Website Is Important. Profitworks: Marketing & SEO Services [online]. Waterloo (Ontario): Profitworks [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://profitworks.ca/blog/297-why-having-a-website-is-important>
7. Co je to copywriting a proč je důležitý? Shoptet blog: Blog o e-shopech a světě e-commerce [online]. Shoptet.cz, c2008-2020 [cit. 2020-03-08]. Dostupné z: <https://blog.shoptet.cz/co-je-copywriting-a-v-cem-tkvi-jeho-dulezitest/>
8. HTML documentation. DevDocs API Documentation [online]. freeCodeCamp, 2019 [cit. 2020-02-02]. Dostupné z: <https://devdocs.io/html/>
9. WordPress. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-01-31]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress>
10. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org. WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://wordpress.org>
11. Twenty Seventeen – Šablona Wordpressu. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/themes/twentyseventeen/>
12. Elementor: #1 Free WordPress Page Builder. Elementor.com [online]. 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://elementor.com>
13. Elementor: #1 Free WordPress Page Builder. Elementor.com [online]. Elementor, 2020 [cit. 2020-02-01]. Dostupné z: <https://elementor.com/about/>

14. Events Manager – Plugin Wordpressu. Blog Tool, Publishing Platform, and CMS - WordPress.org [online]. WordPress Foundation, 2020 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/plugins/events-manager/>
15. Yoast SEO: the #1 WordPress SEO Plugin. Yoast: SEO for everyone [online]. Wijchen: Wijchen, c2003-2020 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: <https://yoast.com/wordpress/plugins/seo/>
16. Autoptimize Expert Services. Autoptimize Pro Services [online]. 2020 [cit. 2020-02-29]. Dostupné z: <https://autoptimize.com/>
17. O festivalu: Filmový festival Jeden svět. Filmový festival Jeden svět [online]. Praha: Člověk v tísni, c1999-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.jedensvet.cz/festival/o-festivalu>
18. Jeden svět. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Jeden_svět
19. Homo Homini. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Homo_Homini
20. O projektu: Promítej i ty! Promítej i ty! [online]. Praha: Člověk v tísni, c2013-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.promitejity.cz/o-projektu/>
21. O festivalu: Filmový festival Jeden svět. Filmový festival Jeden svět [online]. Praha: Člověk v tísni, c1999-2019 [cit. 2019-11-24]. Dostupné z: <https://www.jedensvet.cz/festival/o-festivalu>
22. Počítačová grafika. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Počítačová_grafika
23. Earliest Examples Of Computer Animation in Film. Your3DSources.Com [online]. Your3DSources.com, 2011 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.your3dsources.com/earliest-computer-animation.html>
24. 9. Rastrová grafika. In: STRÁNKY K VÝUCE INFORMATIKY: URČENÉ NEJEN PRO STUDENTY GYMNÁZIA VLAŠIM [online]. c2020 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://www.ivt.mzf.cz/seminar/9-rastrova-grafika/>
25. Scalable Vector Graphics. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Scalable_Vector_Graphics
26. Barevný model. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Barevný_model

27. The Story Behind Adobe Illustrator (Part 1 of 3) | Adobe Creative Cloud. In: Youtube [online]. 14.05.2014 [cit. cit. [2020-02-03]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=1gaCKT_Ncdk. Kanál uživatele Adobe Creative Cloud.
28. Koupit Adobe Illustrator: Software pro vektorovou grafiku. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/illustrator.html>
29. Adobe Illustrator CC Alternatives and Similar Software. AlternativeTo: Crowdsourced software recommendations [online]. Švédsko: Ola and Markus [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://alternativeto.net/software/adobe-illustrator/>
30. Adobe InDesign. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign
31. Koupit Adobe InDesign: Software pro vektorovou grafiku. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/indesign.html>
32. Adobe InDesign CC Alternatives and Similar Software. AlternativeTo: Crowdsourced software recommendations [online]. Švédsko: Ola and Markus [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://alternativeto.net/software/adobe-indesign/>
33. Adobe Photoshop. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop
34. Koupit Adobe Photoshop: Nejlepší software pro úpravu fotografií, obrázků a grafický design. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/photoshop.html>
35. Adobe Photoshop CC Alternatives and Similar Software. AlternativeTo: Crowdsourced software recommendations [online]. Švédsko: Ola and Markus [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://alternativeto.net/software/adobe-photoshop/>
36. Koupit Adobe Lightroom: Software pro úpravy a správu fotografií. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/photoshop-lightroom.html>
37. Adobe After Effects. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects

38. Koupit Adobe After Effects | Software pro vizuální efekty a pohyblivou grafiku. In: Adobe ČR: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. c2020 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/aftereffects.html>

6 SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

EPS	Encapsulated PostScript
SVG	Scalable Vector Graphics
JS	Jeden svět
MFF	Mezinárodní filmový festival
SPOUSTI	spolek pro organické Ústí

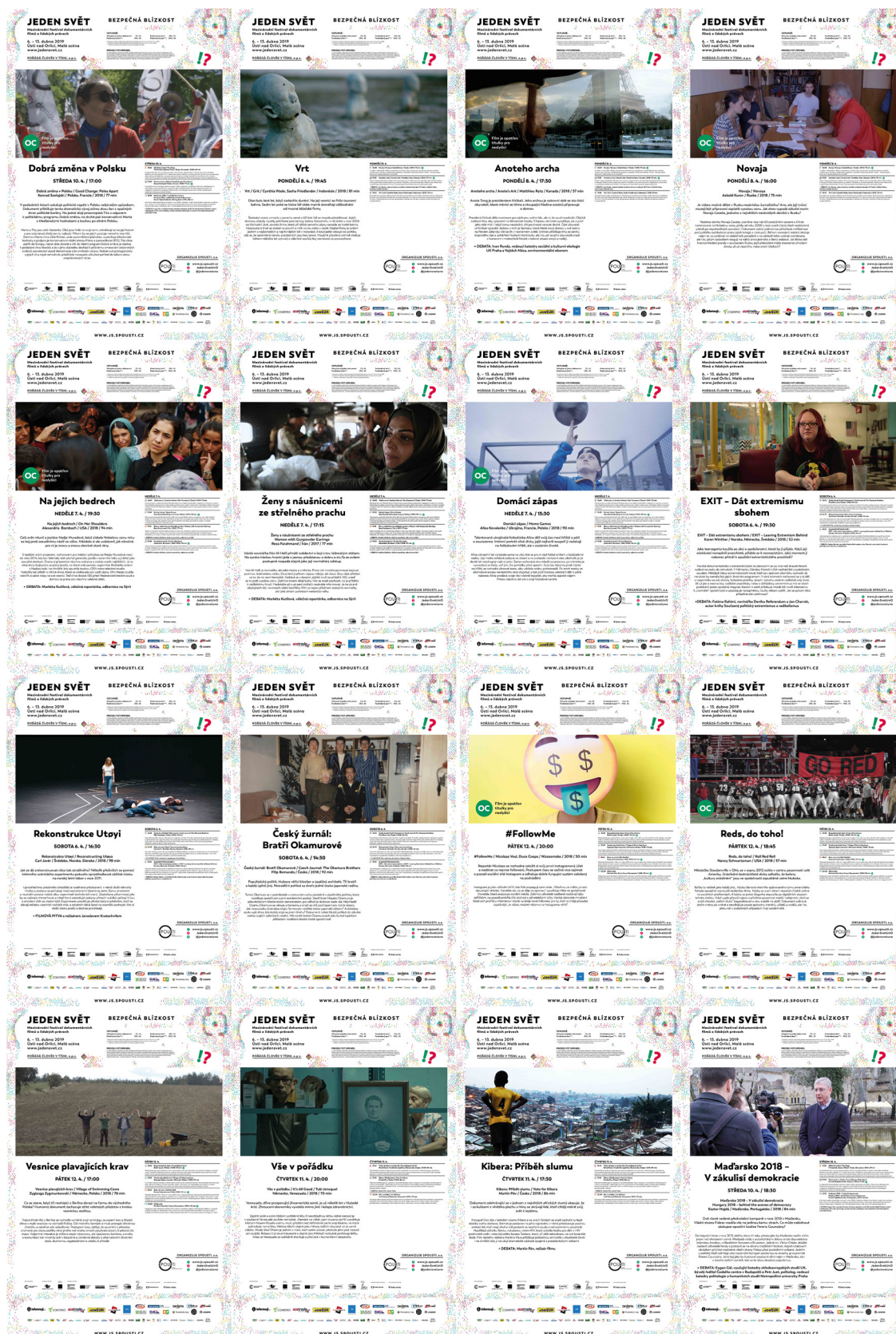
7 SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Obrázek 1 - Vizuál designu Jednoho světa 2019 "Bezpečná blízkost"	20
Obrázek 2 - Zobrazení všech regionálních sponzorů včetně log, které byly různými způsoby editovány.....	22
Obrázek 3 - Piktogramy inspirované designem 2019.....	23
Obrázek 4 - Filmová verze billboardu ve formátu A0.....	25
Obrázek 5 - Programová verze billboardu ve formátu A0.....	26
Obrázek 6 - Vizuálová verze billboardu ve formátu A0.....	27
Obrázek 7 - Sponzorská verze billboardu ve formátu A0	28
Obrázek 9 - Brožura A4, strana 3 a 4	29
Obrázek 8 - Brožura A4, strana 1 a 2	29
Obrázek 10 - Strana v měsíčníku Koridor	31
Obrázek 11 - Odznak pro Jeden svět 2019	31
Obrázek 12 - Brožura 529 mm x 222 mm, strana 1–5.....	32
Obrázek 13 - Brožura 529 mm x 222 mm, strana 6–10.....	33
Obrázek 14 - Vstupenka na přednášku Mariana Jelínka "Motivace v době blahobytu"	34
Obrázek 15 - Grafický návrh vstupenky na MFF Jeden svět 2019	34
Obrázek 16 – Již zveřejněný příspěvek na FB.....	35
Obrázek 17 - Grafický návrh příspěvku	35
Obrázek 18 - Hlavička FB události.....	36
Obrázek 19 - Popisek události	36
Obrázek 20 - Plán události.....	37
Obrázek 21 - Verze programu ze dne 6. 4. 2019	37
Obrázek 22 - InstaStory – zahájení festivalu	38
Obrázek 23 - InstaStory – debata k filmu Anoteho archa.....	38
Obrázek 24 - InstaStory – debata k filmu EXIT – Dát extremismu sbohem.....	38
Obrázek 25 - Plakát ve formátu A5 k podzimní připomínce JS	50
Obrázek 26 - Náhledový obrázek pro Facebook událost.....	50
Obrázek 27 - Čtvercový obrázek pro příspěvek na Facebooku i Instagramu	50
Obrázek 28 - Poukaz na dvě vstupenky na Jeden svět Ústí nad Orlicí 2020.....	51
Obrázek 29 - Statistika návštěvnosti webu JS Ústí nad Orlicí v prvním měřeném období.....	52
Obrázek 30 - Statistika druhů cest, odkud uživatelé přicházeli na web JS Ústí nad Orlicí v prvním měřeném období.....	52
Obrázek 31 - Statistika návštěvnosti webu JS Ústí nad Orlicí v druhém měřeném období	53
Obrázek 32 - Statistika druhů cest, odkud uživatelé přicházeli na web JS Ústí nad Orlicí v druhém měřeném období	53
Obrázek 33 - Statistika počtu nejzobrazovanějších stránek na webu JS Ústí nad Orlicí v obou obdobích.....	54
Obrázek 34 - Statistika nových sledujících FB stránky v období od 31. ledna do 13. dubna 2019	54

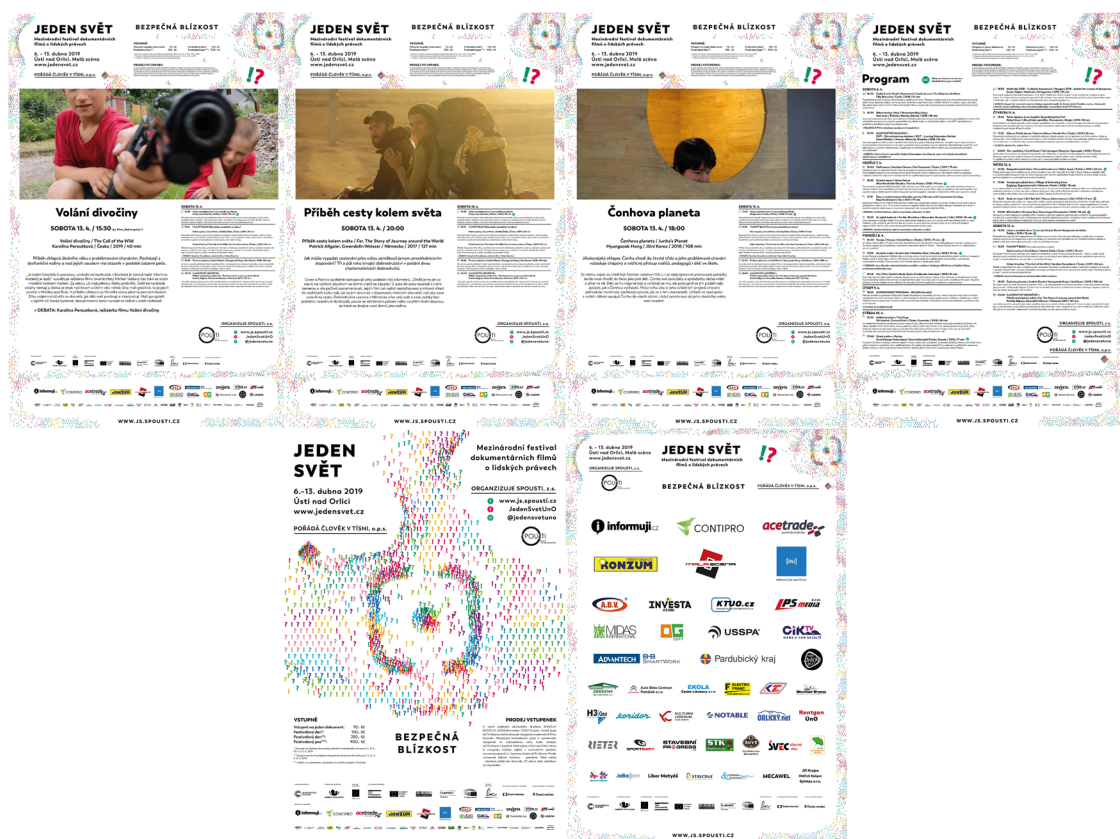
Graf 1 - Vyjádření o tom, jak se diváci dozvěděli o festivalu Jeden svět Ústí nad Orlicí 2019	55
Graf 2 - Věkové kategorie návštěvníků, kteří se o festivalu dozvěděli skrze sociální sítě.....	56
Graf 3 - Zdroje informací návštěvníků během festivalu.....	56
Graf 4 - Spokojenost s novým webem.....	57
Graf 5 - Důvody nespokojenosti s webem.....	57
Graf 6 - Návštěvnost festivalů 2018 a 2019	58
Graf 7 - Porovnání nákladů na organizaci v letech 2018 a 2019.....	59
Graf 8 - Způsob zakoupení lístků na JS v roce 2018.....	59
Graf 9 - Způsob zakoupení lístků na JS v roce 2019	60

8 PŘÍLOHA 1: HLAVNÍ PROPAGAČNÍ MATERIÁLY PRO JEDEN SVĚT 2019

• Billboardy ve formátu A0 – část 1 (koláž)



- Billboardy ve formátu A0 – část 2 (koláž)



• Všechny verze plakátů pro obchodní družstvo KONZUM – verze A4

▪ Verze A4

JEDEN SVĚT
6. – 13. dubna 2019
Malá Scéna, Ústí nad Orlicí
www.jedensvet.cz

POŘÁDÁ ČLOVĚK V TÍSNI, o.p.s.

SPOLU

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech

BEZPEČNÁ BLÍZKOST

VSTUPNÉ
Vstupné na jeden dokument: 70,- Kč
Festivalový den*: 150,- Kč
Festivalový den**¹: 230,- Kč
Festivalový pas***²: 900,- Kč

PRODEJ VSTUPENEK
U všech pokladen obchodního družstva KONZUM (KONZUM, KONZUM market, COOP Diskont, Forta) bude od 15. března možná záložit vstupenky na jednotlivé filmy festivalu. Předprodej festivalových pasů a celodenních vstupenek za zvýhodněnou cenu bude zahájen od 15. března v každé Malé scéně v Ústí nad Orlicí. I letos si vstupenky můžete záložit v rezervacím systému na www.spolusti.cz. V provozu bude od 15. března. Prodej vstupenek během festivalu - pokladna Malá scéna - otevřena každý den festivalu, 30 minut před začátkem prvního projekce.

¹ Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 6. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 4. 2019

² Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 7. 8. 12. 4. a 15. 4. 2019

³ Jediné se o přehlednou vstupenku na všechny projekce festivalu

SPOLU

Česká televize Český rozhlas

Verze A1

JEDEN SVĚT
6. – 13. dubna 2019
Ústí nad Orlicí
www.jedensvet.cz

POŘÁDÁ ČLOVĚK V TÍSNI, o.p.s.

SPOLU

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech

ORGANIZUJE SPOUSTI, z.s.

www.js.spousti.cz
[JedenSvetUnO](https://www.facebook.com/JedenSvetUnO)
[@jedensvetuno](https://www.instagram.com/jedensvetuno)

BEZPEČNÁ BLÍZKOST

VSTUPNÉ
Vstupné na jeden dokument: 70,- Kč
Festivalový den*: 150,- Kč
Festivalový den**¹: 230,- Kč
Festivalový pas***²: 900,- Kč

PRODEJ VSTUPENEK
U všech pokladen obchodního družstva KONZUM (KONZUM, KONZUM market, COOP Diskont, Forta) bude od 15. března možná záložit vstupenky na jednotlivé filmy festivalu. Předprodej festivalových pasů a celodenních vstupenek za zvýhodněnou cenu bude zahájen od 15. března v každé Malé scéně v Ústí nad Orlicí. I letos si vstupenky můžete záložit v rezervacím systému na www.spolusti.cz. V provozu bude od 15. března. Prodej vstupenek během festivalu - pokladna Malá scéna - otevřena každý den festivalu, 30 minut před začátkem prvního projekce.

¹ Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 6. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 4. 2019

² Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 7. 8. 12. 4. a 15. 4. 2019

³ Jediné se o přehlednou vstupenku na všechny projekce festivalu

SPOLU

Česká televize Český rozhlas

▪ Verze A4 na šířku

JEDEN SVĚT
6. – 13. dubna 2019
Malá Scéna, Ústí nad Orlicí
www.jedensvet.cz

POŘÁDÁ ČLOVĚK V TÍSNI, o.p.s.

SPOLU

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech

BEZPEČNÁ BLÍZKOST

VSTUPNÉ
Vstupné na jeden dokument: 70,- Kč
Festivalový den*: 150,- Kč
Festivalový den**¹: 230,- Kč
Festivalový pas***²: 900,- Kč

PRODEJ VSTUPENEK
U všech pokladen obchodního družstva KONZUM (KONZUM, KONZUM market, COOP Diskont, Forta) bude od 15. března možná záložit vstupenky na jednotlivé filmy festivalu. Předprodej festivalových pasů a celodenních vstupenek za zvýhodněnou cenu bude zahájen od 15. března v každé Malé scéně v Ústí nad Orlicí. I letos si vstupenky můžete záložit v rezervacím systému na www.spolusti.cz. V provozu bude od 15. března. Prodej vstupenek během festivalu - pokladna Malá scéna - otevřena každý den festivalu, 30 minut před začátkem prvního projekce.

¹ Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 6. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 4. 2019

² Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 7. 8. 12. 4. a 15. 4. 2019

³ Jediné se o přehlednou vstupenku na všechny projekce festivalu

SPOLU

Česká televize Český rozhlas

▪ Verze 110 mm x 160 mm

JEDEN SVĚT
6. – 13. dubna 2019
Malá Scéna, Ústí nad Orlicí
www.jedensvet.cz

POŘÁDÁ ČLOVĚK V TÍSNI, o.p.s.

SPOLU

Mezinárodní festival dokumentárních filmů o lidských právech

BEZPEČNÁ BLÍZKOST

VSTUPNÉ
Vstupné na jeden dokument: 70,- Kč
Festivalový den*: 150,- Kč
Festivalový den**¹: 230,- Kč
Festivalový pas***²: 900,- Kč

PRODEJ VSTUPENEK
U všech pokladen obchodního družstva KONZUM (KONZUM, KONZUM market, COOP Diskont, Forta) bude od 15. března možná záložit vstupenky na jednotlivé filmy festivalu. Předprodej festivalových pasů a celodenních vstupenek za zvýhodněnou cenu bude zahájen od 15. března v každé Malé scéně v Ústí nad Orlicí. I letos si vstupenky můžete záložit v rezervacím systému na www.spolusti.cz. V provozu bude od 15. března. Prodej vstupenek během festivalu - pokladna Malá scéna - otevřena každý den festivalu, 30 minut před začátkem prvního projekce.

¹ Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 6. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 4. 2019

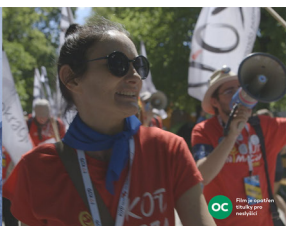
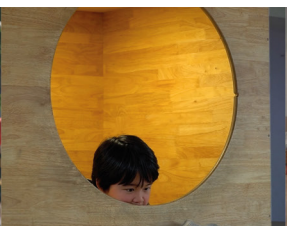
² Vstupné na všechny dokumenty jednoho festivalového dne pro 7. 8. 12. 4. a 15. 4. 2019

³ Jediné se o přehlednou vstupenku na všechny projekce festivalu

SPOLU

Česká televize Český rozhlas

• Všechny filmové příspěvky na sociální sítě Facebook a Instagram (koláž)

 Domácí zápas Alice Kavalenko / Ukrajina, Francie, Polsko / 2018 / 90 min NEDĚLE 7. 4. 15:30 JS 2019	 Dobrá změna v Polsku Konrad Szulgiński / Polsko, Francie / 2018 / 77 min STŘEDA 10. 4. 17:00 JS 2019	 Čenchova planeta Huangsheng Hong, Jilin Kana / 2018 / 108 min SOROKA 11. 4. 18:00 JS 2019	 Český žurnál: Bratři Okamura Filip Novotný / Česko / 2018 / 92 min SOROKA 11. 4. 14:30 JS 2019
 Anoteha archa Matthias Rytz / Kanada / 2018 / 57 min + DEBATY: Ivan Ryšavý, Lukáš Puhel a Vojtěch Mlýnský, environmentální aktivisté PONDĚLÍ 8. 4. 17:30 JS 2019	 #FollowMe Nicolaas Van Duyn, Dora Cappel / Nizozemsko / 2019 / 50 min PÁTEK 12. 4. 20:00 JS 2019	 Ženy v núdli: ženy ze stělného prachu Beata Farkhamová / Írán / 2017 / 77 min + DEBATY: Hana Křiváková, vědecká reportážníka, odbornice na SPI NEDĚLE 7. 4. 17:15 JS 2019	 Vše v pořádku Tali Jansz / Nizozemsko, Venezuela / 2018 / 70 min ČTVRTEK 11. 4. 20:00 JS 2019
 Vrt Cynthia Wade, Sasha Friedlander / Indonésie / 2018 / 81 min PONDĚLÍ 8. 4. 19:45 JS 2019	 Volání divočiny Karinna Permatikanová / Česko / 2019 / 40 min + DEBATY: Karinna Permatikanová, vědecká filmová divočina SOROKA 11. 4. 15:30 JS 2019	 Vesnice plavajících krav Zygmunt Zygmontowski / Německo, Polsko / 2018 / 78 min PÁTEK 12. 4. 17:00 JS 2019	 Tahle všechno musí skončit Rohad Dasa / Jharkhandská republika, Nizozemsko, Belgie / 2018 / 75 min ČTVRTEK 11. 4. 15:45 JS 2019
 Rekonstrukce Utayi Carl Javer / Švédsko, Norsko, Dánsko / 2018 / 58 min + Filmový zážitek z režisérského Javiera Javiera SOROKA 11. 4. 16:30 JS 2019	 Reds, do toho! Nancy Schwartzman / USA / 2018 / 107 min PÁTEK 12. 4. 18:45 JS 2019	 Příběh cesty kolem světa Patrick Allagier, Camille Winkler / Německo / 2017 / 127 min SOROKA 11. 4. 20:00 JS 2019	 Novaja Askold Kurov / Rusko / 2018 / 75 min PONDĚLÍ 8. 4. 16:30 JS 2019
 Na jejích bedrech Alexandra Bembas / USA / 2018 / 94 min + DEBATY: Hana Křiváková, vědecká reportážníka, odbornice na SPI NEDĚLE 7. 4. 19:30 JS 2019	 Maďarsko 2018 - V zákulisí demokracie Ester Hajdu / Maďarsko, Portugalsko / 2018 / 84 min + DEBATY: Róbert Gábor, novinářka, odbornice na SPI STŘEDA 10. 4. 18:30 JS 2019	 Kibera: Příběh slumu Martin Pilo / Česko / 2018 / 86 min + DEBATY: Martin Pilo, režisér filmu ČTVRTEK 11. 4. 17:30 JS 2019	 EXIT - Dět extrémismu sbohem Karin Winkler / Německo, Švédsko / 2018 / 52 min + DEBATY: Karin Winkler, novinářka, odbornice na SPI SOROKA 11. 4. 19:30 JS 2019

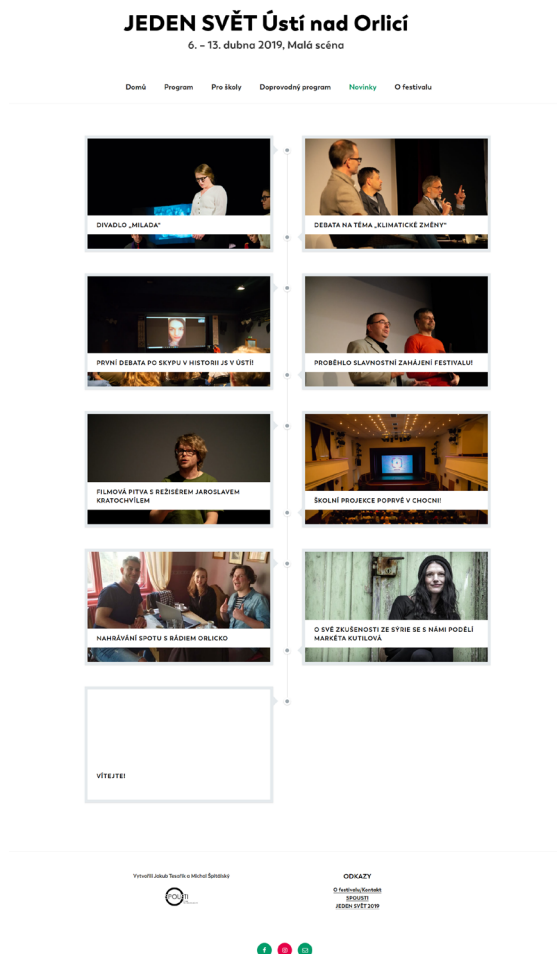
- **Programy jednotlivých dní (koláž)**

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

- Screenshots webových stránek
- Úvodní stránka



- Novinky



■ Program – část 1

JEDEN SVĚT Ústí nad Orlicí

6. – 13. dubna 2019, Malá scéna

Domů Program Pro školy Doprovodný program Novinky O festivalu

Vyhledat dokument

6. 4. 2020

14:30 Český bumd: Bratři Okamurovi / Czech Journal: The Okamuro Brothers

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

16:30 Reconstructing Utava / Rekonstrukce Utavy + filmová příloha

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

19:30 EXIT - Dít extremismu stožem / EXIT - Leaving Extremism Behind - SLAVNOSTNÍ ZAHÁJENÍ + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

7. 4. 2020

14:00 Žít znova / Another Chance

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

15:30 Domáci zápas / Home Games

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

17:15 Ženy s nadváhou ze střílného prachu / Women with Gunpowder Earrings + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

19:30 Na jejích bedrech / On Her Shoulders + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

8. 4. 2020

16:00 Nevěsta / Newyia

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

17:30 Anotace orchů / Anotaci's Ark + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

19:45 Vít / Crit

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

10. 4. 2020

15:30 Obkládání města / The Siege

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

17:00 Dobrá změna v Polsku / Good Change: Poles Apart

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

18:30 Maďarsko 2018 - V zákulisí demokracie / Hungary 2018 - Behind the Scenes of Democracy + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

11. 4. 2020

15:45 Tohle všechno musí skončit / Everything Must Fall

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

17:30 Kibera: Příběh slumu / Vote for Kibera + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

20:00 Vše v pořádku / It's All Good

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

■ Program – část 2

11. 4. 2020

15:45 Tohle všechno musí skončit / Everything Must Fall

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

17:30 Kibera: Příběh slumu / Vote for Kibera + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

20:00 Vše v pořádku / It's All Good

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

12. 4. 2020

16:00 Neopodmíněná láska / Unconditional Love

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

17:00 Vesnice plavčích krav / Village of Swimming Cows

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

18:45 Redy, do toho! / Roll Red Roll

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

20:00 #FollowMe

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

13. 4. 2020

14:00 Láska a prázdná slova / Love and Empty Words

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

15:30 Dobrá zpráva / Good News + Volání divočiny / The Call of the Wild + debata

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

18:00 Čarohaví planeta / Junia's Planet

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

20:00 Příběh cesty kolem světa / For The Story of Journey around the World + SLAVNOSTNÍ ZAKONČENÍ

[Více o filmu](#) [Nastavení](#)

Výrobní zážitek: Festival na Malé scéně



ODKAZY
O festivalu / Festival
SPOLUPRÁCE
JEDEN SVĚT 2019



9 PŘÍLOHA 2: GRAFICKÝ MANUÁL JEDEN SVĚT 2019

• Strana 1 – úvod

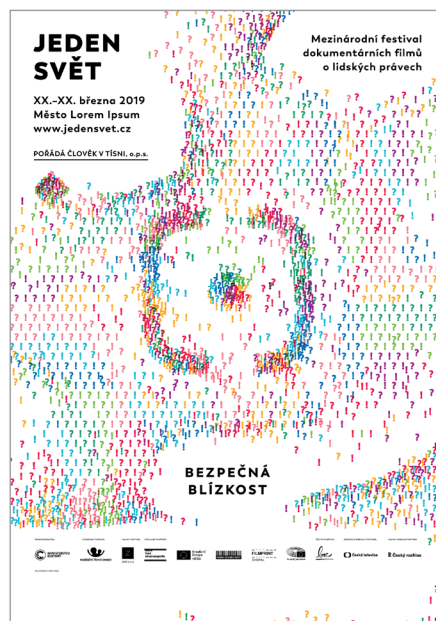
NÁVOD K POUŽITÍ GRAFICKÉHO VIZUÁLU FESTIVALU JEDEN SVĚT PRO ROK 2019

Vizuál reaguje na letošní téma vyjádřené mottem BEZPEČNÁ BLÍZKOST.

Klíčovými výtvarnými prvky jsou dva znaky – otazník a vykřičník, symbolizující rozdílné vnímání jinakosti a přístupy k ní. Oba znaky se vyskytují v několika barvách, které vyjadřují různorodost jednotlivců či sociálních skupin. Znaky v různobarevném provedení vytvářejí rastr, ve kterém se odehrává jakýsi samovolný pohyb – znaky mohou zůstat v univerzální neutrální vzdálenosti, mohou se k ostatním přibližovat anebo se mohou od ostatních vzdalovat a odtahovat. Přibližně uprostřed celého rastru se některé z nich shlukují do tvaru loga festivalu Jeden svět (a také do siluety loga ČvT v blízkosti věty o pořadateli festivalu).

Tato barevná, pohyblivá struktura je těžištěm všech propagačních materiálů a pokrývá v podstatě celý prostor. Vyhýbá se jen minimalistické typografii a případným dalším doplňujícím prvkům (např. logům v logoboards apod.), tato místa struktura „obtéká“, do nich nezasahuje. Texty a další prvky se umísťují do rohů a k okrajům, aby nechaly co nejotevřenější prostor pro pohyb znaků, zároveň jsou dostatečně velké a mají kolem sebe dostatečný prostor, aby byly zřetelné a čitelné. Také jsou všechny texty a další prvky (včetně fotografií) výhradně černobílé, aby vytvářeli kontrast k barevné struktuře. Jediné písmo použité v celém vizuálu Boston, které má k dispozici několik řezů.

Výjimkou v zacházení s typografií a rastrům jsou informačně náročné materiály, jako jsou například programové letáky. V takových případech je těžištěm jednoduchá černobílá typografie (a obrazový materiál) a znaky slouží jako doplňující prvek – ať už ve formě barevných shluků nebo odstavcových odrážek.

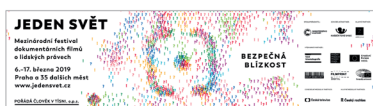
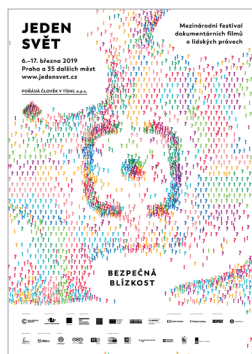


• Strana 2 – různé formáty

UKÁZKY RŮZNÝCH MATERIÁLŮ

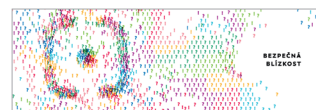
TISKOVÉ MATERIÁLY

- plakát na výšku
- plakát čtvercový
- plakát na šířku
- leták pro nábor dobrovolníků



ONLINE MATERIÁLY

- cover image na sociální síti
- profile image na sociální síti
- patička do e-mailu



- Strana 3 – rastr

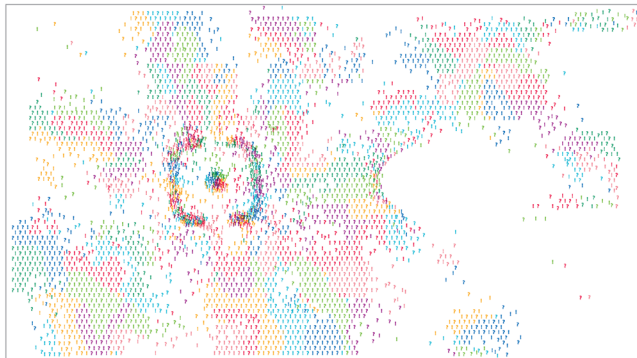
PRÁCE S RASTREM

Znaky a z nich vytvořená barevná struktura jsou vytvořeny v křivkách. Jednotlivé znaky se při překrývání násobí.

Do všech materiálů se dá struktura umístit buďto přímo v křivkách nebo jako připojený eps soubor. V podkladech všech druhů tiskových materiálů je uložena v příslušné velikosti v ai souboru a v eps souboru. Eps soubor je automaticky připojen.

Strukturu je možné si upravit (některé znaky vymazat, posunout nebo naopak přidat) v zásadě dvěma způsoby. Buď pracovat s vektorovými objekty v ai souboru nebo si eps soubor otevřít ve Photoshopu (znaky jsou v jedné vrstvě s průhledným pozadím) a pracovat s nimi jako s rastrovým obrázkem.

V podkladech jsou umístěny ještě další kompozice ze znaků pro případnou úpravu.



Barevnost

Ve složce PODKLADY je umístěno PDF s definovanými barevnými souřadnicemi pro každou z osmi použitých barev.

- Strana 4 – text

PRÁCE S TEXTEM

Vizuál používá font Boston, texty jsou sázeny v černé barvě. Používají se řezy Heavy, Black, Bold, Semibold a Regular.

Dalšími grafickými prvky, které pomáhají zpřehlednit textové materiály, jsou černé čáry a šedé rámečky.

Předpřipravené tiskoviny jsou zpracovány buď v ai souboru (plakáty a inzerce) nebo indd souboru (programové plakáty a letáky). V každém souboru je pro každý text připraven odstavcový styl s příslušným nastavením velikosti, řezu, zarovnání, znakových a řádkových prokladů, odsazení od kraje apod.

V každém z předpřipravených materiálů je v ai nebo indd souboru vrstva VODITKA, ve které je různými čarami vymezena oblast, za kterou by se žádný text nebo jiné grafické prvky (vyjma barevných znaků) neměly dostat.

Pokud jsou v sazbě použity barevné znaky coby odstavcové odrážky, jsou to buď vektorové objekty (v případě letáku) nebo jsou přímo součástí sazby (programový plakát) – v takovém případě mají připravený znakový styl (není u něj definována barevnost).



- **Strana 5 – loga a obrázky**

PRÁCE S OBRÁZKY

V celém vizuálu se pracuje výhradně s černobílými fotkami a obrázky.
V podkladech u předpřipravených materiálů, u kterých se počítá s použitím fotografií (programový leták a programový plakát), je uložen psd soubor. Ten je připraven ve správné velikosti a ve správném barevném režimu (ve stupních šedi) a slouží jako šablona při přípravě obrázků k jednotlivým filmovým anotacím.

PRÁCE S LOGY

Loga se v celém vizuálu používají pouze v černobílé variantě na bílém podkladu. V předpřipravených materiálech se umísťují do vrstvy LOGOBOARD_LOGA, do připraveného volného prostoru pod univerzální festivalový logoboard.

10 PŘÍLOHA 3: TEORIE K POČÍTAČOVÉ GRAFICE, KE GRAFICKÝM FORMÁTŮM, BAREVNÝM MODELŮM A POUŽITÝM PROGRAMŮM

Počítačová grafika je obor informatiky využívající výpočetní techniky k tvorbě umělých grafických objektů či úpravě stávajících záznamů z reálného světa jako fotografií a videozáznamů²⁸. Dříve byla tvorba počítačové grafiky výsadou velkých studií, která si mohla dovolit vlastnit drahé počítače, avšak díky rozvoji technologií může v dnešní době tvořit grafická díla téměř každý na svém domácím počítači.

Počítačová grafika nachází uplatnění v mnoha oblastech každodenního života, ať už v novinách a časopisech, na plakátech, na webových stránkách, v televizním vysílání, ve filmu a také ve videohrách.

10.1 Historie

Za původce slovního spojení *Počítačová grafika* můžeme považovat Williama Fettera, designéra společnosti Boeing, který toto označení použil v roce 1960 při popisu svojí práce. V roce 1963 byl naprogramován první software využívající grafické možnosti počítače TX-2 s názvem „Sketchpad“ a rovněž se stal prvním programem s grafickým uživatelským rozhraním²⁹.

Za první film, který používá prvky počítačové grafiky se považuje „2001: Vesmírná Odysea“. Jelikož byly ovšem všechny speciální efekty malované ručně lidskou rukou a trojrozměrné scény obsahovaly vyrobené modely, můžeme hovořit pouze o začátcích tohoto oboru. Prvním filmem, při jehož tvorbě byla použita počítačová grafika v dnešním slova smyslu, byl film z roku 1971 „The Andromeda Stain“. První animace vytvořená počítačem se objevuje v roce 1974 v krátkém snímku „The Hunger“³⁰.

S příchodem osobních počítačů v 70. letech 20. století nabývá počítačová grafika významu a stává se dalším směrem vývoje technologií. V roce 1972 vzniká první arkádová videohra „Pong“ využívající 2D grafiku vykreslovanou v reálném čase. Od 80. let přichází na trh operační systémy využívající grafické uživatelské rozhraní, a tudíž vzniká potřeba tvořit grafické prvky jako ikony, tlačítka a rámečky. S příchodem webových stránek v 90. letech nastává další vývoj v tomto oboru. V roce 1987 vydává firma Adobe svůj první program pro tvorbu vektorové grafiky: Adobe Illustrator. O tři roky později přichází na trh rastrový Adobe Photoshop.

²⁸ Počítačová grafika. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Počítačová_grafika

²⁹ Počítačová grafika. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Počítačová_grafika

³⁰ Earliest Examples Of Computer Animation in Film. Your3DSources.Com [online]. Your3DSources.com, 2011 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.your3dsources.com/earliest-computer-animation.html>

Postupem času přichází nový obor – 3D grafika. Zprvu se jedná pouze o iluzi založenou na výpočtech vektorových obrazců a jejich deformaci. První využití 3D grafiky se objevilo ve filmu „Star Wars: A New Hope“ jako drátěný model povrchu Hvězdy Smrti. Poprvé se na stříbrném plátně objevila počítačem zcela vytvořená postava „muž z barveného skla“ v roce 1985 ve filmu „Young Sherlock Holmes“³¹. První celovečerní animovaný film – Toy Story – vydala společnost Pixar v roce 1995 a ve stejném roce vzniká videohra „Descent“, jakožto první videohra využívající plně trojrozměrného prostředí.

10.2 Dělení

Počítačovou grafiku můžeme dělit podle mnoha kritérií, to nejvýznamnější dělení je na dvojrozměrnou a trojrozměrnou. Dvourozměrnou počítačovou grafiku lze rozdělit na vektorovou a rastrovou podle toho, jakým stylem pracuje s grafickými objekty.

- **Rastrová grafika**

Rastrové grafika je tvořena barevnými body – pixely, které jsou uspořádány do mřížky – rastru. Každý tento bod nese informaci o své poloze a barvě v mřížce. To nazýváme bitmapa.

U rastrových formátů jsou velmi zásadní dva faktory:

- Rozlišení vyjadřuje kvalitu zobrazení detailů obrázku, rozlišení vyjadřujeme jednotkami DPI (Dot Per Inches). Tato jednotka přesně vyjadřuje počet pixelů za jednotku délky. Tedy čím vyšší DPI, tím kvalitnější obrázek. Monitory mají rozlišení 70–100 DPI. U skenování a tisku je pak pravidlem 300–500 DPI. Pod hranici 300 DPI je obrázek na profesionálních tiskárnách netisknutelný kvůli své nedostatečné kvalitě.
- Barevná hloubka, jinak řečeno věrnost barev, je informace, která vyjadřuje počet bitů použitých k zakódování informace o barvě barevného bodu. 8 bitů = 256 odstínů, 16 bitů = 65.536 odstínů (high color) a 24 bitů = 16.7 miliónů odstínů (true color)³².

Nevýhodou rastrové grafiky je její velký objem při kvalitním rozlišení. Profesionální rastrové zdroje mívají desítky megabytů. Další nevýhodou je, že při zmenšení obrázků ztrácíme jeho kvalitu, a naopak při zvětšování můžeme obrázek zvětšit jen do určité míry. Poté začnou být na obrázku viditelné „kostičky“. To je známka nedostatečně kvalitního obrázku pro námi zrovna zvolené použití.

³¹ Earliest Examples Of Computer Animation in Film. Your3DSources.Com [online]. Your3DSources.com, 2011 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: <http://www.your3dsources.com/earliest-computer-animation.html>

³² 9. Rastrová grafika. In: STRÁNKY K VÝUCE INFORMATIKY: URČENÉ NEJEN PRO STUDENTY GYMNÁZIA VLAŠIM [online]. c2020 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://www.ivt.mzf.cz/seminar/9-rastrova-grafika/>

Výhodou je jednoduchost jejího pořízení. Rastrový obrázek pořídíme jednoduše fotoaparátem nebo skenerem³³.

Rastrový obrázek je většinou uložen ve formátech .gif, .jpg, .png nebo třeba .bmp. U jmenovaných formátů je poté rozdíl v barevné hloubce, možnost alfa kanálu – průhlednosti, v podpoře animací anebo v kvalitě komprimace. Existují také nekomprimované formáty, jako je například .tiff. Jejich výhodou je, že zachovávají všechny pixely v původní kvalitě a můžeme je pak použít například pro velkoplošné formáty, kde potřebujeme maximální kvalitu.

- **Vektorová grafika**

Na rozdíl od rastrové grafiky nepracuje vektorová grafika s jednotlivými pixely, ale dopočítává křivky a tvary matematickými rovnicemi. Díky tomu nikdy nemůže dojít ke ztrátě kvality. Na druhou stranu umí pracovat pouze s křivkami a tvary, tudíž není možná reálná reprezentace skutečného světa do vektorů. K popisu tvaru používá cesty, které se skládají z kotevních bodů, kontrolních bodů a segmentů.

Je využívána v návrzích, kdy nám stačí pracovat s jednoduchými tvary, nebo počítáme s budoucí potřebou tisknout na velké formáty. Příkladem jsou firemní loga, vizitky, ilustrace, fonty a online mapy.

Nejkompatibilnějším formátem pro ukládání vektorů je .pdf. Mimoto existují formáty jako .ai, .eps, které jsou vektorovými formáty vyvinuté společností Adobe. Program CorelDraw, který má vlastní formát .cdr, konkurenční formáty .ai a .eps podporuje, ale bohužel tomu není naopak. Jediným vektorovým formátem je .svg, který byl vyvinut přímo pro webové stránky konsorciem World Wide Web. Je chytrým řešením pro vykreslování jednoduchých grafik na webu, protože neobsahuje informace o jednotlivých pixelech, ale o objektech, a díky tomu je menším a pro vykreslování jednodušším formátem než rastr³⁴.

10.3 Míchání barev a barevné modely

- **Aditivní míchání barev**

Aditivní míchání barev je takový způsob míchání barev v počítačové grafice, při kterém se barvy sčítají. Tento princip lze zjednodušeně ukázat na barevných reflektorech, které svítí na jedno místo. Postupným skládáním barev, vzniká barva světlejší. Využívá se především v zařízeních, které používají světlo k vykreslení obrazu, tj. hlavně v monitorech. Pokud není přítomna žádná barva, podklad je čistě černý.

³³ 9. Rastrová grafika. In: STRÁNKY K VÝUCE INFORMATIKY: URČENÉ NEJEN PRO STUDENTY GYMNÁZIA VLAŠIM [online]. c2020 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://www.ivt.mzf.cz/seminar/9-rastrova-grafika/>

³⁴ Scalable Vector Graphics. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-03-09]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Scalable_Vector_Graphics

- **Subtraktivní míchání barev**

Subtraktivní způsob míchání barev využívá vzájemné odčítání jednotlivých barev. Celý princip lze vysvětlit na překrývání barevných folií, kdy sloučením barev vzniká barva tmavší. Tohoto způsobu je využíváno především v případech, kde je potřeba barva nebo inkoust, to znamená především v tiskařském průmyslu. Oproti aditivnímu míchání barev počítá subtraktivní metoda s bílým podkladem. Pokud je podkladová barva jiná, budou výsledné barvy odečtené od podkladové.

- **Model RGB**

Model RGB využívá aditivního míchání barev. Základní barvy pro tento model jsou červená (Red), zelená (Green) a modrá (Blue) barva, překrytím všech tří základních barev vznikne barva bílá. Tento model je především využíván v počítačové grafice určené k zobrazování na elektronických zařízeních, např. webová grafika, digitální fotografie a film.

- **Model CMY**

Model CMY je založen na principu subtraktivního odečítání barev. Jeho základní barvy jsou azurová (Cyan), purpurová (Magenta) a žlutá (Yellow). Postupným skládáním barev vzniká barva černá. Model slouží pro grafiku určenou k tisku, např. plakáty, vizitky a noviny.

Jelikož černá barva vzniká složením všech tří barev a používá se v tisku nejvíce ze všech barev, byl model doplněn o černou barvu (Key – klíč) a vznikl tak model CMYK. Díky přidání čisté černé barvy se umožnilo namíchání přesnějšího odstínu černé a zároveň vznikla úspora na ostatních barevných náplních.

- **Model HSB (HSV)**

HSB je model založený na intuitivním vnímání barev lidským okem. Využívá tři základní parametry: tón (Hue), sytost (Saturation) a jas (Balance) ³⁵. Používá se při úpravách digitálních fotografií.

10.4 Software pro tvorbu grafických materiálů

Před tvorbou samotných grafických podkladů je nutné si ujasnit, v čem budeme grafiku tvořit. Máme-li k dispozici profesionální software, např. programy od Adobe nebo Affinity, měli bychom spíše sáhnout po nich. Většinou totiž obsahují více funkcí a nabízí větší efektivitu práce než bezplatné programy díky jejich vzájemné propojenosti. Jelikož jsme zvyklí pracovat s Adobe programy použili jsme při své práci právě je.

³⁵ Barevný model. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2019 [cit. 2019-12-08]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Barevný_model

- **Adobe Illustrator**

Adobe Illustrator je profesionální grafický software vyvíjený společností Adobe. Jeho první verze byla vydána v roce 1987 pro Apple Macintosh. Nástroj si kladl za cíl usnadnit náročnou manuální práci grafickým designérům. Do té doby byla veškerá grafika kreslena ručně s velkým důrazem na preciznost, a ne zřídka se stalo, že chyba v posledních tazích donutila grafika začít znovu³⁶.

Adobe Illustrator se zaměřuje především na práci s vektory a vektorovou grafikou. Miliony návrhářů po celém světě užívají tohoto softwaru k tvorbě především logotypů, ilustrací, návrhů aplikací a obalů produktů. Tento program se hodí především na práci s podklady, které bude potřeba libovolně zvětšovat a přeskupovat. Rovněž vyniká ve tvorbě křivek a práci s nimi. Adobe Illustrator ukládá své projekty do souboru .ai. Je ovšem kompatibilní s mnoha jinými vektorovými formáty např. .pdf, .svg a .eps³⁷.

Nahradit by jej bylo možné programem Affinity Designer od společnosti Affinity nebo Inkscape a CorelDRAW³⁸.

- **Adobe InDesign**

Adobe InDesign je špičkový nástroj pro tvorbu tiskovin a digitálních médií od společnosti Adobe. Světlo dne program spatřil poprvé v roce 1999 ve verzi pro macOS³⁹. Svým designem se podobá nejvíce Adobe Illustrator se zvýšeným důrazem na typografii a texty.

Jeho nástroje umožňují grafikovi vypracovat návrh a rozvržení stránky, a tím tak vytvářet úchvatně vypadající propagační a informativní materiály. Software se hodí především pro práci s podklady, ve kterých hraje významnou roli text – např. časopisy, noviny, informativní letáky a katalogy. Program umožňuje uživateli nadefinovat celou škálu textových stylů, se kterými potom může efektivně pracovat napříč celým dokumentem⁴⁰.

³⁶ The Story Behind Adobe Illustrator (Part 1 of 3) | Adobe Creative Cloud. In: Youtube [online]. 14.05.2014 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=1gaCKT_Ncdk. Kanál uživatele Adobe Creative Cloud.

³⁷ Koupit Adobe Illustrator: Software pro vektorovou grafiku. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/illustrator.html>

³⁸ Adobe Illustrator CC Alternatives and Similar Software. AlternativeTo: Crowdsourced software recommendations [online]. Švédsko: Ola and Markus [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://alternativeto.net/software/adobe-illustrator/>

³⁹ Adobe InDesign. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign

⁴⁰ Koupit Adobe InDesign: Software pro vektorovou grafiku. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/indesign.html>

Dalšími alternativami jsou programy jako Scribus, Affinity Publisher, nebo software z kancelářského balíku společnosti Microsoft – Word a Publisher⁴¹.

- **Adobe Photoshop**

Adobe Photoshop je profesionální nástroj od společnosti Adobe určený především k manipulaci s obrázky a digitální kresbě. Software má za úkol pracovat hlavně s rastrovou grafikou, a proto jsou výstupem rastrové formáty. První verze Photoshopu vyšla v roce 1990⁴².

Nástroje Photoshopu dávají grafikovi možnost manipulace a transformace rastrových obrázků, pokládání textu, volné kresby štětcem a úpravy fotografií. Využívá se především při práci s fotografiemi, jejich retušování a při kreslení ilustrací⁴³.

Photoshop lze nahradit alternativními programy, mnohými zdarma. Mezi volně dostupné náhražky se řadí GIMP, Krita a Paint.NET. Placenou alternativou je potom program Affinity Photo od společnosti Affinity⁴⁴.

- **Adobe Lightroom**

Adobe Lightroom je software od společnosti Adobe sloužící k úpravě a postprodukcí digitálních fotografií určený především pro profesionální fotografy. Jeho nejsilnější stránkou je editace RAW souborů (soubor podporující uložení surových dat z fotoaparátu jakou světelnost, stíny, barevnost a další)⁴⁵.

Podobný systém pro editaci fotografií má zabudovaný i Adobe Photoshop ve svém modulu Camera Raw. Lightroom je ovšem oproti Photoshopu méně náročný na výpočetní výkon a zároveň poskytuje možnosti pro hromadné úpravy a pokročilou práci s metadaty fotografií. Lightroom rovněž nabízí zálohu fotografií na cloudové úložiště, kde jsou přehledně organizovány, a je rovněž možno s nimi pracovat na jakémkoliv zařízení⁴⁶.

⁴¹ Adobe InDesign CC Alternatives and Similar Software. AlternativeTo: Crowdsourced software recommendations [online]. Švédsko: Ola and Markus [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://alternativeto.net/software/adobe-indesign/>

⁴² Adobe Photoshop. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop

⁴³ Koupit Adobe Photoshop: Nejlepší software pro úpravu fotografií, obrázků a grafický design. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/photoshop.html>

⁴⁴ Adobe Photoshop CC Alternatives and Similar Software. AlternativeTo: Crowdsourced software recommendations [online]. Švédsko: Ola and Markus [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://alternativeto.net/software/adobe-photoshop/>

⁴⁵ Koupit Adobe Lightroom: Software pro úpravy a správu fotografií. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/photoshop-lightroom.html>

⁴⁶ Koupit Adobe Lightroom: Software pro úpravy a správu fotografií. Adobe: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. San Jose (California): Adobe, c2020 [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/photoshop-lightroom.html>

- **Adobe After Effects**

Adobe After Effects je dalším programem z portfolia společnosti Adobe. Je společně s dalším programem od této společnosti – Adobe Premiere Pro – velmi často společně používanou dvojicí softwaru pro tvorbu profesionálních filmů⁴⁷. After Effects je software, který lze použít nejen u tvorby filmu. Můžeme v něm odstraňovat nechtěné objekty ze záběrů, vytvářet animace 2D i 3D objektů⁴⁸, nabízí také přímou propojenost se softwarem pro vytváření 3D objektů Cinema 4D a mnoho dalšího.

Díky zmíněnému softwaru vznikly mnohé úspěšné, velmi postprodukčně náročné filmy například Iron Man, Star Wars, Star Trek nebo třeba Letec⁴⁹.

⁴⁷ Adobe After Effects. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects

⁴⁸ Koupit Adobe After Effects | Software pro vizuální efekty a pohyblivou grafiku. In: Adobe ČR: Řešení pro kreativce, marketing a správu dokumentů [online]. c2020 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/cz/products/aftereffects.html>

⁴⁹ Adobe After Effects. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects

11 PŘÍLOHA 4: GRAFICKÝ MANUÁL K PROJEKTU #BABIJEDE

- Strana 1 – úvod



- Strana 2 – základní informace o designu

Projekt **#babiJede**

- Oficiální název: **#babiJede**
- Promován pod hashtagy:
 - **#babiJede**
 - **#dědaJede**
- **Název musí:**
 - Obsahovat hashtag
 - Začínat malým písmenem a obsahovat velké „J“
 - Být psán bez mezery



- Strana 3 – logotyp

Logotyp

Oficiální logo



Logo pro hashtag #dědaJede

(pouze doprovodné)



- Strana 4 – fonty

Fonty

- Font: **Montserrat**
 - fonts.google.com/specimen/Montserrat
- Nadpisy a podnadpisy: **Extrabold**
- Název projektu: ***ExtraBold Italic***
- **Font musí:**
 - Být použit ve všech nadpisech a podnadpisech týkajících se projektu
 - Být použit v názvu/logu projektu



- Strana 5 – primární barevnost

Barevnost

#babiJede

Barva	HEX	RGB	CMYK
Primární	#ea801f	234, 128, 31	3, 58, 93, 0
Světlejší	#ef9d18	239, 157, 24	3, 44, 94, 0
Tmavší	#c96717	201, 103, 23	17, 66, 99, 6
Sekundární	#3357a8	51, 87, 168	87, 67, 0, 0
Tmavší	#1f4884	31, 72, 132	97, 75, 19, 5
Nebe	#ccefff	204, 239, 255	23, 0, 1, 0



- Strana 6 – sekundární barevnost

Barevnost

#dedaJede

Barva	HEX	RGB	CMYK
Primární	#db361b	219, 54, 27	7, 89, 97, 1
Světlejší	#ed481b	237, 72, 27	0, 82, 93, 0
Tmavší	#aa2b1a	170, 43, 26	22, 93, 98, 16
Sekundární	#34a53c	52, 165, 60	77, 3, 97, 0
Tmavší	#228220	34, 130, 32	84, 23, 100, 9
Nebe	#ccefff	204, 239, 255	23, 0, 1, 0



- **Strana 7 – propagace**

Promo

- K propagaci projektu jsou určeny dva bannery v příloze
- Do banneru smí být doplněn název a další informace, pokud je styl v souladu s pravidly na předchozích stranách



- **Strana 8 – merchandise**

Merchandise

- Projekt má přichystané placky jako do budoucna plánovaný merchandise
- Máte-li zájem o vlastní merchandise, kontaktuje autora skrze email na poslední straně manuálu



- Strana 9 – informace od autora

Autor

- Autorem ilustrací a vizuálu projektu *#babiJede* je **Michal Špitálský**
- Při jakémkoliv dotazu se neváhejte obrátit na autora skrze níže uvedený email
- **Kontakt:**
 - michal.spitalsky.mp@gmail.com

12 PŘÍLOHA 5: FOTOGRAFIE Z REGIONÁLNÍHO FESTIVALU JEDEN SVĚT 2019

- Fotografie hostů



- Fotografie doprovodného programu





- Ilustrační fotografie

