

Návrh tiskové a on-line propagace aktivního pobytu v přírodě

Barbara Kršková

Bakalářská práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Digitální design
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Barbara Kršková**
Osobní číslo: **K12092**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Digitální design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Návrh tiskové a on-line propagace aktivního pobytu v přírodě**

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Stanovení cílů
4. Sběr materiálů
5. Řešení
6. Shrnutí, závěr

- a) teoretická část v rozsahu 25 – 30 normostran textu
- b) prototyp nebo funkční model nebo fyzický model v měřítku 1:1, 1:2, 1:3, 1:5, 1:10 podle charakteru projektu a konzultace s vedoucím práce
- c) grafická prezentace v rozsahu minimálně 2,8 m²

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

JONÁŠOVÁ, Libuše. Psychologie reklamy praktické využití psychologických metod v reklamě pro cestovní ruch. Bakalářská práce : Vysoká škola polytechnická v Jihlavě, Katedra cestovního ruchu, 2009.

KIRÁL'OVÁ, Alžbeta. Marketing: Destinace Cestovního Ruchu. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN: 9788086119564

BÁRTA, Vladimír. Bratislava vo dne i v noci by Day and Night am Tag und in der Nacht. Vyd. 1. AB Art press. 2005. 88 s. ISBN: 80- 966998-7-3


REHÁČKOVÁ, Tamara. Historické záhrady a parky Bratislavy. Vyd. 1. Bratislava : TRIO Publishing, 2012. 111 s. ISBN 9788089552276

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Václav Skácel**
Ateliér Digitální design
Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2015**
Termín odevzdání bakalářské práce: **13. května 2016**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2014


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




M. A. Bohuslav Stránský
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 13.1.2016

BARBARA KRŠKOVÁ Kršková
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cieľom prezentovanej bakalárskej práce je návrh tlačovej a on-line propagácie aktívneho pobytu v prírode. V teoretickej časti prináša stručný pohľad na význam aktívneho pobytu v prírode a úlohu a možnosti jeho propagácie. Jej nosnou časťou je tiež rozsiahla analýza existujúcich riešení v uvedenej oblasti. Praktická časť, zameraná na propagáciu aktívneho pobytu v regióne mesta Bratislavy zameraná na deti predškolského veku vychádza z týchto poznatkov, hľadá nové riešenie propagácie aktívneho pobytu v prírode cestou spojenia klasického s moderným – prepojením tlačovej a on-line propagácie.

Kľúčové slova: aktívny pobyt v prírode, Bratislava, propagácia, deti predškolského veku.

ABSTRACT

The aim of the presented bachelor thesis is a proposal of the print and on-line propagation of outdoor activities. The theoretical section brings a brief insight to the importance and purpose of the open-air activities as well as possible strategies for its promotion. The main body offers an extensive analysis of already present solutions in aforementioned field. From these findings, with the focus on regional propagation of outdoor activities in the city of Bratislava oriented at children of preschool age, a practical part emerges. It searches novel propagation techniques of outdoor activities through means of connecting classic and modern – connecting print and on-line propagation.

Keywords: outdoor activities, Bratislava, propagation, children of preschool age.

Pod'akovanie

Moje poďakovanie za veľkú trpezlivosť a cenné rady pri konzultáciách tejto bakalárskej práce patrí vedúcemu mojej práce, MgA. Václavovi Skácelovi. Poďakovanie tiež patrí ostatným pedagógom UTB, ktorí ma odborne ale aj ľudsky viedli počas celého štúdia a to najmä vedúcemu ateliéru digitálneho dizajnu Mg.A. Bohuslavovi Stránskemu za jeho obohacujúce postrehy, ktoré mi pomohli pri mojom nasmerovaní. V neposlednej rade sa chcem poďakovať svojim spolužiakom, kamarátom a rodine. Predovšetkým mojej mame a otcovi za neuveriteľnú podporu, vo všetkom, prečo sa v živote rozhodnem.

" The visions we offer our children shape the future. "

Carl Sagan

Prehlásenie

Prehlasujem, že uvedená bakalárska práca je mojim pôvodným autorským dielom, ktoré som vypracovala samostatne, za využitia citovaných informačných zdrojov. Zároveň prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej práce a elektronická verzia nahraná do IS/STAG sú totožné.

V Zlíne dňa

podpis

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČASŤ	9
1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ RIEŠENEJ PROBLEMATIKY	10
1.1 AKTÍVNY POBYT V PRÍRODE AKO SÚČASŤ ZDRAVÉHO ŽIVOTNÉHO ŠTÝLU	10
1.2 MOŽNOSTI AKTÍVNEHO POBYTU V PRÍRODE V MESTSKÝCH USADLOSTIACH.....	10
1.3 PROPAGÁCIA A JEJ ÚLOHA V MOTIVOVANÍ K AKTÍVNEMU POBYTU V PRÍRODE.....	11
2 ANALÝZA EXISTUJÚCICH RIEŠENÍ V OBLASTI PROPAGÁCIE AKTÍVNEHO POBYTU V PRÍRODE	12
2.1 HISTÓRIA PROPAGÁCIE AKTÍVNEHO POBYTU V PRÍRODE	12
2.2 PROPAGÁCIA AKTÍVNEHO POBYTU V PRÍRODE V SÚČASNOSTI.....	13
2.2.1 Propagácia aktívneho pobytu v prírode v zahraničí	14
2.2.2 Propagácia aktívneho pobytu v prírode na Slovensku.....	18
2.2.3 Propagácia aktívneho pobytu v prírode regiónu Bratislavy.....	20
2.3 PROPAGÁCIA AKTÍVNEHO POBYTU V PRÍRODE ZAMERANÁ NA DETI A RODIČOV	22
2.3.1 Tlačová propagácia.....	22
2.3.1.1 Knihy.....	23
2.3.1.2 Pracovné zošity a časopisy.....	26
2.3.2 On-line propagácia	29
2.3.2.1 Projekt Discover the forest.....	29
2.3.2.2 Projekt Hravouka	30
2.3.2.3 Projekt jdeteven!cz	31
II PRAKTICKÁ ČASŤ	33
3 VÝCHODISKÁ PRE PRAKTICKÚ ČASŤ DIPLOMOVEJ PRÁCE	34
3.1 NÁZOV PROJEKTU A TVORBA LOGA	35
3.2 VÝBER LOKALITY	36
3.3 TLAČOVÁ PROPAGÁCIA	37
3.3.1 Tvorba pracovného zošita.....	37
3.3.1.1 Základné členenie	38
3.3.1.2 Výtvarné riešenie a farebnosť	40
3.3.1.3 Použité písmo.....	41
3.4 ON-LINE PROPAGÁCIA	42
3.4.1 Tvorba web stránky	43
3.4.2.1 Základné členenie	43
3.4.2.2 Výtvarné riešenie a farebnosť	45
3.4.2.3 Použité písmo.....	47
3.5 TVORBA REKLAMNÝCH PREDMETOV	47
ZÁVER	48
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	49
ZOZNAM OBRÁZKOV	51
ZOZNAM PRÍLOH	53

ÚVOD

Žijeme v konzumnej spoločnosti, ktorá ovplyvňuje psychiku a estetické cítenie človeka prakticky od narodenia. Najväčší dopad konzumného spôsobu života pociťujú ľudia vo veľkých mestách.

Voľba „konzumných“ voľnočasových aktivít je však často len určitým východiskom (častokrát prameniaticim z nedostatku informácií). Príkladom môžu byť rodičia s deťmi, ktorí chodia do obchodných centier aj v prípade, keď nevedia ako svojich potomkov zabaviť.

Dnešné deti žijúce v mestskom prostredí sú väčšinou zatvorené v bezpečí domova. Vedecké štúdie dokázali, že vo vyspelých krajinách trávajú deti pohybom mimo uzavreté priestory len asi 20 minút denne.

V procese formovania pozitívneho vzťahu k prírode zohráva dôležitejšiu úlohu propagácia, ktorá by mala byť cielená.

S formovaním pozitívneho vzťahu k prírode treba začať už v detstve. Vhodná motivácia v predškolskom období môže byť prostriedkom „návratu k prírode“.

Vyššie uvedené skutočnosti motivovali aj výber témy mojej bakalárskej práce. Jej prvá časť je teoretického charakteru. Analyzujem v nej význam aktívneho pobytu v prírode, možnosti pobytu v prírode vo veľkých mestských usadlostiach, ako aj úlohu propagácie v presadzovaní aktívneho pobytu v prírode. Nosná kapitola tejto časti mojej práce je venovaná prehľadu existujúcich riešení.

Druhá časť mojej práce je praktická a dokumentujem v nej svoje riešenia propagácie aktívneho pobytu v prírode hlavného mesta Slovenskej republiky – Bratislavy, pričom cieľovú skupinu predstavujú deti predškolského veku a ich rodičia.

Informácie o možnosti kontaktu s prírodou na území Bratislavy sa do určitej miery nachádzajú na stránkach propagujúcich naše hlavné mesto, ale v spleti množstva iných informácií hrozí, že v konečnom dôsledku zaniknú. Problémom je tiež skutočnosť, že sú skôr určené ľuďom aktívne vyhľadávajúcim pobyt v prírode - turistom a zabúdajú na rodičov a ich deti ako aj na potrebu motivácie a pestovania záujmu o všetko živé.

Verím, že prezentovanou prácou sa nám podarí načrtnúť možnosti riešenia, ktoré by sa dali aplikovať aj podmienky iných miest a regiónov Slovenska.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ RIEŠENEJ PROBLEMATIKY

1.1 Aktívny pobyt v prírode ako súčasť zdravého životného štýlu

Príroda a životné prostredie bezprostredne vplývajú na život a zdravie človeka. Pobyt v prírode je teda nevyhnutnou súčasťou zdravého životného štýlu, ktorému by sme sa mali učiť už od detstva.

Kontakt s prírodou prináša človeku vnútornú harmóniu a pocit rovnováhy. Keď si nájdeme cestu do prírody, vraciame sa tým do nášho najprirodzenejšieho a pôvodného prostredia. Pobyt v prírode kompenzuje negatívne vplyvy, ktoré nám prináša pobyt v meste, naše zamestnanie, alebo medziľudské vzťahy. Pre ľudí žijúcich v strese je príroda významným motivačným a regenerujúcim prostredím spojeným s celou škálou nádherných vnemov. [1] Príroda je zároveň nevyčerpatel'ný zdrojom inšpirácie a úžasných objavov a od počiatku ľudskej histórie, hrá dôležitú úlohu v našom tvorivom vyjadrení. Umenie inšpirované prírodou je súčasťou našej osobnej a kultúrnej identity. [2]

1.2 Možnosti aktívneho pobytu v prírode v mestských usadlostiach

V mestách kontakt s prírodou naráža na určité problémy, prameniace predovšetkým z dostupnosti zelených plôch a zo zlej informovanosti verejnosti o ich lokalizácií. Príkladom „mestských“ problémov môže byť Bratislava – hlavné mesto Slovenskej republiky.

Bratislava sa rozprestiera na ploche 36 760 ha, z toho zeleň tvorí 9 504 ha. Parky a verejné zelené plochy predstavujú 864 ha. Spolu s fínskymi Helsinkami patrí medzi mestá s najnižšou hustotou obyvateľstva a zároveň má najvyššie zastúpenie plôch zelene. Priaznivé čísla však vychádzajú najmä vďaka lesom na okraji mesta. [3]

Súčasnú štúdiu poukázali, že kvalita a dostupnosť zelených plôch sú dnes oveľa dôležitejšie než ich množstvo, dokonca sa stávajú jedným z ukazovateľov kvality života v sídlach. V tomto smere žiaľ Bratislava za ostatnými európskymi mestami veľmi zaostáva, pretože len 9 % plochy mesta predstavujú parky, menšie sadovnícky upravené plochy a zeleň v okolí bytovej zástavby. Bežná a prijateľná dostupnosť miestnej verejnej zelene by mala byť 300 – 700 metrov (asi 10 minút chôdze). Parky existujúce v Bratislave sú na krátkodobú rekreáciu dostupné len malému počtu obyvateľov pohybujúcich sa peši [3] a obyvatelia

hlavného mesta (často krát prisťahovalci z iných kútov Slovenska) o mnohých z nich vďaka nedostatočnej informovanosti ani nevedia.

1.3 Propagácia a jej úloha v motivovaní k aktívnemu pobytu v prírode

V procese formovania pozitívneho vzťahu k prírode zohráva čoraz dôležitejšiu úlohu propagácia. V posledných tridsiatich rokoch tiež výrazne ubudlo ľudí, ktorý prežijú v prírode svoju dovolenku. Naopak deti a mládež vo veku medzi 8 a 18 rokmi trávi denne v priemere viac ako 7,5 hodiny pri počítači, televízií alebo s mobilným telefónom. [4]

Vhodná voľba propagácie je aj v tomto prípade podmienená charakterom cieľovej skupiny. V zásade však existujú dva základné typy propagácie a to propagácia nepriama - smeruje plošne na cieľovú skupinu (ide o propagačné akcie, letáky, katalógy, prospekty, webové stránky, inzerciu) a propagácia priama - smeruje priamo na konkrétneho jedinca a zvyčajne nadväzuje na nepriamu propagáciu (ide o oslovenie cieľovej skupiny listom, letákom, telefónnym hovorom, e-mailom atď.). [5]

Aj v prípade propagácie aktívneho pobytu v prírode hrajú, podobne ako v prípade akejkoľvek inej propagácie, dôležitú úlohu psychologické metódy a prístupy, využívajúce pôsobenie na zmysly človeka. [6] Aby propagácia priniesla očakávaný účinok, musí byť formulovaný nejaký dôvod - apel. Racionálny apel apeluje na vlastné záujmy príjemcov a dokazuje prinesené výhody. Emocionálny apel sa pokúša vyvolať určité negatívne alebo pozitívne emócie, ktorých úlohou je motivovať. Morálny apel je zameraný na zmysel príjemcov poznať, čo je správne a vhodné a často sa používa na získavanie ľudí na podporu spoločenských aktivít. [7] Z vyššie uvedených skutočností by sme mali vychádzať aj pri propagovaní aktívneho pobytu v prírode.

2 ANALÝZA EXISTUJÍCICH ŘEŠENÍ V OBLASTI PROPAGÁCIE AKTÍVNEHO POBYTU V PŘÍRODE

Počas analýzy existujúcich riešení v teoretickej časti práce, som sa snažila vytvoriť ucelený prehľad prístupov k propagácii aktívneho pobytu v prírode. Zamerala som sa na niekoľko domácich, ale aj zahraničných projektov a prístupov, pričom som svoju bližšiu pozornosť upriamila na spôsoby printovej, ale aj on-line propagácie. Samozrejme v dôsledku obsahovej limitácie som nemohla uviesť všetky projekty, ku ktorým som sa počas realizácie teoretickej prípravy svojej práce dostala, preto som sa sústredila prioritne na tie, ktoré sú z môjho pohľadu najpodnetnejšie či už v pozitívnom, ale aj negatívnom zmysle slova.

Pri štúdiu dostupných riešení som si tiež uvedomila skutočnosť, že je dobré sa orientovať pri propagácii len na vybranú cieľovú skupinu, ktorú z môjho pohľadu pri mnou riešenej problematike predstavujú deti.

2.1 História propagácie aktívneho pobytu v prírode

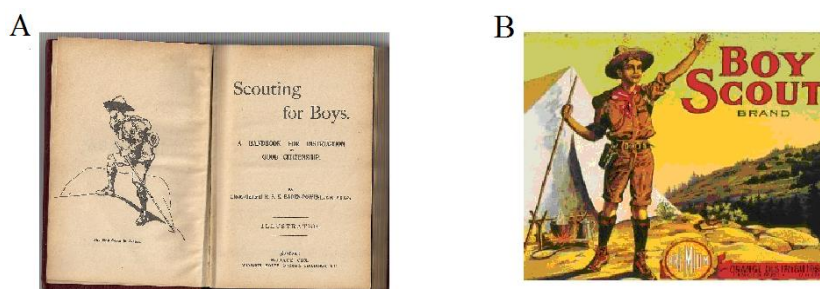
V minulosti bol pobyt v prírode prirodzenou súčasťou života človeka a tak jeho propagácia nezohrávala až takú dôležitú úlohu ako dnes.

Tlačová propagácia aktívneho pobytu v prírode bola v svojich počiatkoch spájaná s turistikou. Jedným z mnohých príkladov môže byť časopis Turista (obr. 1 A), ktorého prvé číslo sa objavilo ešte koncom 19. storočia. [8]



Obr. 1: Historická (A) a súčasná (B) podoba časopisu Turista

V začiatkoch 20. storočia je propagácia aktívneho pobytu v prírode spojená aj so skautským hnutím, ktoré sa svoj výchovný zámer snaží dosiahnuť tzv. skautskou metódou. Tá zahŕňa 7 prvkov, medzi ktorými nájdeme na prvom mieste aj aktívny pobyt v prírode. [9] Ten sa v období počiatku skautingu propagoval predovšetkým vo forme knižných publikácií a plagátov (obr. 2 A, B).



Obr. 2: Historická podoba knižnej publikácie venovanej skautingu (A) a plagát propagujúci skautské hnutie – aktívny pobyt v prírode (B)

So vzrastajúcim spôsobom konzumného spôsobu života a s rozmachom internetu vzrastá nielen potreba, ale aj možnosti propagácie aktívneho pobytu v prírode. Dôkazom zavádzania nových technológií môže byť už vyššie spomínaný časopis Turista, ktorý vychádza v printovej podobe dodnes, pričom pribudla aj jeho on-line podoba (obr. 1 B).

Vo svojom projekte by som chcela nadviazať na vyššie, historicky etablované tradície propagácie pobytu v prírode zacielené na deti.

2.2 Propagácia aktívneho pobytu v prírode v súčasnosti

V súčasnosti vzrastá počet projektov propagujúcich pobyt v prírode. Súvisí to so skutočnosťou, že vo svete narastá počet ľudí, ktorí sa snažia tráviť svoj voľný čas inak než v obchodných centrách a hľadajú iné, alternatívne zdroje zábavy. Začínajú si uvedomovať, ako dôležité je súžitie s prírodou, ktorej je v jej pôvodnej, divokej a nepoškvrnenej forme vďaka činnosti človeka čoraz menej. Za príčinu nárastu záujmu o „outdorové“ aktivity môžeme považovať aj nástup záujmu človeka o zdravý životný štýl a s ním ide pobyt na čerstvom vzduchu ruka v ruke.

Svoju analýzu existujúcich riešení v oblasti propagácie aktívneho pobytu v prírode by som začala zahraničnými projektami, ktoré ma zaujali či už svojou myšlienkou, netra-

dičným prevedením, alebo zaujímavým vizuálom. Následne sa zameriam na propagáciu týchto aktivít a miest s nimi spojenými na územia Slovenska a neskôr Bratislavy.

2.2.1 Propagácia aktívneho pobytu v prírode v zahraničí

Hoci existuje viacero zahraničných projektov, ktoré propagujú aktívny pobyt v prírode, zaujal ma svojim spracovaním a originalitou prístupu predovšetkým projekt *Keep Exploring*, ktorého podrobnej analýze sa venujem nižšie.

Keep Exploring je projekt Breta Hawkinsa, grafického dizajnéra a jeho kamaráta Alexa Sparksa z Dentonu v Texase. Pôvodná myšlienka bola zdokumentovať svoj letný „roadtrip“, nájsť neprebádané zákutia a následne ich označiť názvom „Keep Exploring“, v preklade „Objavuj ďalej“. Nechceli však zasahovať nápisom do prírody a tak prišli s myšlienkou ručne šitej vlajky s rovnomenným nápisom. Od septembra 2014 vlajka cestovala od jedného dočasného vlastníka k ďalšiemu. Komunita si ju posúvala a fotila sa s ňou pri spoločných dobrodružstvách. Spôsob ako ju človek mohol získať bolo sledovať hashtag a miesto, kde sa momentálne nachádza. Ak bola vlajka vo vašom blízkom okolí, stačilo človeka, ktorý je jej dočasným vlastníkom len osloviť.

V súčasnosti je projekt primárne spájaný s jednoduchou myšlienkou, že dobrodružstvo možno nájsť kdekoľvek. Projekt je určený pre každého, kto sa chce vydať na nové cesty, zdolať kopce naokolo alebo ochutnať lesné ovocie, napiť sa čistej horskej vody, jednoducho zažiť dobrodružstvo. Vlajka (obr. 3) sa však už žiaľ pomocou hashtagu neposúva. Človek si ju môže na stránke kúpiť sám, fotí sa s ňou, a týmto spôsobom šíri myšlienku ďalej na sociálnych médiách.



Obr. 3: Vlajka spájaná s ústrednou myšlienkou projektu *Keep Exploring*

O projekte žiaľ nie sú dostupné detailnejšie záznamy alebo informácie, avšak vďaka môjmu kontinuálnemu sledovaniu tohto projektu od jeho začiatkov viem, že jeho platforma bola najprv vo forme tumblr blogu, ktorý je aktívny doteraz a funguje na princípe web stránky (<http://wekeepexploring.com/>, obr. 4). V jej hornej časti sa nachádza hlavná lišta červenej farby s menu, kde máme na výber odkazy (odkliky) na obchod, instagram, kontakt a odklik na odovzdanie vašej fotky s vlajkou. Pod lištou sa nachádza neaktívna fotka a na nej názov stránky. Zbytok blogu je typický tumblr formát a to obrázky nachádzajúce sa pod sebou s možnosťou nakliknutia, olikeovania, alebo reblogovania, čiže preposlania obrázku na váš vlastný blog. Na stránke sa pohybuje pomocou nekončiaceho skrollu.



Obr. 4: Vizuál projektu Keep Exploring

Po nakliknutí na obchod sa dostávame k možnosti zakúpenia reklamných predmetov (obr. 5), ktoré sa spájajú s propagáciou a v súčasnosti sú jedným z hlavných nosných pilierov projektu. Ako prvé boli vyrobené nálepky. Tie vyzerali rovnako ako vlajka a boli jej náhradou pre ľudí, ktorým bola celkovo nedostupná ale chceli sa do projektu zapojiť. Časom pribudla aj už spomínaná vlajka samotná, tričká s názvom projektu, šatky, kľúčenký a iné reklamné predmety. Vizuál projektu je založený na podobnosti s odznakmi a piktoqramami amerických skautov. Vychádza z tradičnej americkej kultúry a nesie sa v duchu estetiky remeselnej výroby východu krajiny.



Obr. 5: Reklamné predmety propagujúce projekt Keep Exploring - nálepky a šatka

Vynovené logo, ktoré predtým predstavoval len na vlajke uvedený nápis “Keep Exploring”, je teraz ilustratívneho charakteru. Vlajka s množstvom detailov a tieňovaním je červeno-biela a nápis pozostáva len z prvých písmen “Keep Exploring” (čiže K a E) a je priviazaná na drevenej palici, s detailne zobrazenou štruktúrou dreva. Napriek mnohým drobnostiam je logo dobre čitateľné aj v zmenšenej podobe a korešponduje s celkovým vizuálom projektu.

Na webstránke je vycentrované hore na veľkej, hlavnej lište bielej farby na ktorej je taktiež umiestnené v pravom hornom rohu vyhľadávanie a pod ním sa nachádza nákupný košík. V strede pod logom sa nachádzajú hlavné rozkliky primeranej, zreteľnej veľkosti. Pri kategóriách obchod a sociálne médiá sa nachádzajú šípky, ktoré po nakliknutí vyrolujú ďalšiu bielu lištu s ďalšími podkategóriami. Pod lištou sa striedajú fotky s novinkami alebo článkami o nových expedíciách. Fotky sa dajú posúvať aj potiahnutím ručne, myšou. Web je konštruovaný ako parallax. Po fotkách sa preskrolujeme na motto projektu. Tesne pod ním sa nachádzajú dve obdĺžnikové fotky, ktoré majú na sebe červený layer po prechode myšou s nápisom, kde sa užívateľ môže prekliknúť na určitý výber z hlavného menu. Po preskrolovaní nižšie sa dostávame k štyrom vybraným produktom z každej kategórie vo formáte menších štvorcov, s cenami a názvom produktu uvedenými už rovno pod fotkou. Na záver sa dostávame k ukážke obsahu instagramu a po absolútnom preskrolovaní nadol sa objavuje červená lišta s kontaktnými údajmi, mapou webu a sponzormi projektu.

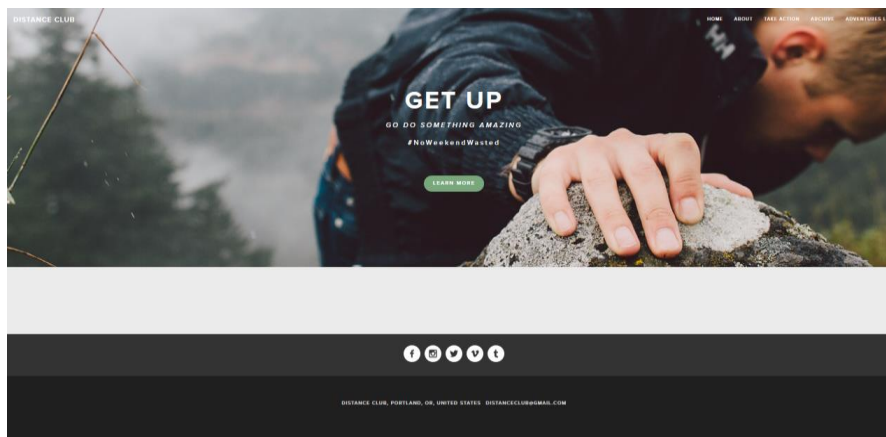
Web je jednoduchý, čistý a slúži účelu. Na mňa osobne však niekedy pôsobí až príliš jednoducho, ako keby bol vytvorený vopred, bez toho aby autor vedel načo bude určený a následne do neho umiestnil vizuál projektu. Zlepšuje sa však každý rok. Zvolený font je tak ako v menu tak isto aj v textoch ľahko čitateľný a podľa môjho názoru vkusne vybraný a vhodný na daný účel. Reklamné predmety sú v súčasnosti jedným z hlavných lákadiel projektu. Prekročili svojím atraktívnym vzhľadom prah len dodatkového článku. Po obsahovej stránke mi chýba väčší dôraz na myšlienky stojace za celým projektom. Tak isto by som si rada prečítala viac informácií o autoroch projektu, alebo našla aspoň odkazy na ich sociálne siete a iné médiá. Za najväčšie mínus projektu však považujem odstránenie možnosti vyhľadania konkrétnej vlajky, ktorá sa posúvala od majiteľa k majiteľovi. Tvorcovia to ponechali na individuálnu kúpu a zamerali sa na výrobu reklamných predmetov. V dôsledku toho sa v poslednom období z projektu stala skôr odevná a doplnková značka s motivujúcimi nápismi a sympatickou myšlienkou. Stratila však čaro „tajného klubu“, ktoré

prežívali len zúčastnení pri predávaní si vlajky a taktiež určitý pocit výsady, že ju v daný moment nesú na ceste za dobrodružstvom práve oni.

Projekt Keep Exploring som si na analýzu vybrala najmä kvôli myšlienke veľmi podobnej s mojou bakalárskou prácou a to dostať ľudí naspať z uponáhľaného života stráveného najmä sedením za počítačom do prírody. Tvorcovia mali ideu od začiatku jasnú. Problémom bolo ako úspešne vyriešiť spojenie medzi vonkajším svetom a svetom internetu/ sociálnych sietí. Vyriešili ho prostredníctvom vlajky s logom projektu, ktorá sa ako sme už spomínali, posúvala od jedného majiteľa prostredníctvom hashtagu k druhému a jej putovanie sa dokumentovalo fotkami a ich následným zdieľaním na sociálnych sieťach. Týmto riešením som sa nechala inšpirovať pri tvorbe ústredného motívu - prvku, ktorý by zastrešoval môj projekt. Mal by existovať v internetovej ale aj „hmatateľnej“ podobe. Mal by daného človeka zaujať natoľko, aby sa niekto, kto sa o danú problematiku vôbec nezaujíma, o ňu zaujímať začal a to prostredníctvom lákavého vizuálu danej veci a následne zreteľným podaním zámeru projektu. V prípade Keep Exploring sa vlajka stala natoľko populárnou, že prerástla samotný projekt a dnes jeho webová stránka slúži viac na predaj reklamných predmetov, než na dokumentáciu výletov, čomu by som sa však ja v mojom projekte rada vyhla a zostala verná pôvodnému zámeru.

Medzi ďalšie zaujímavé projekty patrí projekt **Distance club** dostupný na stránke <http://www.distanceclub.com> (obr. 6). Ide o však o projekt ideovo veľmi blízky projektu Keep Exploring, s cieľom nepremárniť žiadny víkend, vybrať sa von, objavovať a dokumentovať svoje výlety a zdieľať ich s inými ľuďmi. Hoci je jeho vizuál celkovo jednotný, čistý, prehľadný, jednoduchý a slúži vytyčenému cieľu, chýba mu (v porovnaní s vyššie uvedeným projektom) určitá charizma. Pomôcť by mohlo napríklad nápaditejšie logo (momentálne predstavované len v bielej farbe uvedeným názvom projektu v ľavom hornom rohu stránky). Pomohlo by tiež niečo, čo by ľudí spájalo a nebol by to iba hashtag - niečo, podobné, ako v projekte Keep Exploring predstavuje vlajka. Projektu sa však naozaj nedá uprieť dobrá myšlienka a vzhľadnutie vizuálne veľmi pôsobivých fotiek a videí v človeku vyvolá potrebu urýchlene si obuť turistické topánky.

Projekt Distance club som si do svojej analýzy dostupných riešení vybrala primárne kvôli jeho ústrednej myšlienke – pritiahnúť do prírody aj ľudí, ktorý doteraz o to nejavili záujem. V svojej práci by som však chcela klásť väčší dôraz na vizuál projektu, ktorý je prostriedkom na zvýšenie atraktivity.



Obr. 6: Hlavná stránka projektu Distance club

2.2.2 Propagácia aktívneho pobytu v prírode na Slovensku

Medzi projekty propagujúce pobyt v prírode na našom území patrí webový portál **Kam na výlet na Slovensku** (<http://www.kamnavylet.sk>; obr. 7). Dôvodom môjho záujmu oň bola predovšetkým skutočnosť, že ide o stránku, ktorá sa pri vyhľadávaní informácií o možnostiach pobytu v prírode zobrazí na popredných priečkach. O portáli som predtým nikdy nepočula a o zámere som sa dozvedela až po nakliknutí na možnosť prečítať si o projekte. Ide o študentský projekt spustený v roku 2010 a jeho hlavným cieľom je prezentovať turistické atrakcie a zaujímavosti na území Slovenskej republiky. Umožňuje teda svojim používateľom vyhľadať si informácie o miestach vhodných na voľnočasové aktivity. Z môjho pohľadu má však web projektu (jeho architektúra aj vizuál) niekoľko výraznejších nedostatkov prameniacych predovšetkým z nedostatku skúseností mladých tvorcov, ako aj zo skutočnosti, že sa od doby vzniku prakticky nemení a nezohľadňuje súčasné trendy. Menu je nedostatočne viditeľné a hrozí, že sa návštevník v celom slede „kričiacich“ a do určitej miery podvojných informácií stratí. Rušivo tiež na mňa pôsobí častá samoreklama. Veľmi dobre sú naopak spracované informácie o samotných lokalitách. Sú dokreslené obrázkami, pričom používateľ k nim prostredníctvom sociálnej siete môže pridať svoje vlastné obrázky aj komentáre. Môže tiež poslať (prostredníctvom ponuky „Napíšte nám“) svoje typy na zaujímavé lokality.



Obr. 7: Hlavná stránka projektu Kam na výlet na Slovensku

Zaujímavým z hľadiska prístupu je aj projekt **Príroda Oravy nás spája**, ktorý sa realizoval v roku 2010 pod záštitou Oravského múzea P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne (za medzinárodnej spolupráce s Poľskom), za finančnej podpory Európskej únie a ktorého hlavným cieľom bola propagácia prírody (a pobytu v nej) konkrétneho regiónu – regiónu Oravy. Upútal ma predovšetkým svojim dvojúrovňovým prístupom. Realizoval sa jednak v rovine teoretickej (prezentovanej odbornými prednáškami, výstavou a tlačovinami zameranými na propagáciu prírody daného regiónu) a jednak v rovine praktickej (pobytom v prírode spojeným s pozorovaním a poznávaním vtáctva a tiež ornitologickým táborom). V rámci projektu tiež vznikla skladačka venovaná ohrozeným vtáčim druhom typických pre región Oravy a CD podávajúce aktuálne informácie o prírodných danostiach regiónu a ich význame (stručná charakteristika a popis projektu sú dostupná na stránke [http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq{9MG1gG5}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G\[95}qJ3l\[9MG1gG5WVi}qJ3lmw1z5WY\[i}qJMG}JgG5W}q0M05W9f99](http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq{9MG1gG5}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G[95}qJ3l[9MG1gG5WVi}qJ3lmw1z5WY[i}qJMG}JgG5W}q0M05W9f99)).

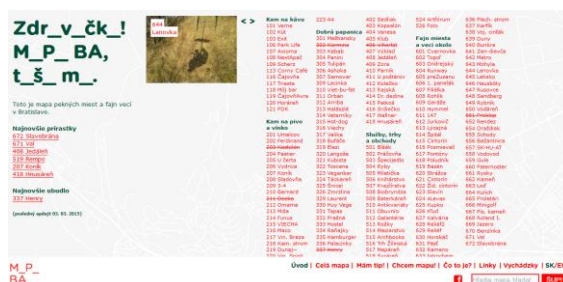
Medzi projekty propagujúce aktívny pobyt v prírode regiónov Slovenska však môžeme zaradiť aj turisticky orientované projekty ako **Turistika na Slovensku** (<http://www.turistikaonline.sk/index.php?m=7>) a **Hiking.sk** (<http://hiking.sk/>). Ich spoločnou črtou je, že poskytujú informácie o turistických trasách vo vybraných regiónoch Slovenska. Okrem nich je návrat k prírode aj jednou z myšlienok projektu **Univerzita Natura** (<http://www.akademianatura.sk/>) zameraného na zdravý životný štýl vedúci k celkovej harmónii.

Na záver musím skonštatovať, že vyššie uvedené projekty spája jedna spoločná črta a tou je skutočnosť, že ich webstránky sú často zastarané a z tohoto dôvodu žiaľ nie príliš

atraktívne. Hoci majú zaujímavý obsah, väčšina ľudí sa k nemu z vyššie spomínaných dôvodov nedopracuje. Tieto nedostatky môžu byť zapríčinené buď nedostatočnou finančnou podporou alebo naopak, z dôvodu podpory subjektom, ktorých spätosť s problematikou je len veľmi okrajová. Z môjho pohľadu je ich nedostatkom aj skutočnosť že sa snažia osloviť všetkých (chýba im cieľová skupina), čomu by som pri riešení svojho projektu rada varovala).

2.2.3 Propagácia aktívneho pobytu v prírode regiónu Bratislavy

Propagácia aktívneho pobytu v prírode má svoju nezastupiteľnú úlohu predovšetkým vo veľkých mestských usadlostiach, akou je aj hlavné mesto SR – Bratislava. Jedným z takýchto projektov je podľa môjho názoru aj projekt **M_P_BA** (<http://mpba.sk/mapa>). Vydarená diplomová práca grafickej dizajnerky Pavlína Morháčovej je interaktívnou mapou kultových miest resp. „vychytávkou“ a jej cieľom bolo jednoducho dokázať, že v Bratislave nie je nuda. Autorka začala svoj projekt realizovať v roku 2010. Pôvodný počet v mape uvedených miest sa neustále rozrastal a to aj vďaka typom, ktoré jej začali posielat samotní ľudia. Na webe je mapa charakterizovaná ako „autentické odporúčania a subjektívne názory obyvateľov Bratislavy“ a dnes je na nej naznačených okolo 200 miest, medzi ktorými sú aj tie „zelené“. V roku 2012 začala M_P_BA so zaujímavou tradíciou tzv. vlastivedných prechádzok. Web hlavnej stránky projektu (obr. 8) je konštruovaný ako vypísaný zoznam lokalít, ktoré sú zaradené do šiestich kategórií. Jednou z nich, z hľadiska propagácie miest vhodných k aktívnemu pobytu v prírode najzaujímavejšou, je kategória „Fajn miesta a veci naokolo“. Logo projektu je umiestnené v ľavom rohu. Menu je atypicky umiestnené pravom dolnom rohu a okrem iného nám umožňuje prekliknúť sa na „Celú mapu“ (obr. 9) - vizualizáciu zaujímavých miest na mape, alebo na „Vychádzky“ – informácie o vyššie spomínaných prechádzkach.



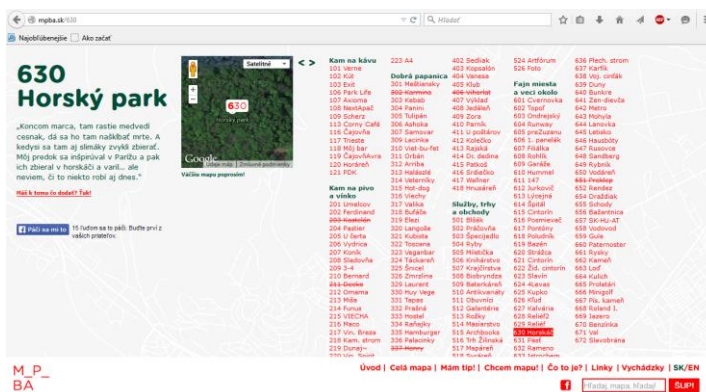
Obr. 8: Hlavná stránka projektu M_P_BA



Obr. 9: M_P_BA - mapa zaujímavými miest

Návštevník stránky tiež môže cez „Mám tip!“ pridať svoj tip na ďalšie zaujímavé miesto. Taktiež sa vie cez „Chcem mapu“, dopracovať k informáciám o predajných miestach tlačenej podoby mapy. Pod samotným menu je tiež odklik na facebookovú stránku a je tu aj „Search“ pre rýchle vyhľadanie lokácie.

Keď na hlavnej, úvodnej stránke klikneme na konkrétnu lokalitu, konštrukcia stránky sa nemení. Tam, kde sa doteraz nachádzal názov projektu sa objaví číslo a meno danej lokality, pri ktorom je odklik na „google maps“ a satelitná snímka priestoru okolo neho (obr. 10). Pod nápisom je adresa a typický popis lokality, ktorý väčšinou pozostáva z referencií ľudí a je napísaný formou ich citácií. Veľmi sa mi páči, že je tu vždy aj možnosť prispánia svojho názoru a tiež to, že stránka je spojená zo sociálnou sieťou pomocou ktorej sa dá tiež miesto ohodnotiť likeom. Pri každej lokalite sa nenachádza galéria aspoň niekoľkých obrázkov.



Obr. 10: Projekt M_P_BA - vizualizácia zvolenej lokality

M_P_BA je veľmi užitočný a vydarený projekt, ktorý získal patričnú popularitu, či už na základe originality nápadu, alebo na základe prehľadného, esteticky príjemného vizuálu. Informácie sú neustále aktualizované a veľkým pozitívom je tiež vznik sprievodného programu, ktorý sa okolo tohoto projektu následne vytvoril, čo ma inšpiruje pri tvorbe mojej práce. Efektívnosť projektu presiahla úroveň diplomovej práce a v súčasnosti považujem tento projekt za jeden z najvydarenejších počínov, ktoré propagujú naše hlavné mesto z jeho typických aj netypických stránok. O rôznych zákutiach sa dozvedá nielen turista ale možno aj samotný Bratislavčan, ku ktorému sa pod nátlakom propagácie konzumného spôsobu života nedostalo informácií o alternatívne miest, ktoré majú kúzlo, tradíciu a kus histórie hlavného mesta Slovenska.

Aj keď webstránka, resp. projekt prioritne zameraný na propagáciu aktívneho pobytu v prírode regiónu Bratislavy prakticky absentuje, môžeme nájsť informácie o vybraných „zelených plochách“ na viacerých webstránkach, ako je napr. <http://www.citylife.sk>, <http://www.visit.bratislava.sk/>, <http://www.bratislava-online.sk/>, <http://www.horaren.sk/>, <http://www.vodarenskemuzeum.sk/sk/zahrada/>. Medzi webstránky propagujúce aktívny pobyt v prírode však môžeme aj v tomto prípade zaradiť stránky určené turistom - <http://www.tourismbratislava.com/>, <http://bratislavskevylety.sk/>, <http://www.panorama.sk/> a <http://www.inba.sk/>. Ucelený projekt, ktorý by prioritne propagoval pobyt v prírode na území nášho hlavného mesta však chýba. Existujúce stránky tiež zabúdajú na skutočnosť, že tou najsenzitívnejšou skupinou z hľadiska formovania pozitívneho vzťahu k prírode sú deti.

2.3 Propagácia aktívneho pobytu v prírode zameraná na deti a rodičov

2.3.1 Tlačová propagácia

Pri propagácii aktívneho pobytu v prírode zameranej na deti a ich rodičov plnia nezaštupiteľnú úlohu printové médiá. Vhodne zvolené tlačoviny pôsobia nielen na rozvoj obrazotvornosti, jazykových schopností, estetického cítenia, ale vďaka nim môžeme deťom vštepovať aj správne životné hodnoty vrátane pozitívneho vzťahu k prírode. Pri výbere vhodného typu tlačovín pôsobiacich na deti však musíme nevyhnutne zohľadňovať ich vek. Pred deti predškolského veku (3-6 rokov) je vhodným prostriedkom leporelo, omaľovánka, alebo príbehy v ktorých väčšinou vystupujú zvieratká. U deti mladšieho školského veku (6-11 rokov) sú to rozprávky, verše, príhody zo života rovesníkov a u detí školského veku (11-15 rokov) je to dobrodružná literatúra, encyklopédie a dievčenské romány. [10]

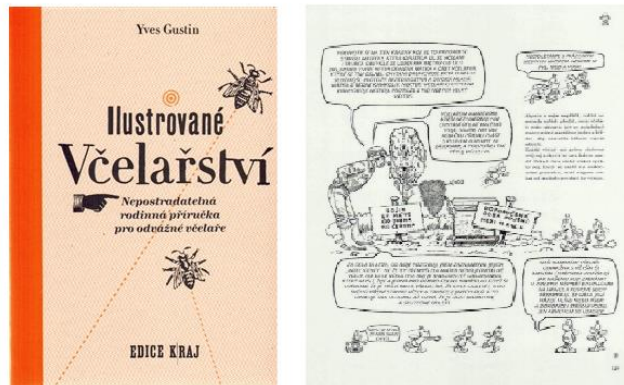
Pri analýze tlačovín vhodných pre propagáciu aktívneho pobytu prírode u detí (a ich rodičov) som teda logicky upriamila svoju pozornosť na edičnú činnosť niektorých detských vydavateľstiev.

2.3.1.1 Knihy

2.3.1.1.1 Vydavatelství Baobab

Jedným z môjho pohľadu z najzaujímavejších vydavateľstiev je vydavateľstvo Baobab (<http://www.baobab-books.net/>). Bolo založené v roku 2000 s cieľom vytvoriť alternatívu voči komerčnej tvorbe, ovplyvnenej súčasnými trendmi či už filmovej, alebo televíznej produkcie a voči neustálym prepisom už existujúcich detských kníh. Jeho majiteľmi je Tereza (prekladateľka a spisovateľka) a Juraj (vyštudovaný ilustrátor a grafik) Horvátovi. Stratégia vydavateľstva spočíva v kladení dôrazu na kvalitné spracovanie, použité materiály a tlač. Ilustrátorom dávajú dostatočný priestor na tvorbu, ktorú považujú v tvorbe pre deti za kľúčovú. Ako samo nakladateľstvo prezentuje, chcú u detí podnecovať kreativitu a zvedavosť. Popri vydavateľskej činnosti organizuje Baobab aj kultúrne podujatia, slúžiace na propagáciu ich činnosti a diel ktoré vydávajú. O správnosti zvolenej cesty prístupu k detskému čitateľovi svedčí aj množstvo získaných ocenení.

K titulom vydavateľstva Baobab, ktoré deti motivujú k láske k prírode a ktoré svojim spracovaním pritiahli aj moju pozornosť patria diela ako **Ilustrované včelařství** (autor: Yves Gustin; ide o sprievodcu svetom včiel určeného malým aj veľkým, laikom aj odborníkom, s charakterom komiksu - obr. 11), **Rostlinopis** (autor textu: Jiří Dvořák, autor ilustrácií: Alžběta Skálová; kniha o rostlinkách je určená všetkým zvedavým deťom, ale aj ich rodičom a využiť ju môžu aj učitelia prírodopisu - obr. 12), **Jak zvířata spí** (auto textu: Jiří Dvořák, autor ilustrácií: Marie Štumpfová; dielo poskytne informácie o tom, ako zvieratá vyzerajú, čo robia, čo potrebujú, na čo myslia v čase spánku a čerpania síl - obr. 13) a tiež **Havědník** (autor textu: Jiří Dvořák, autor ilustrácií: Daniela Olejníková; ide o rozprávanie o živote „potvor a hávede“, o niečo medzi príbehom a encyklopédiou určenou všetkým vekovým kategóriám - obr. 14). Uvedené diela ma inšpirovali predovšetkým charakterom svojich ilustrácií a grafickým spracovaním.



Obr. 11: Obálka knihy *Ilustrované včelařství* a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami



Obr. 12: Obálka knihy *Rostlinopis* a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami



Obr. 13: Obálka knihy *Jak zvířata spí*



Obr. 14: Ilustrácia z knihy *Havětník*

2.3.1.1.2 Vydavatel'stvo Flying Eye Books

Pri analýze vizuálu tlačovín určených pre deti upútali moju pozornosť aj produkty britského vydavateľ'stva Flying Eye Books (<http://flyingeyebooks.com/>). Vydavateľ'stvo bolo založené na začiatku roku 2013, pričom jeho činnosť je zameraná na mladšiu kategóriu detí. Stavilo na pútavé a originálne grafické spracovanie spojené s kvalitnými materiálmi a tlačou a vysokou metodickou úrovňou. Za svoju činnosť zožalo už niekoľko významných ocenení. Mňa z jeho titulov svojim originálnym vizuálnym spracovaním zaujala napríklad knižka **One day on our blue planet in the Antarctic** od Elly Bailey (obr. 15), kde dieťa svetom zvierat sprevádza postavička tučniaka. Z hľadiska enviromentálnej výchovy (učenia sa zvierat obývajúcich rôzne biotopy) najmenších je zaujímavým tiež titul **One night far from here** od Julie Wauters (obr. 16). Zaujímavou súčasťou titulov vydavateľ'stva sú aj takzvané "activity books" - akési pracovné zošity pre najmenších (napr. Time to make a monster od Liama Baretta).



Obr. 15: Obálka knihy *One day on our blue planet in the Antarctic* a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami



Obr. 16: Obálka knihy *One night far from here* a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami

2.3.1.2 Pracovné zošity a časopisy

Do kategórie “activity books” (pracovných zošitov resp. zápisníkov aktivít) okrem titulov vydavateľstva Flying Eye Books môžeme zaradiť aj tituly vydavateľstva Mladá fronta, napríklad **MŮJ PRÁZDNINOVÝ DENÍK** od Evy Chupíkovej (obr. 17) ocenený v roku 2011 Zlatou stuhou. Predstavuje detského sprievodcu prázdninovými aktivitami. Dieťa si do neho značí svoje zážitky z cestovania, poznávania a objavovania nových vecí. Lepí si do neho lístky, pohľadnice, robí si vlastné pozorovania zvieratiek a pod. Práve myšlienka aktívneho zapojenia dieťaťa sa stala pre mňa pri praktickom spracovaní inšpiráciou.



Obr. 17: Ukážka z “activity book” *MŮJ PRÁZDNINOVÝ DENÍK*

Čo sa týka časopisov určených pre deti, považujem za najzaujímavejšie slovenskú Včielku, českú Raketu a anglický Dot určený predškólakom. Z môjho pohľadu totiž obsahujú atribúty, ktoré by mal dobrý detský časopis obsahovať a to literárnu výchovu (rozprávky, básničky, hádanky, komiksy), tvorivé činnosti (omaľovánky, vystrihovačky), didaktické hry (spôsob precvičovania detských vedomostí, či už ako príprava na školu alebo neskôr utvrdzovanie vedomostí získaných v škole) a environmentálnu výchovu (tematické strany či dvojstrany, príbehy). [11]

Včielka (<http://www.pluska.sk/predplatne/vcielka/>, obr. 18 A), vydávaná spoločnosťou News & Media holding, je časopis pre deti predškolského veku, ich rodičov a pedagógov. Veľkí aj malí v ňom nájdu veľa zaujímavých básničiek, maľovaniek, hádaniek, hier, vystrihovačiek, skladačiek, rozprávky na pokračovanie a pesničky. Časopis je interaktívny – v každom čísle sa súťaží o hodnotné ceny. Podporuje detskú fantáziu a tvorivosť. S obľubou ho využívajú detské zariadenia. Časopis má aj svoju digitálnu podobu (obr. 18 B). Samostatná appka časopisu je dostupná v AppStore. Tabletová verzia obsahuje viaceré in-

teraktívne prvky, napr. rôzne hry, pri ktorých treba priradiť správne tvary k obrázkom, určiť počet objektov na strane, nájsť rozdiely medzi dvomi obrázkami, nájsť správnu cestu von z bludiska či vymaľovať ilustrácie.



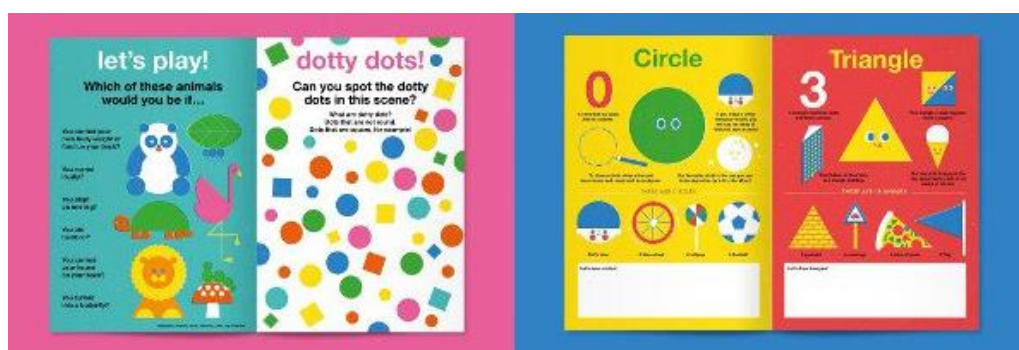
Obr. 18: Ukážka printovej (A) a digitálnej (B) podoby Včielky

Raketa (<http://www.raketa-casopis.cz/>) je štvrťročník, ktorý vychádza v nakladateľstve Labyrint. Svoj „let do vesmíru detských časopisov“ odštartovala v roku 2014. Podnadpis „časopis pro děti chytrých rodičů“ nie je iba marketingovým ťahom, ale naznačuje, že pri jeho listovaní si na svoje prídu aj dospelí. Jeho jednotlivé čísla súzšia so striedajúcimi sa ročnými obdobiami. Jednotiacim prvkom sú potom prispôsobené všetky príspevky a odráža sa aj na výtvarných detailoch (obr. 19). Štyridsať stránkový časopis je vyplnený hlavne zábavnými úlohami, rozvíjajúcimi verbálne a matematické schopnosti. Ďalej obsahuje námety k vlastným výtvarným aktivitám a kuchárskym aktivitám, ako aj krátke články korešpondujúce s tematickým ladením čísla. Časopis je spracovaný veľmi precízne a starostlivo. Všetky ilustrácie aj fotografie sú pôvodné, čo pozitívne ovplyvňuje estetické čítanie detí. Pozitívne tiež hodnotím absenciu reklamy, ktorá býva súčasťou detských časopisov. Autorský kolektív je tvorený mladými ľuďmi. Redaktorkami sú predstaviteľky nežného pohlavia - produkčná Radana Litošová a výtvarníčka Johana Švejdíková zodpovedná aj za grafickú úpravu. Napriek mnohým pozitívam má však aj zopár negatív. Jedným z nich je široký vekový záber oslovovaných detí (od 5 do 10 rokov), čo je spojené s rizikom nedostatku podnetov pre konkrétnu kategóriu. Celkove však časopis patrí medzi to najkvalitnejšie, čo sa na trhu detských časopisov v Českej republike objavuje.



Obr. 19: Ukážka z časopisu Raketa s motívom chrobáčikov

DOT (<http://www.anorakmagazine.com/dot/>, obr. 20) je štvrťročne, vo vydavateľstve Anorak, vydávaný časopis pre dievčatá a chlapcov mladších ako 5 rokov. Celosvetovo je k dispozícii od júna 2015, a je bezplatne distribuovaný prostredníctvom kníhkupectiev, detských butikov, školských knižníc a stánkov. Zahŕňa všetky aspekty života dieťaťa, od skákania do kaluží po učenie hrou. Povzbudzuje deti byť vynaliezavými a nájsť vlastné riešenia problémov, rozvíja predstavivosť, tvorivosť zábavnou formou. Ako uvádza jeho zakladajúca redaktorka Cathy Olmedillas, časopis vyšiel z požiadaviek rodičov a pedagógov a jeho ambíciou je nahradiť nevyhovujúce časopisy určené deťom predškolského veku a poskytnúť im inteligentnú zábavu.



Obr. 20: Ukážky z časopisu DOT

V mojej práci mi analýza týchto časopisov pomohla utriediť si, aký obsah by printová časť môjho projektu mala obsahovať.

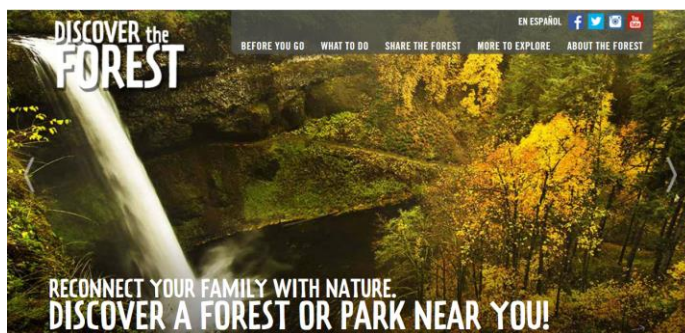
2.3.2 On-line propagácia

Pri analýze možností on-line propagácie aktívneho pobytu prírode u detí (a ich rodičov) som upriamila svoju pozornosť na tri projekty – Discover the forest, Hravouku a jdeteven!cz.

2.3.2.1 Projekt *Discover the forest*

Projekt Discover the forest (<http://www.discovertheforest.org>; obr. 21) sa zameriava na „obnovenie spojenia prírody s vami a vašou rodinou“. Nabáda vás, aby ste objavili a oboznámili sa s lesom alebo parkom v blízkosti vás a vášho domova. Kampaň je zameraná na deti od 8-12 rokov a ich rodičov, ktorí chápu potrebu zoznámiť svojich potomkov s prírodou, lesom a jeho ekosystémom v mladom veku a umožniť im tak nadobudnúť alternatívne varianty zábavy, spojené so zdravým psychickým a fyzickým rozvojom vo viere, že im tento vzťah vydrží až do konca života. Kampaň podporujú viaceré štátne aj súkromné projekty, agentúry a organizácie o ktorých sa môžeme na stránke dozvedieť viac.

Čo sa týka celkového zhodnotenia stránky, pôsobí z môjho pohľadu prehľadne a ľahko sa na nej dá zorientovať. Je určená mladšej generácií ale aj jej rodičom, čomu je prispôsobený jej vizuál. Z estetického hľadiska je pre mňa najrušivejším prvkom nejednotnosť ikoniek v jednotlivých sekciách hlavného menu a taktiež ich nekvalitné rozlíšenie. Keďže je určená mladému publiku, istotne by som pridala, okrem celkového vynovenia stránky zohľadňujúceho požiadavky webstránky aktívnej v roku 2016, viac ilustrácií na zvýšenie atraktivity. Myšlienka projektu je dostatočne ocenená podporou štátu a rozsiahlou reklamnou kampaňou. Discover the forest pre mňa slúži ako príklad projektu, ktorý je aj napriek dĺžke svojej existencie schopný udržať si záujem užívateľov.



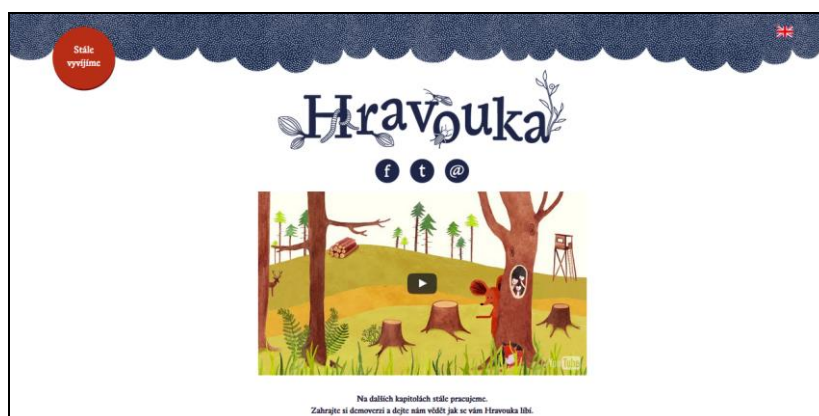
Obr. 21: Hlavná stránka projektu *Discover the forest*

2.3.2.2 Projekt Hravouka

Ako sám názov projektu hovorí ide o učenie hrou - interaktívnu didaktickú knihu a zároveň hru pre deti, zameranú na učivo prvouky. Projekt je diplomovou prácou Terezy Vostrádovskej, ktorá študuje na Umělecko průmyslové univerzite v Prahe v ateliéri filmovej a televíznej grafiky. Na projekte spolupracuje s tímom z Circus Atos. Hravouka sa dá stiahnuť na všetkých dostupných platformách. V súčasnosti je v hre prístupná len prvá kapitola, ďalšie sú vo forme vývoja. Princípom hry je pomocou postavy myšky objavovať prírodu, jej pravidlá a zákonitosti.

Po otvorení aplikácie (<http://hravouka.circusatos.com/>, obr. 22) sa dostávame na hlavné menu, kde máme možnosti nakliknutia sa na predstavenie aplikácie, ktoré slúži užívateľovi ako forma tutoriálu. Dostávame sa do myšacej nory, kde sedí hlavná postava – myška čítajúca knižku o svete, čo vyjadruje jej záujem o poznanie. Prvý krok, ktorý po nás aplikácia „chce“ je nakliknúť na lupu okolo ktorej je pohybujúca sa kružnica. Následne ju máme presunúť na stôl pričom sa nám otvára pop up list pôsobiaci ako list z učebnice prvouky, na ktorom máme napísané detsky zrozumiteľnou formou pokyny. Takýmto spôsobom postupujeme aj keď sa chceme dozvedieť niečo o rastlinách a živočíchoch. Myšku ovládame dvoma spôsobmi a to buď potiahnutím prsta alebo šípkami na klávesnici. Záleží na tom, akú platformu si vyberieme. Čo sa týka vizuálu a ilustrácií, Tereza a tím sa hru snažili spraviť čo najviac prehľadnú a jednoduchú na použitie. Hra je pochopiteľne určená pre všetky vekové kategórie, pre ktoré by spôsob použitia nemal byť náročný. Dominantná farba grafického spracovania a aplikácie je tmavomodrá, ktorú dopĺňajú hravé farebné ilustrácie. Logo Hravouky je nápis v serifovom fonte, ktorý je doplnený o prírodné motívy ako sú listy a chrobáky v umiestnené v linkovej ilustrácií. V ostatných obrazoch alebo po zvolení prvej kapitoly sa už stretávame primárne s ilustráciou, ktorá jemne pripomína ilustrácie Zdeňka Milera v Krtečkovi. Myška kráča na dvoch nohách, ale úzkych chodbičkách podzemia lozí po štyroch. Tam sa jej zároveň mení celkový tvar tela. Na povrchu sa však už dostáva do svojej pôvodnej „dvojnohej“ podoby. V prípade jej neaktívnosti vám zakýva rukou, alebo tiež hýbe chvostom. Pohyb respektíve animáciu môžeme pozorovať aj pri iných živočíchoch a rastlinách. Vypnúť a zapnúť ich môžeme klikom. Dá sa povedať, že myška akoby oživuje svoje okolie. Zvyčajne sa jedná o jednoduchú animáciu, ako je zdvíhajúci sa hrudník pri spánku alebo iné jemné pohyby, ktoré sú podčiarknuté zvukmi. V pozadí celej hry sa opakuje jemná veselá melódia so zvukmi lesa, za ktorou stojí Leo Lukáš

a Marek Poledna. Autorom Hravouky išlo, ako sme už vyššie spomenuli, o vytvorenie modernej vyučovacej pomôcky pre deti, ktorá by ich skutočne bavila.



Obr. 22: Hlavná stránka projektu Hravouka

Hravouka je fungujúci príklad podobne zameraného projektu ako môj projekt. Celkovo vidím spracovanie a nápad ako výborný, efektívny a pre deti a rodičov veľmi atraktívny. Jediné negatívum tohoto projektu vidím v tom, že si dieťa to, čo sa naučí nemôže hneď overiť „na živo“ (keďže je v interiéri). To by som v mojom projekte chcela zmeniť a spojiť interaktívnosť on-line s tlačovou podobou, ktorú si dieťa bude môcť zobrať do prírody so sebou.

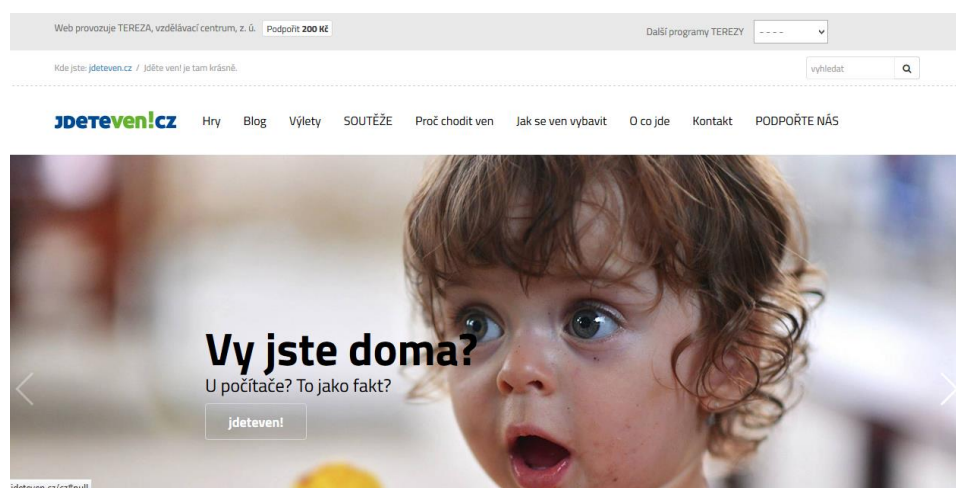
2.3.2.3 Projekt *jdeteven!cz*

Projekt *jdeteven!cz* (<http://jdeteven.cz/>, obr. 23) je osvetová kampaň, ktorá sa snaží reagovať na vzrastajúci výskyt civilizačných ochorení. Jej cieľom je pomocou rád a typov dostať rodičov, ale hlavne ich deti do prírody a naučiť ich sa v nej opäť zabaviť – spriatelíť sa s ňou. Za projektom stojí nezisková organizácia Tereza, ktorá počas 30 rokov svojej činnosti zozbierala bohaté skúsenosti s environmentálnou výchovou či už na základných, alebo stredných školách. Projekt je podporovaný viacerými medzinárodnými grantami.

Jeho web je koncipovaný v súlade s vizuálom už spomínanej neziskovej organizácie a je vytvorený pomocou redakčného systému webových stránok *webdilna.com*. Má však pomerne komplikované členenie. Ústredným motívom a tým, čo nás na prvý pohľad upúta sú fotografie detí v prírode. Negatívum z môjho pohľadu predstavuje skutočnosť, že bez nich by sme žiaľ (bez podrobnejšieho prečítania textu) nepochopili zámer projektu

– motivovať deti a ich rodičov k pobytu v prírode. Otázky umiestnené na ploche obrázkov (typu Vy ste doma? Co tady ještě děláte? a pod.), ktoré pobádajú k návšteve prírody, však môžu na nezainteresovaného používateľa pôsobiť trochu nátlakovo. Logo projektu predstavuje jednoduchý nápis (jdeteven!cz) v reze písma s hrubým duktom. Časť textu je modrá (jdete a cz) a časť zelená (ven!). Ide o farby prírody, pričom zelené ven! z môjho pohľadu symbolizuje ústrednú myšlienku - návštevu „zelené“. Menu obsahuje pohľad mňa príliš veľa kategórii. Riešením tohto problému by mohlo byť vytvorenie podkategórií. Tak tiež sa mi nepáči poradie kategórií. Web obsahuje veľké množstvo informácií, čo je jeho veľkým pozitívom, k „prehrýzaniu“ sa cez ne však musí byť užívateľ vopred namotivovaný. Stránky poskytujú informácie odborného charakteru (sumarizácia vedeckých poznatkov o pozitívach pobytu detí v prírode), ale aj návody na kreatívne a hravé aktivity v lone prírody. Projekt je tiež aktívny na facebooku, vďaka ktorému sa záujemcovia dostávajú nielen k aktuálnym informáciám, ale aj zdieľajú svoje zážitky a dojmy.

Pri celkovom hodnotení projektu a jeho vizuálu však musíme mať na pamäti spôsob jeho financovania. To však nemení nič na tom, že by mal na potenciálneho užívateľa pôsobiť atraktívne aj po vizuálnej stránke, nielen obsahovo. Tento projekt som si vybrala na analýzu kvôli tomu, že sa jedná o spracovanie problematiky ktorú vo svojej práci riešim aj ja a poskytol mi praktický príklad, na základe ktorého sa môžem vyvarovať prípadným nedostatkom.



Obr. 23: Hlavná stránka projektu jdeteven!cz

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 VÝCHODISKÁ PRE PRAKTICKÚ ČASŤ DIPLOMOVEJ PRÁCE

Témou praktickej časti mojej bakalárskej práce bol návrh tlačovej a on-line propagácie aktívneho pobytu v prírode regiónu mesta Bratislavy. Pri jej realizácii som stavala na už vyššie spomínaných poznatkoch získaných analýzou existujúcich riešení, ale aj na svojich znalostiach prírody regiónu nášho hlavného mesta, medzi obyvateľov ktorého patrím.

V prvej etape som predovšetkým získavala informácie o „zelených plochách“ (str. 24).



Obr. 24: Prieskum lokalít

Keď som sa však začala zamýšľať nad prístupom k samotnej propagácii, uvedomila som si skutočnosť, že vytvoriť projekt určený pre všetkých je prakticky nemožné. Preto som sa, v súlade s poznatkami o tvorbe úspešnej propagačnej kampane, rozhodla orientovať len na určitú, vybranú skupinu ľudí. Za cieľovú skupinu som si vybrala deti mladšieho – predškolského veku (a keďže ide o malé deti automaticky aj ich rodičov, starých rodičov, resp. iných dospelých). Vychádzala som totiž z predpokladu, že práve pôsobením na tých najmenších dokážeme vychovať generáciu Bratislavčanov, ktorá by s láskou trávila čas v prírode. Na základe informácií o zmyslovom vnímaní a psychike detí v tomto veku som si stanovila limity vizuálneho stvárnenia. Pri overovaní správnosti výberu motivačných prostriedkov som tiež „konzultovala“ správnosť svojho výberu s deťmi samotnými.

Propagácia sa nesie v dvoch rovinách - tlačovej a on-line. Úplne prvou etapou realizácie mojej práce však bolo stanovenie vhodného názvu a loga môjho projektu – kampane.

3.1 Názov projektu a tvorba loga

Úvahám nad názvom projektu som venovala pomerne veľký priestor. Atribúty, ktoré som pri jeho tvorbe chcela dodržať boli predovšetkým hravosť, spojenie s detským publikom, nenáročnosť na výslovnosť daná jednoduchosťou slovného spojenia ktorým by som vyjadrila cieľ/obsah projektu a „chytľavosť“. Určitým úskalím pri výbere originálneho názvu však bola skutočnosť, že sa v poslednom období (v čase realizácie môjho projektu) uáčalo objavovať viacero projektov zámerovo podobných tomu môjmu. Tvorba názvu teda pokračovala spísaním si všetkých vecí a pomenovaní, ktoré ma pri úvahách nad hlavnou myšlienkou projektu v spojitosti s deťmi predškolského veku a prírodou napadli. Ako najlepšie vystihujúce moje predstavy sa mi javilo slovné spojenie „Pod Stromy“, pre ktoré som sa nakoniec aj rozhodla. Je to slovné spojenie doslovné vyjadrujúce cieľ projektu, jednoduché na výslovnosť a u mňa osobne evokujúce príjemnú predstavu odpočinku v prírode - pod korunami stromov. Tento názov beriem ako pozvánku, alebo lístok do prírody, ako určitý názov destinácie, kde zažijem plno dobrodružstiev. Z môjho pohľadu aj u rodiča - dospelého evokuje predstavu oddychu, čo pôsobí pozitívne vzhľadom na skutočnosť, že po práci určite netuží po niečom, čo by ho nabádalo k vyčerpávajúcim aktivitám.

Pri tvorbe loga som sa snažila zohľadniť jeho viditeľnosť pri množstve ilustratívnych prvkov. Stavala som na skutočnosti, že by malo vynikať svojou jednoduchosťou a zároveň spĺňať všetky atribúty dobrého loga. V začiatkoch som uvažovala nad zakomponovaním symbolu Bratislavy. Nakoniec som sa však rozhodla pre neutrálnejšiu – všeobecnejšiu variantu, ktorá by bola využiteľná v celoslovenskom meradle, čiže by umožňovala v budúcnosti propagovať pobyt v prírode aj v iných regiónoch.

Logo svojim vyobrazením korešponduje s názvom projektu. Obrazová časť sa nesie v znamení troch stromov, ktoré vyrastajú z linky ktorá ich podčiarkuje. Tá je zarovnaná na veľkosť názvu, ktorý sa nachádza pod stromami. Hrúbka liniek stromov korešponduje s rezom písma, čo vytvára ucelený obraz. Logo by malo pôsobiť ako niečo, čo by dokázalo nakresliť aj dieťa. Obsahuje dva listnaté a jeden ihličnatý strom. Chcela som tým vyjadriť druhovú rôznorodosť ale zároveň zohľadniť fakt, že ju predškolač vo svojich kresbách až tak nezohľadňuje a stromy rozlišuje skôr len na listnaté a ihličnaté. Pre výber dvojitého zobrazenia listnatého stromu (a nie ihličnatého) som sa rozhodla z dôvodu, že na našom území prevažuje práve výskyt listnatých stromov. Typografická časť loga je nadpis vo fon-

te Comenia Sans (v jeho tučnom reze), ktorý používam v celej práci (podrobnejšie sa mu venujem v kapitole 3.3.1.3). Na nižšie uvedenom obrázku (obr. 25) je niekoľko návrhov s vyznačeným finálnym variantom.



Obr. 25: Návrhy loga projektu s vyznačeným finálnym variantom

3.2 Výber lokality

Pri výbere propagovanej lokality z regiónu Bratislavy som sa zamerala na zelené plochy, ktoré by boli z hľadiska náročnosti a bezpečnosti najvhodnejšie pre deti predškolského veku. Pre účely spracovania bakalárskej práce som vybrala Partizánsku lúku, ktorá je súčasťou Bratislavského lesoparku. Hoci bola Partizánska lúka obľúbenou výletnou destináciou Bratislavčanov už pred viac ako 2 storočiami, areál veľkú časť 20. storočia iba pustol a chátral. S jeho rekonštrukciou sa začalo koncom roku 2005 a dnes má už Partizánska lúka úplne novú tvár a poskytuje deťom a ich rodičom ideálny priestor na spoznávanie prírody hravou formou. Výhodou tejto lokality je aj jej dostupnosť mestskou hromadnou dopravou resp. autom, čo je z hľadiska veľkej mestskej konglomerácie dôležitá skutočnosť obzvlášť keď ide o návštevu prírody s malými deťmi.

Lokalitu som si prešla a pokúsila som sa na možnosti, ktoré poskytuje pozrieť očami matky malého dieťaťa. Zistila som, že disponuje všetkým, čo rodič pre formovanie pozitívneho vzťahu k prírode u svojho dieťaťa potrebuje – zaujímavými trasami ktoré dokážu zdolať aj tí najmenší vrátane náučného chodníka (s tabuľkami plnými informácií a úloh, ktorými dieťa sprevádza postavička d'at'a), priestorom umožňujúcim bezpečne sa zahrať, usporiadať piknik, možnosťou kŕmiť kozičky, ale aj možnosťou občerstvenia.

3.3 Tlačová propagácia

3.3.1 Tvorba pracovného zošita

Pri tlačovej propagácii aktívneho pohybu v prírode som sa rozhodla pre tvorbu pracovného zošita, ktorý by bol prepojený (obsahovo aj vizuálnym spracovaním) s web stránkou projektu. Chcela som deti a ich rodičov/opatrovníkov „vytiahnuť“ do prírody bez toho, že by so sebou ako zdroj zábavy brali tablety resp. iné technické zariadenia. Za náhradu interaktívnej obrazovky som zvolila práve pracovný zošit s aktivitami a hrami, ktorý by deti pobádal k aktívnemu pobytu v prírode. Slúžil by ako hračka, učebná pomôcka, denníček, zápisníček. Dieťa by ho však malo brať ako niečo, po čom samo rado siahne. Ako motivačný prostriedok podmienenia detského záujmu som sa rozhodla využiť ilustrácie, ktoré by detské oko mohlo považovať za atraktívne a taktiež postavičku, ktorá by slúžila ako symbol – maskot projektu. Idea postavičky vznikla na základe spomienok na moje detstvo - v škole sme vlastnili bábiku, ktorú si každý týždeň jeden zo žiakov bral na víkend domov a písal jej denníček. Napadlo ma, že by sa v mojom projekte dalo uplatniť niečo podobné - vytvoriť istého sprievodcu, ktorý by dieťa viedol po „zelených“ zákutiach Bratislavy, zadával mu úlohy a hry, ktoré by pod jeho dohľadom plnil. Mal by charakter skôr jeho kamaráta než mentora, ale zároveň by sa na neho dieťa malo chcieť podobať a to hlavne túžbou zažívať dobrodružstvá v prírode. Na základe rešerše o divo žijúcich zvieratách na území Bratislavy som si vybrala ako maskota postavu veveričky (obr. 26). Ide o zvieratko milého vzhľadu, ktoré patrí medzi najrozšírenejšie druhy žijúce v blízkosti ľudských obydľí tohto regiónu.



Obr. 26: Finálna podoba veveričky – maskota projektu

Tá na svojich dobrodružstvách, ktoré realizuje aj v sprievode mamičky, stretáva iné zvieratká typické pre miesto, ktoré navštívi (obr. 27).



Obr. 27: Zvieratká reprezentujúce jednotlivé lokality (ďateľ – Pertizánska lúka, salamander – Horský park, ježko – Sad Janka Kráľa; divé prasiatko – Koliba)

Cieľom pracovného zošita bol teda predovšetkým reálny – priamy kontakt s prírodou. V domácom prostredí zas umožňuje kontakt s webom, kde môže dieťa v získavaní informácii o prírode a zábave s tým spojenej pokračovať.

3.3.1.1 Základné členenie

Úvodné stránky pracovného zošita stručne zoznamujú čitateľa s tým o aký projekt ide a poskytujú mu návod, ako so samotným zošitom pracovať. Po prvý krát sa tu objavuje prvok listov, ktoré vkladám za text na ktorý chcem upozorniť (obr. 28). Prvok spomínaných listov, ale aj čečiny a kvetín sa objavuje za nápismi aj neskôr, na každej dvojstránke.



Obr. 28: Prvok listu s vloženým textom

Za úvodnými stránkami nasleduje obsah odkazujúci na jednotlivé časti zošita - na Zoznámenie, Príbeh, Hry v prírode a Hry na doma. V časti venovanej **zoznámeniu** sa po prvý krát zoznamujeme s hlavnou postavou - veveričkou a dôvodom, vďaka ktorému začala zažívať dobrodružstvá v prírode. Text sa nachádza už na spomínaných listoch. Nasleduje stránka, ktorá poskytuje dieťaťu priestor na uvedenie informácií o sebe. Na ďalších stránkach je **príbeh** veveričky. Ten nenásilným spôsobom ukazuje ako zošit používať a naznačuje, že nech už sú prekážky akékoľvek mali by sme s potomkami vyhľadávať dobrodružstvá na čerstvom vzduchu. Nasledujú interaktívne časti zošita a to „Hry v prírode“ a „Hry na doma“. „**Hry v prírode**“ začínajú slepou mapou vybraného územia - v našom prípade Partizánskej Lúky, ktorá je súčasťou Bratislavského lesoparku. Dieťa má za úlohu do nej na vyznačené miesta umiestniť správne nálepky - charakteristické prvky daného územia. Vzhľad nálepiek korešponduje s celým ilustratívnym vizuálom projektu. Prácu s mapou som si vybrala preto, že v dnešnej pretechnizovanej dobe môže deťom pomáhať pri rozvoji priestorovej orientácie, ktorá im často chýba. Mapy deťom pomáhajú predstaviť si umiestnenie, tvary, farby a vzťahy medzi jednotlivými objektami a učia ich určiť ich polohu v meste a v krajine. Dieťa si vďaka tejto skutočnosti uvedomuje aj svoje miesto vo svete, začína vnímať spojitosti a vyberá si, akým smerom sa chce vybrať. Súčasťou časti „Hry v prírode“ sú aj úlohy, články a hry spojené s vybranou „zelenou“ lokalitou a taktiež kreatívne úlohy, na vypracovanie ktorých potrebujeme prírodné materiály. Časť „**Hry na doma**“ obsahuje stránky venované aktivitám, ktoré môžeme s deťmi vykonávať za zlého počasia (alebo počas inej situácie, ktorá nám nedovolí vybrať sa do exteriéru) v pohodlí domova. Obsahuje omaľovánky a hry podnecujúce rozvoj kognitívnych schopností (obr. 29).



Obr. 29: Hry podnecujúce rozvoj kognitívnych schopností

Jedným s dôvodov vytvorenia pracovného zošita bolo upevniť puto medzi dieťaťom a jeho rodičom/opatrovateľom. V dôsledku neschopnosti dieťaťa samostatne čítať text, nie úplne vyvinutej jemnej motorike a neschopnosti (z hľadiska bezpečnosti) samostatného pohybu v otvorenom priestore je dieťa odkázané na pomoc dospelého. Potreba poskytnutia „pomocnej ruky“ tak do projektu „Pod Stromy“ dostáva aj dospelých. Vďaka dieťaťu teda nadšenie pre aktivity v prírode môže postupne zdieľať celá rodina. Jednotlivé úlohy som sa snažila prispôbiť vekovému rozmedziu od 3-5 rokov. Pokyny som sa snažila formulovať stručne a zrozumiteľne a to isté platí aj o ostatnej textovej časti, ktorej cieľom je oboznámiť predškolača s prírodou okolo nás. Cieľom zošita je tiež okrem rozvoja jemnej motoriky a priestorovej orientácie rozvinúť u detí predstavivosť, kreativitu, ale aj naučiť ich zákonitosti správania sa v prírode.

3.3.1.2 Výtvarné riešenie a farebnosť

Pri tvorbe ilustrácií som sa nechala inšpirovať rôznymi zdrojmi. Od prírody samotnej po ilustrácie na starých československých zápalkách, ktoré vyobrazujú lesné zvieratá. Podobnosť spočíva vo farebnosti a napodobení ručnej tlače, ktorej efekt som sa snažila docieľiť. Pri tvorbe tváre samotnej postavy veвериčky a jej výrazu som naopak inšpiráciu čerpal z ilustrácií novodobých vyobrazení kreslených zvieratiek, či už na objektoch každodennej potreby, alebo v rozprávkach od japonských ilustrátorov. Pri tvorbe tejto postavy a farebnosti celého projektu som tiež dala priestor na vyjadrenie aj cieľovej skupine – predškolačkom (obr. 30).



Obr. 30: Pomoc detí pri tvorbe výslednej podoby veвериčky

S pomocou dospelého sa mohli vyjadriť k nasledujúcim otázkam: „Vieš o aké zvieratko ide?“, „Aké by si mu dal meno?“, „Čo by si na ňom zmenil?“. Následne som deťom ponúkla na výber kombinácie farieb, z ktorých som na základe ich odpovedí vybrala tú najžiadanejšiu variantu (farby, ktoré som do návrhov vybrala sú výrazné a majú pripomínať a zároveň nahrádzať jas a rozmanitú farebnosť obrazoviek). Po zohľadnení ich odpovedí som sa pomocou môjho ilustratívneho rukopisu dopracovala k výslednému vizuálu (vyššie uvedený obr. 26). Veverička má byť podobná dieťaťu, či už výrazom tváre, veľkými očami alebo stavbou tela.

Vzhľadom na zvolenú vekovú kategóriu som sa snažila o čo najzrozumiteľnejšie vyobrazenie vecí, ktoré sú však štylizované, s jemnými zaguľatenými okrajmi. Ilustrácie nemajú výrazné obrisy a jednotlivé objekty sa od seba odlišujú farebnosťou. Tretí rozmer im dodáva textúra, pri ktorej použití nie som zdržanlivá a stala sa už viac-menej typickou pre moje ilustratívne práce. Proces tvorby ilustrácií je zobrazený na obr. 31. Obal zošita má podobu vaku, ktorý si obyčajne pri výpravách do prírody so sebou berieme. Podoba vaku tiež slúži pre lepšie stotožnenie sa s veveričkou, ktorá ho nosí v príbehu.



Obr. 31: Proces tvorby ilustrácií

3.3.1.3 Použité písmo

Výber písma v projekte „Pod Stromy“ bol pre mňa veľmi dôležitý. Potrebovala som vybrať taký typ, na ktorom by sa deti potencionálne mohli začať učiť čítať. Po dlhodobom rozhodovaní som sa rozhodla pre jeden a je to jediný typ písma, ktorý v mojej práci používam - Comenia Sans (obr. 32).

Comenia Sans
Comenia Sans

Veverica stromová alebo
veverica obyčajná je cicavec
z čeľade vevericovitých.

Obr. 32: Ukážka fontu Comenia Sans

Vyrobil ho Tomáš Brousil a čo je na ňom špecifické je, že bol špeciálne vytvorený pre všetky typy škôl. Font určený detskému publiku, ktorého oko nevie automaticky zatried'ovať variácie typu písmen keď nie sú v svojom pôvodnom formáte, by mal obsahovať tieto atribúty: mal by mať jednoduché, veľkorysé tvary písmien; tvary by mali byť zaoblené, nie hranaté ani obdĺžnikové; pri najmenších deťoch by malo byť písmo v rozpätí 14 - 24 bodov. Deti majú prevažne problém s písmenami A, G, I, L a preto by sa mal dať dôraz na ich tvar pri zmenách verzálok a mínusiek. Vyhnúť by sme sa mali dekoratívnym, deformovaným typom písma alebo kurzívam. Comenia Sans veľmi dobre funguje ako v nadpisoch tak aj vo viacstranových textoch. Diakritika je prispôsobená pre český, slovenský, poľský ako aj ostatné stredoeurópske jazyky. Písmo využívam v mínuskách. Verzálky sa vyskytujú jedine v logu.

3.4 On-line propagácia

Keďže žijeme v svete plnom technológií, uvedomila som si, že by bolo kontraproduktívne snažiť sa im pri propagácii aktívneho pobytu v prírode, aj keď je zameraný na deti predškolského veku vyhnúť. Rozhodla som sa preto, ako som už vyššie uviedla, využiť v propagácii pobytu v prírode okrem printových médií aj on-line propagáciu prostredníctvom web stránky, ktorá by svojmu návštevníkovi atraktívnou, prehľadnou a zrozumiteľnou cestou poskytovala informácie o možnostiach trávenia voľného času na miestach vhodných pre našich najmenších (moju cieľovú skupinu). Účelom tejto mnou vytvorenej stránky však nie je, aby používateľ za počítačom trávil nespočetné množstvo hodín. Jej hlavná úloha je vyvolať u používateľa chuť ísť von, vidieť a zažiť všetky dobrodružstvá a hry na vlastnej koži. Preto som spolu s webstránkou vytvorila aj už vyššie spomínaný pracovný zošit. Bez neho sa do určitej miery význam webstránky stráca. Zatiaľ čo stránka poskytuje predovšetkým informácie (predovšetkým osobe zodpovednej za predškolača),

zošit slúži ako miesto na praktické riešenie (vypĺňanie) úloh. Web teda pracuje v zmysle doma načerpám informácie zo stránky a tie potom za pomoci pracovného zošita otestujem v praxi a opačne. Pri on-line propagácii, zacielenej na najmenších, zohráva nenahraditeľnú úlohu samozrejme aj postava veveričky, ktorá tiež slúži ako prostredník medzi webom, zošitom a prírodou.

3.4.1 Tvorba web stránky

3.4.2.1 Základné členenie

Pri riešení webu som sa usilovala o čo najjednoduchšie členenie, ktoré by jeho návštevníkovi (dospelému, ale aj detskému) zaručovalo čo najľahšiu orientáciu.

Menu je tvorené štyrmi kategóriami – časťami. Na úvodnej stránke (na ktorú sa dostávame kliknutím na **logo projektu** a ktorá predstavuje **domovskú stránku** projektu) sa nachádzajú uvodné informácie o projekte motivačného charakteru. Je tu tiež možnosť hneď prejsť priamo na hru spojenú so získavaním poznatkov o prírode priamo v prírode. Dôvodom umiestnenia tejto možnosti hneď na tejto stránke je snaha od prvej chvíle deti, ale aj ich opatrovateľov motivovať a ukázať im, že ide predovšetkým o zábavu (spojenú s aktívnym pobytom v prírode a s využívaním pracovného zošita). Posunom nižšie prichádzame na základné informácie o projekte ako takom, o jeho cieľoch, poslaní, ako aj o tom, prečo by sme sa oň mali zaujímať a prečo je pobyt v prírode tak dôležitý. V neposlednom rade sa dozvedáme o už spomínanom zošite, ktorý je s webom spojený a taktiež zistíme, kde si ho môžeme zaobstarať pokiaľ sme tak už neurobili.

Po rozkliknutí časti „**Miesta**“ sa návštevník dostáva na mapu Bratislavy. Naše lokality sú na nej vyznačené výrazným názvom. Vedľa mapy je stručný opis zelených plôch mesta Bratislavy a taktiež možnosť prejsť na už spomínanú hru. Po vybraní si určitého miesta sa kliknutím alebo jednoduchým posunutím dole dostávame na stránku zvolenej lokality, kde sa o nej dozvedáme základné informácie. Jej súčasťou je aj ilustrácia sprievodného, pre danú lokalitu typického zvieratka. Pod textom máme možnosť rozkliknutia odkazu „*Čítaj viac*“. Tá poskytuje čitateľovi možnosť prečítať si podrobnejšie informácie o zvolenom mieste (lokalite), napríklad o jeho histórii, o tom čo tam nájdeme, ako sa tam dostaneme, čo tam môžeme s deťmi robiť, aké sú tam možnosti občerstvenia, čo tam rastie a tak-

tiež tu nájdeme odkazy na ďalšie stránky spojené s danou lokalitou. Tieto informácie slúžia užívateľovi na vytvorenie si reálnejších predstáv o tom, čo môžu od daného miesta očakávať. Keďže ide o aktivity rodičov resp. iných dospelých s malými deťmi je totiž veľmi dôležité predpripraviť sa na akúkoľvek situáciu.

Tretí odklik v menu nesie názov „**Pre deti**“ a ako sám názov hovorí, ide o časť webu určenú prioritne deťom. Po nakliknutí sa pred návštevníkom objaví niekoľko ikoniek. Prvá z nich je už spomínaný odklik na „*Hru*“. Tá je vo forme jednoduchého kvízu na ktorého konci ma čaká odmena. Spočíva vo vybraní si z daných lokalít a po stlačení tlačidla štart sa dostaneme na jednotlivé úlohy. Prvá je vždy slepá mapa, ktorá je rovnaká ako v zošite (táto identickosť je uskutočnená z dôvodu kompatibility so zošitom určeným na prácu v prírode, s ktorým by dieťa malo pracovať ako s prvým). Po nalepení nálepiek (obr. 33) na správne miesto do mapy v prírode (do zošita) a po následnom skontrolovaní si správnosti (virtuálnom nalepení nálepiek na správne miesto) na webstránke môže dieťa za správne riešenie získať odmenu.



Obr. 33: Nálepky - identické na webe aj v pracovnom zošite

Po vyplnení mapy nasledujú otázky, na ktoré by správne odpovede malo poznať dieťa tiež až po prejdení si daného miesta. Všetky úlohy sú náročnosťou samozrejme prispôbené veku detí a spoliehajú predovšetkým aj na pomoc dozoru. Medzi jednotlivými úlohami sú pár sekundové prechody s animáciou, ktoré slúžia ako tutoriál na osvojenie si postupu potrebného na realizáciu hry resp. pri vyplňaní úlohy. Pokiaľ dieťa vyplní úlohu alebo odpovie na otázku nesprávne, hra ho vráti o jeden krok naspäť, čiže sa k správnej odpovedi tak či tak dopracuje trpezlivosťou a vytrvalosťou. Tá môže deti učiť k tomu, aby veci nevzdali predčasne ale skúšali ďalej až pokiaľ sa im nepodarí dosiahnuť úspechu. Po vyplnení všetkých úloh sa nám na pár sekúnd zobrazí prechodová animácia, ktorá nám povie „*Hotovo*“ a presunie nás na obraz s darčekom, pod ktorým je informácia nabádajúca nás na jeho náklik. Keď tak vykonáme, automaticky sa nám stiahne odmena v podobe omalovánky (alebo inej hry, ktorú si môžeme vytlačiť). Hru môžeme kedykoľvek počas hrania ukon-

čít' kliknutím na X. Možnosť dočasného prerušenia sa tu nenachádza, keďže ide o hru nízkej náročnosti, ktorá je postavená na stratégii pokus > úspech, pokus > neúspech > skús znovu. Nasledujúca ikonka „Veverička“ je odklik na informácie o maskotovi - veveričke a jej dobrodružstvách. Kliknutím na ikonku „Hráme sa“ sa dostávame k ďalším hrám, kvízom a radám, ktoré sú obsahovo prepojené (a nadväzujú na naše vybrané lokality) s pracovným zošitom. Ďalšia ikonka s názvom „Učíme sa“ nás preniesie na stranu plnú zaujímavostí o prírode a živočíchoch v meste Bratislava, ktoré sú prispôbené detskému návštevníkovi.

Posledná kategória v menu je „Kontakt“. Tá umožňuje pozrieť si projekt na dostupných sociálnych médiách a podporiť ho svojím sledovaním. V rámci nej sa tiež, priamo zo stránky, môžeme spojiť s projektom aj prostredníctvom e-mailu. Ku kontaktným informáciám sa tiež vieme dopracovať preskrolovaním na koniec stránky.

3.4.2.2 Výtvarné riešenie a farebnosť

Nosným výtvarným prvkom celej webovej stránky sú ilustrácie a farebnosť (obr. 34), ktoré nás spájajú aj so samotným pracovným zošitom. Stránka je prispôbená detskému ale aj dospelému užívateľovi, ktorí nesie za predškolákov zodpovednosť.



Obr. 34: Ukážka webu

Dieťaťu je prispôsobená svojou interaktívnosťou, ilustratívnosťou, farebnosťou a hravosťou. Dospelému naopak prináša čo najlepšie sprostredkované informácie - fakty, ktoré mu pomôžu zrealizovať výlet bez nepríjemných prekvapení. Poskytuje mu vedomosti o okolí, umožňuje mu oboznámiť sa s hrami a všetkým, čo je určené deťom, ale k čomu sa dieťa tohto veku ešte samostatne dostať nevie.

Informácie uvedené na stránke som sa snažila prezentovať zábavnou, ale zároveň zrozumiteľnou formou. Vychádzala som pritom z predpokladu, že kým dospelý získava zo stránky informácie o lokalite, ktorú si vybral pre spoločne strávený čas v prírode, dieťa by sa nemalo nudiť – malo by sa zabaviť hrami a ilustráciami, o ktorých sa potom spoločne s dospelým môže rozprávať (ako keď si dieťa a rodič spoločne čítajú knižku a rozprávajú sa o nej). Dôležité pritom pre mňa bolo nájsť určitý balanc medzi ilustratívnosťou prostredia a udržateľnosťou jednoduchosti pri pohybe na stránke, s cieľom neprekročiť hranicu zrozumiteľnosti kvôli atraktivite prostredia pre detské oko. Snažila som sa udržať jednoduché užívateľské rozhranie, ktoré by si mal užívateľ (napr. aj starý rodič) veľmi rýchlo osvojiť. V kategórii menu „Pre deti“ by sa predškolač mal vedieť pohybovať aj sám. Jednotlivé ilustrácie sú rovnaké ako v pracovnom zošite. Tento fakt tiež spája oboje veci dohromady. V prevedení na webovej stránke som sa ale snažila ubrať z textúr, ktoré vytvárajú tretí rozmer. Nie ich však odstrániť, skôr ich prispôbiť skutočnosti, že ich vnímam na monitore a nie na papieri a tiež ich limitovať, kvôli dôležitému udržaniu viditeľnosti hlavných orientačných nástrojov. Farebnosť zostáva rovnaká ako v pracovnom zošite. Snažila som sa držať mnou daných, základných štyroch farieb - modrej, zelenej, žltej, oranžovej a ich odteňov. Podrobnejší popis dôvodov môjho rozhodnutia sa nachádza v predchádzajúcej kapitole, ktorá sa venuje ilustrácií v tlačovej propagácii projektu. Farby aktívnych tlačidiel sú biela a oranžová. Farba pozadí plôch sa mení v závislosti od jednotlivej kategórie. Napríklad Partizánska lúka má pozadie zelené, Koliba modré, Horský park tmavozelené a Sad Janka Kráľa tmavšiemodré. Farebné odlíšenie jednotlivých sekcií je dôležité z hľadiska oddelenia jednotlivých typov informácií a tiež z hľadiska ich zatriaktívnenia. Čierna sa v celej práci nevyskytuje. Je to z dôvodu pochmúrnosti, ktorú nechcem v nijakom kontexte s pobytom vonku v užívateľovi vzbudiť. Pre farbu textu som teda zvolila tmavo modrú, ktorá je najtmavšia z farieb, ktoré v mojej práci používam.

3.4.2.3 Použité písmo

Pri tvorbe webu som použila rovnaký typ písma ako v prípade tlačovej propagácie – pracovného zošita. Išlo o Comenia Sans, pričom zdôvodnenie jeho použitia je bližšie uvedené v kapitole 3.3.1.3.

3.5 Tvorba reklamných predmetov

Pri výbere vhodných reklamných predmetov určených pre zvolenú cieľovú skupinu som sa rozhodla pre pexeso a omaľovánku, pričom som v oboch prípadoch stavala na mnou vytvorených ilustráciách.

Pexeso ako obľúbená hra u detí podporuje rozvoj pamäťových schopností, jemnej motoriky ale aj komunikácie. Učí ich nielen vyhrávať ale aj prehrávať a poskytuje im možnosť získavať nové informácie (v našom prípade o prírodninách - rastlinách a živočíchoch).

Omaľovánky majú okrem pozitívneho vplyvu na jemnú motoriku aj významnú úlohu pri podporovaní tvorivosti a kreativity dieťaťa. Aj v tomto prípade umožňujú dieťaťu získať poznatky o rastlinách a zvieratkách a učia ich vnímať svet prírody.

Vytvorené reklamné predmety predstavujú odmenu, ktorú dieťa získa pri úspešnom absolvovaní poznávacej hry na webe.



Obr. 35: Omaľovánka

ZÁVER

Hoci bol v minulosti pobyt v prírode samozrejmom a neoddeliteľnou súčasťou života ľudí, je to žiaľ v dnešnej konzumnej dobe úplne inak. Ľudí treba k návratu k prírode motivovať. Prostriedkom, ktorý nám v tom môže pomôcť je vhodne zvolená propagácia na ktorú som sa zamerala aj vo svojej bakalárskej práci. Jej výsledkom je návrh printovej a on-line propagácie aktívneho pobytu v prírode, pričom som svoju bližšiu pozornosť upriamila na región veľkej mestkej usadlosti – hlavného mesta Slovenskej republiky - Bratislavy.

Problematika propagácie je sama o sebe veľmi zaujímavá aj keď pomerne náročná. Za jeden z kľúčových problémov sa považuje správny výber cieľovej skupiny. V mojom prípade som sa rozhodla zamerať na deti mladšieho – predškolského veku, nakoľko práve pôsobením na tých najmenších dokážeme vychovať generáciu Bratislavčanov, ktorá by s láskou trávila čas v prírode.

Pri realizácii práce som stavala na poznatkoch nadobudnutých počas štúdia a zároveň som získala množstvo poznatkov z ďalších oblastí, vrátane psychológie detí predškolského veku. Prieskum existujúcich riešení či už vo svete, alebo v domácom prostredí ma inšpiroval k niektorým v samotnej práci realizovaným prístupom.

Praktická časť mojej práce prináša návrhy vhodných riešení a predstavovala pre mňa veľkú výzvu. Pri propagácii aktívneho pobytu v prírode som sa rozhodla pre využitie spojenia klasického prístupu s moderným – printovej propagácie predstavovanej pracovným zošitom s webom. Keďže išlo o prístup zacielený prioritne na tých najmenších, postavila som svoj projekt na pomerne časovo náročných ilustráciách, ktoré v sebe niesli vzhľadom na cieľovú skupinu určité špecifiká.

Tvorba (predovšetkým ilustračná) pre deti ma však veľmi baví a aj vo svojej ďalšej práci by som rada pokračovala v realizácii projektov určených predovšetkým tým najmenším.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] ŠARAFÍN, Michal. Ako chrániť prírodu. [online]. Stromzdravia.sk, 2015 [cit. 2015-01-02]. Dostupné z: <http://stromzdravia.sk/priroda/priroda-a-zivotne-prostredie-par-viet-navyse/>
- [2] THE NATURE CONSERVANCY. Nature Inspires Art: Nature Plays a Vital Role in Our Creative Expression. [online]. 2015 [cit. 2015-01-02]. Dostupné na: <http://www.nature.org/ourinitiatives/regions/northamerica/nature-inspires-art.xml>
- [3] VRZGULOVÁ, Beata. Bratislavská zeleň dostala zelenú. [online]. 2008 [cit. 2015-01-01]. Dostupné z: http://www.inba.sk/vismo/dokumenty2.asp?id_org=600185&id=1126
- [4] PETR, Jaroslav. Pobyt v prírode povzbuzuje tvůrčí schopnosti. [online]. ČRo Leonardo, 2012 [cit. 2015-01-05]. Dostupné na: http://www.rozhlas.cz/leonardo/clovek/_zprava/pobyt-v-prirode-povzbuzuje-tvurci-schopnosti--1151935
- [5] MANAGEMENTMANIA.COM. Propagovanie. [online]. © 2011-2013 [cit. 2015-01-05]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/propagovanie>
- [6] JONÁŠOVÁ, Libuše. Psychologie reklamy praktické využití psychologických metod v reklamě pro cestovní ruch. Bakalárska práca : Vysoká škola polytechnická v Jihlavě, Katedra cestovního ruchu, 2009. Vedúca bakalárskej práce Eva Půlkrábková.
- [7] KOTLER, P. Marketing Management. 2. vyd. Praha, Victoria Publishing 1995. s. 76.
- [8] WIKIPEDIA. Turista (časopis). [online]. 2014 [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Turista_%28%C4%8Dasopis%29
- [9] WIKIPEDIA. Skauting. [online]. 2015 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://sk.wikipedia.org/wiki/Skauting>
- [10] WIKIPEDIA. Literatura pro děti a mládež. [online]. 2015 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Literatura_pro_d%C4%9Bti_a_ml%C3%A1de%C5%BE
- [11] KOPČÍKOVÁ, Mária: Detské časopisy - čo by mal obsahovať dobrý časopis. [online]. 2015 [cit. 2015-12-13]. Dostupné z: <http://www.rodinka.sk/vychovavame/vychovavame-deti/detske-casopisy-co-by-mal-obsahovat-dobry-casopis/>

CITOVANÉ INTERNETOVÉ STRÁNKY

<<http://wekeepexploring.com/>>

<<http://www.distanceclub.com/>>

<<http://www.kamnavylet.sk/>>

<[http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq\[9MG1gG5}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G\[95\]qJ3l\[9MG1gG5WVi}qJ3lmw1z5WY\[i}q\]MG}JgG5W}q0M05W9f99\[>](http://www.oravskemuzeum.sk/?get=qmT3zI5Wq[9MG1gG5}qiT3mT3zI5W}q9Vi5Wq0G[95]qJ3l[9MG1gG5WVi}qJ3lmw1z5WY[i}q]MG}JgG5W}q0M05W9f99[>)>

<<http://www.turistikaonline.sk/index.php?m=7>>

<<http://hiking.sk/>>

<<http://www.akademianatura.sk/>>
<<http://mpba.sk/mapa>>
<<http://www.horaren.sk/>>
<<http://www.vodarenskemuzeum.sk/sk/zahrada/>>
<<http://www.citylife.sk/>>
<<http://www.visit.bratislava.sk/>>
<<http://www.bratislava-online.sk/>>
<<http://www.tourismbratislava.com/>>
<<http://bratislavskevylety.sk/>>
<<http://www.panorama.sk/>>
<<http://www.inba.sk/>>
<<http://www.baobab-books.net/>>
<<http://flyingeyebbooks.com/>>
<<http://www.pluska.sk/predplatne/vcielka/>>
<<http://www.raketa-casopis.cz/>>
<<http://www.anorakmagazine.com/dot/>>
<<http://www.discovertheforest.org>>
<<http://hravouka.circusatos.com/>>
<<http://jdeteven.cz/>>

ZOZNAM OBRÁZKOV

- Obr. 1: *Historická (A) a súčasná, (B) podoba časopisu Turista* <<http://www.paladix.cz/gallery.php?ido=11810>; <http://turista.nacestu.cz/index.php>>, str. 12
- Obr. 2: *Historická podoba knižnej publikácie venovanej skautingu (A) a plagát propagujúci skautské hnutie – aktívny pobyt v prírode (B)* <<http://www.cookdandbombd.co.uk/forums/index.php?topic=34069.30>; <http://www.amazon.com/ORANGE-DISTRIBUTORS-VINTAGE-NOSTALGIC-POSTER/dp/B0051G8YT2>>, str. 13
- Obr. 3: *Vlajka spájaná s ústrednou myšlienkou projektu Keep Exploring* <http://cdn.shopify.com/s/files/1/0639/5089/files/loveinjustin_Photo2_grande.jpg?492>, str. 14
- Obr. 4: *Vizuál projektu Keep Exploring* <<http://wekeepexploring.com/>>, str. 15
- Obr. 5: *Reklamné predmety propagujúce projekt Keep Exploring - nálepky a šatka* <http://cdn.shopify.com/s/files/1/0639/5089/products/IMG_7566_grande.JPG?v=1425062098; http://cdn.shopify.com/s/files/1/0639/5089/products/IMG_5495_Square_1024x1024.jpg?v=1425774792>, str. 15
- Obr. 6: *Hlavná stránka projektu Distance club* <<http://www.distanceclub.com/>>, str. 18
- Obr. 7: *Hlavná stránka projektu Kam na výlet na Slovensku* <<http://www.kamnavylet.sk>>, str. 19
- Obr. 8: *Hlavná stránka projektu M_P_BA* <<http://mpba.sk/>>, str. 20
- Obr. 9: *Projekt M_P_BA - mapa Bratislavy s číselne označenými zaujímavými miestami* <<http://mpba.sk/mapa>>, str. 20
- Obr. 10: *Projekt M_P_BA - vizualizácia zvolenej lokality* <<http://mpba.sk/630>>, str. 21
- Obr. 11: *Obálka knihy Ilustrované včelařství a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami* <<https://www.prirodovedci.cz/eshop/kategorie/knihy-a-casopisy/knihy/produkt/ilustrovane-vcelarstvi-yves-gustin/>>, str. 24
- Obr. 12: *Obálka knihy Rostlinopis a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami* <<http://www.branakdetem.cz/rostlinopis-baobab.htm>; <http://www.baobab-books.net/rostlinopi>>, str. 24
- Obr. 14: *Ilustrácia z knihy Havětník* <http://kultura.zpravy.idnes.cz/knizni-tipy-literatura-pro-deti-da3-/literatura.aspx?c=A151102_161528_literatura_ob>, str. 24
- Obr. 15: *Obálka knihy One day on our blue planet in the Antarctic a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami* <<https://momreadit.wordpress.com/tag/flying-eye-books/>>, str. 25
- Obr. 16: *Obálka knihy One night far from here a ukážka spracovania textu a jeho prepojenia s ilustráciami* <<http://nobrow.net/shop/one-night-far-from-here/>>, str. 25
- Obr. 17: *Ukážka z “activity book” Můj prázdninový deník* <<http://www.fler.cz/blog/muj-prazdninovy-denik-13294>>, str. 26

- Obr. 18: Ukážka printovej (A) a digitálnej (B) podoby Včielky <<http://www.pluska.sk/predplatne/vcielka/>; <https://itunes.apple.com/sk/app/vcielka/id586936767?mt=8>>, str. 27
- Obr. 19: Ukážka z časopisu Raketa s motívom chrobáčikov <[http://www.labyrint.net/kniha/818/raketa-c-02-brouci-spol](http://www.labyrint.net/kniha/818/raketa-c-02-brouci-spol;); <http://www.mamami.cz/produkt/casopis-raketa-02/>>, str. 28
- Obr. 20: Ukážky z časopisu DOT <<http://babyology.com.au/sunday-arts/dot-hip-new-magazine-preschoolers.html>>, str. 28
- Obr. 21: Hlavná stránka projektu Discover the forest <<http://www.discovertheforest.org>>, str. 29
- Obr. 22: Hlavná stránka projektu Hravouka <<http://hravouka.circusatos.com/>>, str. 31
- Obr. 23: Hlavná stránka projektu jdeteven!cz <<http://jdeteven.cz/>>, str. 32
- Obr. 24: Prieskum lokalít (foto Jaroslava Karnoková, 2016), str. 34
- Obr. 25: Návrhy loga projektu s vyznačeným finálnym variantom (autorský obrázok), str. 36
- Obr. 26: Finálna podoba veveričky – maskota projektu (autorský obrázok), str. 37
- Obr. 27: Zvieratká reprezentujúce jednotlivé lokality (d'ateľ – Pertizánska lúka, salamander – Horský park, ježko – Sad Janka Kráľa; divé prasiatko – Koliba) (autorský obrázok), str. 38
- Obr. 28: Prvok listu s vloženým textom (autorský obrázok), str. 38
- Obr. 29: Hry podnecujúce rozvoj kognitívnych schopností (autorský obrázok), str. 39
- Obr. 30: Pomoc detí pri tvorbe výslednej podoby veveričky (foto Katarína Stebelová, 2015), str. 40
- Obr. 31: Proces tvorby ilustrácií (autorský obrázok), str. 41
- Obr. 32: Ukážka fontu Comenia Sans (autorský obrázok), str. 42
- Obr. 33: Nálepky - identické na webe aj v pracovnom zošite (autorský obrázok), str. 44
- Obr. 34: Ukážka webu (autorský obrázok), str. 45
- Obr. 35: Omal'ovánka (autorský obrázok), str. 47

ZOZNAM PRÍLOH

[P1] Obsah dátového CD

PRÍLOHA P I: OBSAH DÁTOVÉHO CD NOSIČA

Priložené CD obsahuje:

- túto prácu vo formátoch PDF a DOC (Adobe Acrobat a Microsoft Word)
- ukážky tlačovej a on-line propagácie aktívneho pobytu v prírode