

Marketing, propagace a komunikace s veřejností

Propagační a komunikační aktivity byly po celý rok 2025 vedeny s cílem zvýšit povědomí o **Žižkovské komunitní zahradě**, zapojit místní obyvatele do dění v zahradě a otevřít prostor široké veřejnosti.

- **Webové stránky**

Vytvořili jsme samostatné webové stránky projektu (www.zizkovskazahradka.cz), které slouží jako centrální informační platforma zahrady. Web obsahuje základní informace o fungování zahrady, možnostech zapojení, aktuality a přehled proběhlých i plánovaných akcí. Do budoucna plánujeme web systematicky rozšiřovat o odborné články k městskému zahradničení, udržitelnosti, biodiverzitě a komunitnímu životu, čímž chceme posílit jeho vzdělávací rozměr.

- **Sociální síť – Facebook**

Aktivně jsme využívali Facebook jako hlavní komunikační kanál směrem k veřejnosti i členům komunity. Spravujeme facebookovou skupinu zahrádky, kde pravidelně sdílíme informace o brigádách, akcích, možnostech zapojení a aktuálním dění na zahradě. Pro veřejné akce jsme vytvářeli samostatné události, které přispěly k vyšší návštěvnosti a lepší orientaci veřejnosti v programu. Facebook sloužil také k dokumentaci průběhu aktivit formou fotografií a krátkých textů.

- **Propagace prostřednictvím městských a lokálních kanálů**

Informace o zahradě a jejích aktivitách byly zveřejněny v Radničních novinách MČ Praha 3 formou rozhovoru, který přiblížil smysl projektu a jeho přínos pro místní komunitu. Zahrada byla rovněž zařazena do Sousedského průvodce Prahy 3, což přispělo k jejímu zviditelnění mezi obyvateli městské části i nově příchozími.

- **Informační prvky v prostoru**

Na branku zahrady jsme umístili dvě informační cedule, které slouží k základní orientaci kolemjdoucích. Cedule obsahují informace o charakteru zahrady, možnostech zapojení a kontaktech, a tím podporují spontánní zájem veřejnosti o projekt.

- **Propagace akcí pro veřejnost**

Veškeré veřejné akce pořádané v zahradě byly zveřejňovány v systému dotací MČ Praha 3, čímž jsme zajistili jejich dostupnost širší veřejnosti a transparentní informování městské části o využití prostoru. Zároveň byly akce propagovány prostřednictvím sociálních sítí, partnerských organizací (např. Kokoza, Arnika, Infocentrum Prahy 3) a osobním sdílením v místní komunitě.

- **Spolupráce s partnery a organizacemi**

Propagační dosah zahrady byl rozšířen díky spolupráci s partnerskými organizacemi a zapojením do městských a komunitních akcí (festivaly, komentované prohlídky, workshopy). Tyto spolupráce přinesly nové publikum a posílily vnímání zahrady jako otevřeného komunitního a vzdělávacího prostoru.

Díky kombinaci online komunikace, fyzických informačních prvků a spolupráce s městskou částí a dalšími organizacemi se podařilo systematicky budovat povědomí o zahradě, zvyšovat účast veřejnosti na akcích a dlouhodobě posilovat vztah místní komunity k tomuto prostoru.