

# **Studentské Brno - Formy a nástroje komunikace směrem ke studentům**

*Jan Vostal, Matěj Maděra, Kryštof Zelený*

## **Nástroje komunikace**

Jedním z hlavních nástrojů komunikace by měl být **Facebook**. Jelikož je jeho využití součástí jiného projektu, spokojíme se pouze s krátkým komentářem. Na této sociální síti může Studentské Brno nejen informovat o projektech, ale také pořádat různé motivační soutěže či pobídky či zveřejňovat videa (viz níže).

Dalším vhodným nástrojem jsou **letáčky**. Pokud se rozdávají například před vchody jednotlivých fakult či jiných škol, mohou být účinné, alespoň v tom směru, že si je daný student minimálně přečte a už bude vědět, že takový projekt existuje. Věříme, že si letáček přečte i spousta kreativně smýšlejících studentů. Právě ti mohou mít spousty nápadů, hledat prostředky jak je realizovat a Studentské Brno je pro ně tedy to pravé. V souvislosti s tím doporučujeme vyrobit také plakáty, které by se umístily nejen ve školách, ale také například v kině Scala a na dalších místech s větší koncentrací studentů.

Dalším nástrojem, jak komunikovat se studenty je **umístění informačních tabulí** u již hotových projektů, aby každý věděl, kdo za realizací stojí a jakým způsobem dokázal dotyčný student ve spolupráci se Studentským Brnem přenést projekt z myšlenky do reality.

## **Formy komunikace**

Navrhovali bychom napsat do médií a nabídnout námět buď na **článek o projektu samotném, nebo rozhovor** s lidmi ze studentského Brna nebo přímo s autory projektů. Nejvíce bychom pravděpodobně uspěli se studentskými médii, kde rádi přivítají námět na kvalitní článek/rozhovor a jedná se tedy o reklamu zadarmo. Konkrétně na Fakultě sociálních studií funguje také Radio R, kde by se projekt Studentského Brna taktéž mohl publikovat. Nevylučujeme ani zájem některého z velkých deníků v případě, že by některý z projektů velmi zajímavý a výrazným způsobem by pomohl zlepšit úroveň žití ve městě.

Další možnou formou komunikace by mohly být různé **besedy či přednášky**. V tomto případě by se dala využít i osoba pana primátora Vokřála. Známé tváře vždy přilákají více lidí. Byl by však zřejmě nutné téma Studentského Brna zaobalit do širšího kontextu. Pokud by se přednáška konala na půdě některé VŠ, je možné že by nepřilákala příliš velký počet studentů. V tomto případě by však nebylo na škodu zorganizovat takovou kratší přednášku na půdě střední školy v době výuky, například ve čtvrtých ročnících, tedy u studentů, kteří pravděpodobně zamíří na vysoké školy. Studenti budou rádi za chvilkové zpestření a jistě i oni mají spoustu nápadů, které by v budoucnu mohli zrealizovat.

**Další možností je tvorba videí**. Pokud bychom vytvořili video, které přibližuje možnosti Studentského Brna a několik slov by zde řekl například i pan primátor, věříme, že by šlo o velmi účinnou formu komunikace. V těchto videích by se mohly objevit již hotové, nebo téměř hotové projekty a celé video a jeho sdělení by se neslo v podobném duchu, jako by vyznívaly například reklamní letáčky. U videa je možnost

větší kreativity a díky kvalitním nahrávacím technologiím a možnostem (např. dron s kamerou) by videa mohla studenty skutečně upoutat.

Kreativní lidé s mnoha nápady se často realizují v komornějších a úzce zaměřených skupinách lidí, jednoduše řečeno v různých spolcích. **Důležité bude navázat spolupráci se spolky.** Jelikož se opět jedná o další část projektu, nebudeme ji blíže rozebírat, ale uvedeme pouze jeden příklad možné spolupráce. Studentské Brno zorganizuje na Den Země akci na úklid odpadků v určité brněnské lokaci. Přitom může oslovit mladé lidi z brněnských ekologických spolků, aby se k této akci připojili. Tito lidé mívají často spoustu nápadů, jak zlepšit okolní svět/životní prostředí ve městě. Problém však mohou být právě finance, či nedostatek kapacit na uskutečnění projektu. Díky Studentskému Brnu se jim uskutečnění projektů může podařit. Navíc lidé, kteří se této akce zúčastní, mohou myšlenky Studentského Brna šířit dál. Na akci se také může objevit pan primátor, či například někdo z odboru pro životní prostředí a studenti tak mohou komunikovat přímo i se zástupci města. Z celé akce pak můžeme vytvořit video, které budeme sdílet na sociální síti. Podobně lze spolupracovat i s jinými spolky a institucemi.

Studentské Brno by také mělo **rozvíjet spolupráci se svými partnery** a jejich produkty používat. Například motivace ve formě lístků na Majáles, nebo na sportovní univerzitní souboje zadarmo studenty určitě přiláká. Díky hodnotným cenám také můžeme pořádat různé soutěže, například na Facebooku.

## **Hlavní sdělení**

Hlavním sdělením by mělo být to, že každý může svoji myšlenku převést do reality. Že věci mohou být často jednodušší, než se zdají. Také bychom upozornili na fakt, že stačí opravdu jen prvotní nápad a není se třeba obávat, že na to daný člověk bude zcela sám.

Myslíme si, že by se Studentské Brno mělo zaměřit na skupiny studentů, kde je největší šance, že najde lidi s dobrými nápady a kreativním myšlením. Proto bychom **oslovili umělecké školy či Fakultu architektury VUT.** Nechceme podceňovat studenty jiných oborů, ale podle našeho názoru by mohli mít tito studenti více uskutečnitelných, konkrétních nápadů, než třeba studenti jiných humanitních oborů. Například studenti architektury by mohli mít nejen nápady, co v Brně vylepšit, ale také by mohly již vymyšlené projekty pomoci realizovat. Nejen s touto fakultou by tedy mohlo Studentské Brno navázat spolupráci, která by vypadala následovně. Velmi silnou motivací by bylo například určité kreditové ohodnocení, pokud by se projekt, který student bude mít na starost, skutečně kvalitně zrealizoval. Pokud však zůstaneme více při zemi, studenti by se mohli na projektech podílet v rámci některého z předmětů. Studentské Brno by si například mohlo zajistit spolupráci s některým z vyučujících. Studenti by tak v rámci výuky projektovali/realizovali skutečně projekty, za což by pak například obdrželi určitý počet bodů do závěrečného hodnocení, nebo by se jim splnila povinnost povinného projektu a podobně. Samotný student architektury by si také na kvalitně zpracovaném a zrealizovaném projektu mohl začít “tvořit jméno” a to je dnes skutečně k nezaplacení.

## Komentář

Celkově máte několik dobrých nápadů a líbí se mi také, jak uvádíte konkrétní příklady a zároveň i klientovi vysvětlujete, proč by zrovna to či ono bylo dobré použít. Možná bych pro příště doporučila zapracovat na krátkém úvodním představení toho, z čeho jste vycházeli, jak bude text strukturovaný atd. Nezačínala bych tedy hned tím, že hlavním nástrojem by měl být Facebook. Nejprve bych se zaměřila na hlavní sdělení, jednotlivé cíle a cílové skupiny, až potom už bych konkrétněji představila formu i nástroje komunikace.