

Úvod

V následující práci se budu zabývat tím, jak co možná nejefektivněji zprostředkovat mladým lidem, zejména studentům, povědomí o brněnském domácím hospici Tabita. A nejen to, cílem je studenty oslovit a přimět je k tomu, aby projevíli snahu hospici pomoci. Aby se chtěli iniciativně zapojit jakoukoliv formou, aby jednoduše přidali ruku k dobrému dílu.

Dále představím dva možné koncepty, které by zahrnovaly hned několik věkových skupin. Šlo by o studenty zejména středních škol, například gymnázií a pak vysokoškoláky. V každém případě by se jednalo o trochu rozdílnou formu komunikační strategie, propagace a organizace jako takové. Není ale tak úplně třeba vymezovat hranici, která by oddělovala zasažené skupiny studentů. Přeci jen asi platí, že kdo by měl zájem se zapojit do činnosti spojené s brněnským hospicem Tabita, bude vždy vítán.

A. Tabita, festival, na kterém to žije

Jaká bude forma komunikace?

Prvním možným konceptem je festival. Festival ať už čistě hudební nebo napůl hudební, napůl divadelní, by mohl být poměrně atraktivní pro lidi každého věku. Studenti by zde hráli roli organizátorskou. Samotnému festivalu by samozřejmě předcházely nutné schůzky zástupců hospice se zástupci některých středních škol, například brněnských gymnázií. V dané škole (školách) by mohly vzniknout týmy, které by organizaci přijaly za své. Na středních školách je mnoho lidí, kteří buď sami v kapele hrají anebo jiné kapely, například v oblasti Brna znají a rádi by se takových příležitostí chopili. Výtěžek z festivalu by putoval na konto domácí hospice Tabita.

Mnoho dalších studentů by se tak dozvědělo o fungování hospice a někteří z nich by se jistě podělili o své nápady, popřípadě by se určitým způsobem zapojili do samotného chodu Tabity.

Pro nabídku konkrétnějšího řešení by bylo možné oslovit církevní gymnázium. V rámci Cyrilometodějského gymnázia a střední odborné školy pedagogické, na ulici Lerchova v Brně, působí hned několik hudebních i dramatických souborů. Jejich ředitel a vedoucí

Štěpán Policer by byl podobným akcím velmi nakloněn. Myslím, že by stálo za to ho oslovit (kontakt je možné dohledat na stránkách gymnázia).

Festival pojatý jako charitativní akce, během které by mohly zaznít přednášky o tom, co je to hospice a co je to domácí hospice, by tak mohl rozšířit povědomí o tomto specifickém druhu péče, služby. Nevím, jak konkrétně vypadají prostory hospice, ale moje představa by byla tento festival zasadit právě do těchto, řekněme, autentických prostor. Lidé, kteří zde žijí by mohly být přímou součástí programu. Mohly by zaznít jejich příběhy, životní inspirace apod. Došlo by tak i k částečnému mezigeneračnímu propojení. Právě to, je dle mého názoru, základem pro půdu, do které je, obrazně řečeno, potřeba postupně více a více zasévat povědomí o tom, že smrti se není třeba bát, že je přirozenou součástí života.

Které nástroje bych využila?

Projekt by předcházela dobrá propagace. Kvalitně vytvořený program, který by byl charitativní (benefiční) záležitostí s atraktivní náplní, by bylo nutné propagovat jak na facebookovém profilu hospice, tak i na samostatném profilu festivalu, popřípadě události. Studenti by nazvali množství přátel. Dále některá tištěná média by mohla zveřejnit pozvánku, popřípadě i rádio jako Český rozhlas anebo jiná menší rádia by mohla akci propagovat (přeci jen by šlo o akci s charitativním účelem). Jednoduché webové stránky festivalu pak poslouží lidem, kteří nejsou aktivní na platformách sociálních sítí.

Veškerou propagaci mohou zařídit studenti spolupracujících škol. V jejich řadách dozajista nalezneme studenty, kteří například zvládají vyrobit základní webové stránky.

Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

Navrhovaný název festivalu v sobě už tak trochu hlavní sdělení ukrývá. *Tabita, festival, na kterém to žije* v sobě zahrnuje název domácího hospice. *Tabita* je jméno hebrejského původu a zároveň biblická postava, každopádně jméno hospice bude mít šanci dostat se do povědomí. Sloveso *žije* pak v souvislosti s podstatou hospice na první pohled jako by pokulhávalo, ovšem tímto životním paradoxem zdůrazňuje celou filozofii paliativní péče. A to, že nejde o jakési umírání ani dožívání, ale spokojené a smířené prožívání zbývajících dní, měsíců či let.

B. Praxe pro studenty sociálních oborů

Jaká bude forma komunikace?

Předmětem oslovení studentů by byla nabídka možné spolupráce formou praxe, stáže v rámci hospicových služeb, kterou podle dostupných informací domácí hospic Tabita ani Hospic sv. Alžběty nenabízí. Obě instituce na svých stránkách poukazují na možnost dobrovolnictví, praxe a stáže mívají jiné zarámování.

Budoucnost paliativní péče, a tak i domácího hospice Tabita, spočívá na bedrech mladých lidí. Ti jsou jistou nadějí, že se o své stárnoucí jednou postaráme. Je tedy potřebné nabízet mladým lidem možnost se v hospice aktivně zapojit. Přičemž toto zapojení musí poskytovat jistý benefit. Neříkám něco za něco. Jde jen o to nabídnout mladým benefit formou zkušeností, zážitků, prožitků, a tak i někdy nutného „papíru“ o tom, že jsem úspěšně absolvoval povinnou praxi nebo stáž. Na mnohých školách jak středních, tak vysokých je praxe různé délky nutnou součástí studia, zejména pokud se jedná o studium sociálních oborů. Mnozí studenti často nevědí, kam jít na praxi, kam se ozvat. Většina z nich pak skončí v nemocnicích či domovech důchodců. Myslím, že tedy tato forma komunikace by mohla být úspěšná.

Které nástroje bych využila?

Bylo by potřeba oslovit opět jednotlivé školy, nejprve jejich zástupce a poté i jednotlivé studenty kupříkladu formou kratšího semináře, „přednášky“. Na středních školách se sociálním a zdravotnickým zaměřením, by mohly zafungovat jakési „náborové“, nabídky možné praxe v hospice, kterou by prezentovali zástupci hospice. Krátké představení okruhu činností, které by studenti během praxe vykonávali by některé z nich mohlo přesvědčit. Minimálně se opět zvýší povědomí o hospice sv. Alžběty, Tabitě i paliativní péči jako takové. To samé by se dalo aplikovat na vyšších a vysokých školách s podobným zaměřením. Během hodiny by opět skupina zástupců předala informaci o možnostech praxe a odborné stáže.

Bylo by na místě během těchto miniseminářů studentům rozdat prospekty, které by obsahovaly základní informace. Co je hospic, co a kde je Tabita, a především informaci o nabídce praxe.

Střední zdravotnická škola Brno na Jaselské vydává vlastní školní časopis a takových škol by se našlo více. Zařazení tématu hospice právě do školního periodika by dle mého názoru nebylo od věci. Studenti by se i touto formou mohli dozvědět o možnostech praxe v hospice. Ať už by se jednalo o článek anebo třeba jednoduchý inzerát, je nutné dbát na jednotnou grafickou podobu. Každý propagační materiál by pak nesl i hlavní sdělení.

Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

Sháníš praxi nebo stáž, kde to není jen o práci? Přijď pomoci k nám do Tabity...

...hospice, kde to žije.

Výše je uvede příklad sdělení, kterým by se domácí hospic mohl inspirovat. První polovina sdělení má agitační povahu. Snažíme se studentům říci, že při praxi právě v hospice nejde jen o vykonávání samotné práce. Sdělením chceme říci, že jde o praxi, při které studenti získávají určitou nadstavbu. Slíbeným benefitem jsou nenahraditelné zkušenosti při péči o umírající lidi, prožitky a možnosti prohloubení jisté empatie a naslouchání jako takového. Vlastně jde o zkušenost, při které člověk pracuje v atmosféře naděje (která je filozofií hospiců), při níž může, řekněme zotavit sám sebe.

Druhá část sdělení dodává, kde tedy takovou praxi „nejen o práci“ hledat. Malý dodatek o tom, že Tabita je hospic *kde to žije*, je možná zbytnou součástí sdělení. Záleží na uvážení osob zodpovědných za PR hospice.

Závěr

V práci jsem se pokusila o nastínění cest, kudy je možné se ubírat při snaze oslovit studenty s případnými nápady anebo ochotou pomoci hospici sv. Alžběty a domácímu hospici Tabita. Možnost **A** nabízí akci s jednorázovým efektem. Přičemž ale lze předpokládat, že pokud by se zadařilo některou školu oslovit, výsledek by měl vícero účinků. Popřípadě by to mohlo vést k založení tradice. Koncept **B** nabízí naopak možnost dlouhodobější spolupráce studentů s hospicem v rámci praxe či odborné stáže. Přitom hlavní sdělení říká, že nejde o ledajakou praxi. Hospic nabízí benefity navíc. Takové benefity, které během kterékoliv jiné pracovní zkušenosti studenti nezískají.

Přílohy

SWOT analýza, ze které jsem v práci vycházela.

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
-------------------	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> ♥ Zavedená organizace (dobrá pověst, kontakty) ♥ Specifické služby ♥ Vstřícný, lidský přístup ♥ Zavedené akce pro veřejnost ♥ Umístění ♥ Zavedené webové a facebookové stránky – pěkný vzhled a přímá komunikace 	<ul style="list-style-type: none"> × Malá nebo málo atraktivní komunikace s mladou generací, se studenty × Bez nabídky praxí a stáží × Pasivita – např. studenti často nevyhledávají aktivně místo pro možnost seberozvoje, je třeba trochu se vnucovat a vybízet je
---	---

Příležitosti (O)	Hrozby (T)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Spolupráce s místními médii (např. rádio, studentská periodika) <input type="checkbox"/> Využití nových technologií <input type="checkbox"/> Spolupráce se vzdělávacími instituty v oblasti sociální péče – dobrovolníci, praxe pro studenty <input type="checkbox"/> Otevření tématu domácího hospice veřejnosti <input type="checkbox"/> Oslovení místních škol – vzdělávací programy pro studenty, zvyšování povědomí o problematice hospiců 	<ul style="list-style-type: none"> !! Pomluvy, negativní publicita !! Snížení ochoty dárců a grantů !! Nepochopení hlavní filozofie hospice stran mladých (lidí) !! ...