

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Katedra výtvarné výchovy

**Diplomová práce**

Bc. Zuzana Jandásková

Studentská organizace při Katedře výtvarné výchovy PdF UP –  
struktura, činnost, komunikace

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím literatury uvedené v seznamu literatury.

V Olomouci  
Zuzana Jandásková

Ráda bych poděkovala doc. PaedDr. Haně Stehlíkové- Babyrádové, Ph.D a ak. soch. Tomáši Chorému ArtD. za konzultace a Mgr. Borisi Múdremu za trpělivost a cenné rady.

## **Abstrakt**

### **Studentská organizace při Katedře výtvarné výchovy PdF UP – struktura, činnost, komunikace**

Tato práce se zabývá studentskými organizacemi na vysokých školách v České republice a zahraničí a tvorbou návrhu studentské organizace při Katedře výtvarné výchovy Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Zaměřuje se především na poradenskou, propagační a autoedukační činnost organizací. Srovnává jednotlivé organizace, jejich činnost a přínos pro studenty. V závislosti na tomto srovnání navrhuje činnost a služby studentské organizace při katedře výtvarné výchovy.

**KLÍČOVÁ SLOVA:** studentská organizace, studentský spolek, studentské sdružení, studentská unie, society, autoedukace, edukace, sebevzdělávání, sebevýchova, projekt, praxe, grafický design, komunikace, vizuální komunikace, vizuální styl, logo, logotyp, web, webová stránka, propagace, prezentace, upomínkové předměty, dárkové předměty, brožura, studijní opora, průvodce studiem, příručka pro prváky, autorské portfolio, poradenství, služby studentům, angažovanost studentů, výzkum, dotazník, kulturní akce, vzdělávací akce

## **Abstract**

### **Student organization at the Department of Art Education, Faculty of Education, Palacky University in Olomouc – its structure, activities and communication**

The aim of this project is to explore student organizations at universities in the Czech Republic and abroad and to create a model of activities and services a student organization at the Department of Art Education can provide. It focuses mainly on counselling, propagation and self-education. It compares different organizations, their activities and their benefit. It creates a model organization for the Department of Art Education according to and deriving from these findings.

**KEY WORDS:** student organization, student association, student union, student society, self-education, education, autodidacticism, autodidacticism, project, practice, graphic design, communication, visual communication, visual style, logo, logotype, web, webpage, propagation, presentation, souvenirs, gift items, brochure, study materials, student handbook, freshmen's handbook, artist's portfolio, counselling, student services, student involvement, research, questionnaire, cultural events, education events

# Obsah

Úvod.....	7
<b>I. Studentské organizace a služby studentům na vysokých školách v České republice a zahraničí .....</b>	<b>10</b>
1. Studentské organizace v rámci vysokých škol .....	10
2. Příklady fungujících studentských organizací .....	12
2.1. Organizace studentů na Univerzitě Palackého .....	12
2.2. Organizace studentů na dalších vybraných vysokých školách v ČR .....	13
2.3. Organizace studentů na vybraných zahraničních vysokých školách.....	17
2.3.1. Studentské organizace ve Velké Británii .....	18
2.3.2. Studentské organizace v Irsku.....	23
2.3.3. Studentské organizace v ostatních zemích Evropy .....	25
3. Studentské (informační) portály .....	26
4. Studentské (studijní) poradenství.....	30
5. Komunikace studentských organizací s okolím.....	32
5.1. Webové stránky organizací.....	36
5.2. Webové sociální sítě a další stránky .....	54
5.3. Osobní kontakt.....	66
5.4. Propagační materiály .....	67
6. Autoedukace - vymezení pojmu a souvislosti s činností studentských organizací ....	93
<b>II. Návrh studentské organizace při KVV .....</b>	<b>104</b>
1. Struktura studentské organizace .....	106
2. Činnost studentské organizace .....	109
2.1. Poradenská činnost.....	110
2.1.1. Studijní poradenství pro současné studenty.....	110
2.1.2. Poradenská činnost pro uchazeče o studium .....	111
2.1.3. Poradenství v otázkách praxe a dalšího vzdělávání .....	112
2.2. Propagační činnost.....	112

2.2.1.	Webové stránky a sociální sítě.....	113
2.2.2.	Propagační předměty.....	121
2.2.3.	Osobní kontakt.....	122
2.3.	Pořádání kulturních akcí .....	124
2.4.	Autoedukační činnost .....	124
3.	Povědomí studentů KVV o studentských organizacích a zájem studentů o služby navrhované pro organizaci na KVV .....	130
	<b>Závěr .....</b>	<b>136</b>
	<b>Seznam vyobrazení .....</b>	<b>138</b>
	<b>Použité zkratky .....</b>	<b>140</b>
	<b>Použitá literatura a prameny .....</b>	<b>142</b>

## Úvod

Jako studentka anglického jazyka jsem vždy svým způsobem obdivovala kulturu anglicky mluvících zemí, především Velké Británie. Nepatřím ovšem k těm „anglofilům“ kteří považují vše v České republice za podřadné a Británii za vzor všeho dobrého. Oslovovala mě vždy spíše celková atmosféra a některé konkrétní prvky této kultury jako jsou například tradiční univerzity a univerzitní život obecně. Když se mi tedy naskytla možnost vycestovat v rámci programu Erasmus do irského Dublinu, byla to pro mě příležitost prozkoumat tuto kulturu zblízka. Vždy jsem si myslela, že studijní prostředí na těchto univerzitách je odlišné proto, že jde o rozdílný edukační systém. Zčásti je to možná pravda a hraje zde velkou roli také tradice, ale zjistila jsem, že největší rozdíl je v přístupu studentů ke škole a studiu. Studenti se daleko více angažují v dění na univerzitě a kolem ní, zakládají a podílí se na chodu studentských spolků a celkově jsou hrdí na to, že na dané univerzitě mohou studovat. Dá se dokonce říci, že po dobu studia stráví studenti většinu svého času aktivitami spojenými se studentskými spolky. Mnohokrát jsem přemýšlela, jestli je situace u nás opravdu tolik odlišná a proč tomu tak je. Studenti na českých vysokých školách věnují svůj čas buď studiu, nebo volnočasovým aktivitám se školou ani studentskými organizacemi nesouvisejícími. V českém prostředí je tedy pravidlem studijní a „soukromý“ život oddělovat, což je dle mého názoru velká škoda. To, co by mohlo tento přístup studentů změnit, je podle mě větší a kvalitnější zapojení do činnosti studentských organizací.

Jsem si samozřejmě vědoma toho, že studentské organizace v českém prostředí existují. Studentské spolky fungují na téměř každé vysoké škole, jejich počet je ovšem dost omezen a většinou se jedná o malé zájmové uskupení. Netvrdím, že existence těchto spolků je zbytečná, to v žádném případě, ale myslím si, že by bylo prospěšné podporovat zakládání větších spolků s poněkud komplexnější činností a službami.

Zamýšlela jsem se tedy nad otázkou, jaký spolek by mě – studentce výtvarné výchovy a anglického jazyka na pedagogické fakultě – oslovil. Zjistila jsem, že na Univerzitě Palackého (dále UP) neexistuje spolek s celouniverzitní činností a na Pedagogické fakultě (dále PdF) také mnoho spolků, k nimž by se někdo jako já mohl připojit, není.

Rozhodla jsem se tedy věnovat se tomuto tématu jako své diplomové práci a vytvořit model spolku, na jehož chodu bych se sama ráda podílela. Jelikož se cítím být spíše studentkou Katedry výtvarné výchovy (dále KVV) a také proto, že studenti KVV jsou velmi specifickou skupinou studentů PdF, rozhodla jsem se vytvořit spolek právě zde. Nedílnou součástí mé práce je také myšlenka, že na účast studentů na chodu organizace se dá pohlížet také z edukačního hlediska. Všichni studenti KVV jsou zároveň studenty Pedagogické fakulty, ač na to někdy rádi zapomínají a příliš se k budoucí pedagogické profesi nehlásí. Profese pedagoga je náročná a někdy ne příliš vděčná. Právě proto si ale myslím, že je důležité poukazovat na různé alternativní možnosti uplatnění v rámci této profese. K tomuto může právě studentská organizace svou činností přispět. Studenti mohou získat cenné zkušenosti a praxi při práci v organizaci, na propagačních materiálech a projektech. Tímto by se vlastně sami vzdělávali a rozšiřovali své možnosti budoucího uplatnění.

Hlavním cílem této práce je tedy analýza současného stavu studentských organizací na vysokých školách v České republice z pohledu jejich struktury, činnosti, propagace a autoedukace v kontrastu s organizacemi zahraničními a návrh studentské organizace při KVV.

V první části práce (I.) popisují strukturu a činnosti studentských organizací na vysokých školách v České republice a zahraničí. Zmiňuji také pro české prostředí jedinečný fenomén studentských portálů a studentských studijních poradců. Dále se podrobněji zabývám komunikací studentských organizací s okolím, především jejich vizuální komunikací, vlastní propagací i propagací celé školy. V neposlední řadě se věnuji vymezení pojmu autoedukace a jeho souvislosti se studentskými organizacemi.

V druhé části práce (II.) navrhuji strukturu a činnost studentské organizace při KVV. Popisují služby, které bude organizace studentům poskytovat a další činnosti, kterými se bude zabývat. Věnuji se také návrhu propagační činnosti a způsobu webové prezentace organizace. V poslední podkapitole se zamýšlím nad povědomím studentů o studentských organizacích na UP a také nad otázkou, zda-li by studenti využívali služby organizace ve formě, jakou navrhuji.

Ráda bych ještě zmínila, že vytvoření organizace je velmi složitý, komplexní a časově náročný úkol. Po celou dobu, co jsem se věnovala shromažďování informací pro tuto práci, jsem se zároveň snažila shromáždit i užitečné kontakty, které by mi později pomohly celý projekt přivést k životu. V září 2013 jsem založila stránku



*Studenti KVV UP* na sociální síti Facebook, abych zde shromáždila především současné studenty KVV a mohla s nimi sdílet užitečné informace. Nutno podotknout, že jsem se nesečkala s příliš velkým ohlasem ze strany studentů. Sama jsem v absolventském ročníku, navíc jsem studium o rok prodlužovala právě z důvodu zahraničního pobytu. Nemám tedy mezi mladšími studenty příliš mnoho kontaktů a ty jsou právě pro zakládání organizace zásadní. Hlavním účelem této diplomové práce je však ukázat, jak by studentská organizace na KVV mohla vypadat a čím by byla pro studenty prospěšná. Už rozšíření povědomí o možnosti zapojení studentů do podobných aktivit a zpracování všech aspektů tohoto tématu v jedné ucelené práci, ze které budou moci všichni zájemci v budoucnu čerpat, je dle mého, velkým krokem vpřed.

# **I. Studentské organizace a služby studentům na vysokých školách v České republice a zahraničí**

V této části práce se věnuji studentským organizacím, které v současnosti fungují na vysokých školách, jak v České republice, tak v zahraničí. Popisuji strukturu, funkci, ale především vypichuji zajímavé projekty a netradiční odvětví jejich činnosti. Do výběru jsem řadila organizace z nejvýznamnějších vysokých škol v daných zemích, dále také organizace, se kterými jsem měla možnost se setkat osobně a ty, jejichž činnost je nějakým způsobem zajímavá a specifická pro témata, kterými se blíže zabývám.

## **1. Studentské organizace v rámci vysokých škol**

Je poměrně těžké porovnávat míru angažovanosti studentů v dění na vysokých školách dnes a v minulosti. A to proto, že neexistuje odborná literatura, nebo akademická práce, která by se věnovala tématu sdružování studentů v minulosti a bylo by možné z ní tyto informace čerpat. Neexistují ani výzkumy, které by se zabývaly mírou angažovanosti studentů v současnosti. Je to možná do jisté míry dáno skutečností, že studenti se o dění na jejich vysoké škole, pomineme-li večírky a jiné kulturní akce, příliš nezajímají. Myslím si, že se studium na vysoké škole v průběhu let a zvyšováním počtu studentů stalo jakousi anonymní „volnočasovou“ aktivitou.

Na zahraničních vysokých školách hraje aktivní účast studentů v dění kolem školy naopak velkou roli. V každé zemi funguje legislativa ohledně sdružování studentů trochu jinak, ale většinou mají organizace větší formální i neformální váhu než v České republice. Většina studentských aktivit na zahraničních školách je zaštitěna celoškolskou organizací, která je členem národní studentské organizace. Zdá se, že tento systém je velmi efektivní. To, že studentské unie nejsou formálním členem vysoké školy, ale mají právo do jisté míry ovlivňovat dění, dává studentům značnou míru autonomie. Studentské organizace se svou domovskou školou samozřejmě

spolupracují, ale v případě problémů v komunikaci mají možnost se obrátit na jinou instituci, a tou je právě celostátní studentské sdružení, případně evropská studentská unie, která má za úkol sjednat nápravu (ESU, © 2011).

Studenti českých vysokých škol nemají v porovnání se zahraničím tolik možností, jak hájit svá práva a podílet se na zkvalitňování studentského života. Je to dáno především tím, že naše legislativa studentské aktivity neřeší a proto studenti nemají mnoho možností, jak své názory a nápady prosadit. Výjimkou je Akademický senát, který funguje při každé vysoké škole, stejně tak jako každé fakultě. Jeho součástí je Studentská komora, kterou tvoří volení zástupci studentů. Skrze tyto zástupce mají studenti možnost vznést své návrhy k projednání. Studentské spolky fungující při jednotlivých školách jsou většinou pouze neformální uskupení nebo neziskové organizace a při prosazování svých cílů spoléhají na své zastoupení v Akademickém senátu (Univerzita Palackého v Olomouci, 2007).

## 2. Příklady fungujících studentských organizací

### 2.1. Organizace studentů na Univerzitě Palackého

Na Univerzitě Palackého funguje řada studentských organizací. Tyto organizace mají společné to, že povětšinou sdružují studenty stejných studijních oborů, či zájmů a snaží se o zkvalitnění studentského života. Studentské organizace se dají rozdělit na pobočky národních či mezinárodních organizací, na organizace celouniverzitní, fakultní a na organizace při jednotlivých katedrách (Agnew, 2013). Účelu této práce nejlépe odpovídají poslední uvedené, ale ráda bych zmínila i další, jejichž koncept či činnost jsou pro mou práci přínosné.

Studentských organizací sdružujících studenty jednotlivých kateder nefunguje na Univerzitě mnoho. Na Katedře historie Filosofické fakulty (dále KHI, FF) se jedná o sdružení s názvem *Cech invalidů středoevropské historiografie*. Jde o skupinu dobrovolníků z řad studentů KH, která pořádá kulturní a jiné akce. V plánu mají i vydávání sborníku, kde budou moci studenti publikovat své práce. Po formální stránce se jedná o občanské sdružení (dále „o.s.“). Členem se může stát student či absolvent historické vědy na UP. O přijetí nových členů rozhoduje valná hromada. Každý řádný člen platí členský příspěvek. Funguje zde také statut čestného člena, který může valná hromada udělit fyzické či právnické osobě (*Tajemství Cechu*, © 2013).

*Japonský klub, o.s.* je studentské sdružení fungující pod záštitou FF a Katedry asijských studií. Jeho členem se může stát kdokoli se zájmem o japonskou kulturu. Členy schvaluje předsednictvo na základě písemné přihlášky. Japonský klub pořádá akce, workshopy, promítání aj (*Japonský klub Olomouc, O nás*, © 2013).

*POSPOL* neboli *První organizace studentů přírodovědy* je spolek studentů Přírodovědecké fakulty (dále PřF) UP. Na svých webových stránkách poskytuje studentům každé pondělí informace ze studijního života v podobě tzv. *Pondělníků* a v záložce *zábava* studenti najdou zprávy o probíhajících, chystaných i minulých akcích (*POSPOL*, © 2013).

Na Pedagogické fakultě funguje *Asociace studentů speciální pedagogiky* (dále ASSP), která, jak název napovídá, sdružuje studenty Ústavu speciálněpedagogických

studií (dále ÚSS). Spolek se zaměřuje na organizace zajímavých přednášek z oboru a pomoc při organizaci konferencí na ÚSS. Webová stránka spolku již bohužel není dostupná. První i poslední aktivita na webu proběhla v roce 2009. Archivovaná verze webu je ovšem stále přístupná k nahlédnutí. Z toho zdroje je patrné, že se spolek věnoval také organizaci seznamovacích pobytů pro nové studenty speciální pedagogiky, dramatické činnosti a organizaci různých projektů. Zde je také možné se dovědět, že „(ASSP) navazuje na dlouholetou tradici Klubu speciálních pedagogů a později Spolku speciálních pedagogů, které svými počátky sahají do druhé poloviny 80. let minulého století.“ ( Asociace studentů speciální pedagogiky, © 2009)

V době, kdy vznikala tato práce, se shodou okolností zrodil na Katedře dějin umění (dále KDU) další studentský spolek. Dle webových stránek má spolek StuArt „hájit zájmy studentů a přispívat k podněcování, rozvoji a ovlivňování vzdělání a kulturovědního života na Katedře dějin umění.“ Spolek pořádá přednášky, výstavy a organizuje stáže (StuArt, © 2014).

Tímto výčet fakultních a katederních spolků na UP končí. Na Univerzitě dále fungují různé studentské aktivity jako studentské časopisy, portály, divadelní uskupení apod., které přímo s výukou na Univerzitě příliš nesouvisejí, ale na jejich chodu se studenti podílejí. Spolky s celouniverzitní působností na UP chybí úplně. Jejich funkci částečně zastupují spolky mezinárodní s pobočkami v Olomouci jako je např. *AIESEC*, *Erasmus Student Network*, *Univerzitní Křesťanské Hnutí*, apod. (Agnew, 2013).

## **2.2. Organizace studentů na dalších vybraných vysokých školách v ČR**

Na Univerzitě Karlově (dále UK) působí mnoho studentských spolků. Z větší části se jedná o mezinárodní uskupení se zastoupením na UK a fakultní organizace (*Spolky*, © 2013).

Celouniverzitním spolkem na UK je *Studentská unie UK*, o.s., (dále *SUUK*) jejíž hlavními cíli je sdružovat jednotlivé studentské organizace, pomáhat jejich vzájemné spolupráci, spolupracovat s UK a jejími součástmi, napomáhat rozvoji studentského života a podporovat studentské aktivity (*SUUK, O unii*, [2013]). Mezi akce, které

*SUUK* pořádá, patří *Studentský jarmark*, který se koná každoročně na začátku akademického roku a má za úkol seznámit studenty prvních ročníků s chodem Univerzity a možnostmi zapojení se do studentských aktivit. Součástí *Jarmarku* je prezentace studentských spolků (*SUUK, Studentský jarmark, [2013]*). V letním semestru 2013 vyhlásila *SUUK* soutěž *Moje šance*, jejíž cílem bylo finančně pomoci s realizací zajímavých studentských projektů (*SUUK, O unii, [2013]*).

*Studentská rada FF UK, o.s.* působí jako zastřešující orgán na Filosofické fakultě Univerzity Karlovy. Stará se o chod divadelního, filmového, aj. klubů a spolupracuje s dalšími organizacemi v rámci FF. Díky své dlouhé tradici je velmi respektovanou skupinou. Pořádá kromě plesu a jiných kulturních akcí, také akce, které přesahují rámec FF, jako je např. *Týden neklidu* či *Inventura demokracie* (*SR FF UK, [2013]*).

Na Fakultě humanitních studií (dále FHS) působí studentský spolek *Studenti FHS, o.s.*, který zajišťuje kulturní a jiné akce, vydává studentský časopis *Humr* a provozuje *Obchůdek U nalezeného smyslu*, kde je možné zakoupit různé propagační materiály FHS, studentského spolku aj. (*Studenti FHS, [2013]*).

*POLIS* je studentské sdružení při Ústavu politologie FF. Založeno bylo již v roce 1999. Mezi jeho aktivity patří nejen pomoc studentům v záležitostech studia, ale také pořádání odborných přednášek, seminářů a diskuzí. *POLIS* je členem mezinárodní organizace studentů politologie – *IAPSS* a spolupracuje mimo jiné s Ústavem mezinárodních vztahů v Praze, Českou společností pro politické vědy, Politologickým klubem v Nitře nebo Mezinárodním politologickým ústavem Masarykovy univerzity v Brně (*POLIS, [2013]*).

Studentský spolek *Motolák* je občanským sdružením založeným studentky 2. Lékařské fakulty (dále LF) UK. Podobně jako jiné spolky se stará o kulturní vyžití studentů, stejně tak jako o jejich další vzdělávání (*Motolák, O nás, [2013]*). Spolek se rozděluje na kluby dle zájmů studentů. Jedná se o *Kulturní, Studijní, Sportovní, Dobrovolnický* a *Školící klub*. Kluby pořádají akce jako je např. ples 2. LF, *Welcome day* pro první ročníky, burzy učebnic apod. (*Motolák, Kluby a projekty, [2013]*). Propagace spolku probíhá krom pořádaných akcí prostřednictvím prodeje tematických triček s logem spolku (*Motolák, Propagace, [2013]*). Webové stránky *Motoláku* nabízejí krom výše zmíněných informací také např. rady uchazečům o studium, odkazy na užitečné stránky pro studenty, fórum, inzeráty apod. (*Motolák, [2013]*).

*Matfyzák* je studentský spolek při Matematicko-fyzikální fakultě (dále MFF) UK. Spolek organizuje např. matfyzácký ples, *KolejCup* či akci s názvem *Beánie*, což je vítání prvních ročníků MFF (Matfyzák, [2013]).

Na Masarykově univerzitě v Brně (dále MU) funguje studentských spolků mnoho. Z celouniverzitních sdružení bych zmínila např. *Masarykovu studentskou unii*, *Debatní klub MU*, *Rádio R*, *Game Studies* a především *Studentské poradce*, kterým se budu věnovat v jedné z dalších kapitol (*Studentské spolky a aktivity*, © 2013).

*Masarykova studentská unie* neboli *MUNIE* je podobně jako *Studentská unie UK* organizací, která má za cíl zkvalitnění studentského života a posilování vztahů mezi studenty a univerzitou. *MUNIE* sdružuje studentské spolky na MU, pořádá vzdělávací a kulturní akce a šíří dobré jméno univerzity. Jedná se o občanské sdružení v čele s prezidentem. Nejvyšším orgánem Masarykovy studentské unie je sněm. Členem se může stát fyzická osoba, která je studentem nebo absolventem MU, nebo studentský spolek, jehož většinu členů tvoří studenti nebo absolventi MU. Heslem *MUNIE* je „*Studium naplno!*“ (*MUNIE, Co je MUNIE*, © 2013) Spolek nabízí poradenství v oblasti studia a práce a pořádá kulturní akce pro studenty. Studenti MU se mohou stát členy *MUNIE klubu*, který nabízí řadu výhod a slev u partnerských společností. *MUNIE* spravuje i e-shop s upomínkovými předměty MU (*MUNIE, Co je MUNIE*, © 2013).

Z fakultních a katederních sdružení stojí za zmínku – *Studentská unie FI MU*, *Spolek přírodovědců*, *Personalistika prakticky*, *WeDuSiMa*, *Okrášlovací spolek a Biomania*.

*Studentská unie FI MU* (dále *SU FI*) je studentská nezisková organizace. Nabízí služby nejen studentům Fakulty informatiky (dále FI), ale jim především. *SU FI* organizuje různé kulturní akce. Za nejdůležitější počín považuje organizace plesu *SU FI MU*, který se koná jednou do roka. Společně se *Spolkem mediků* pořádá *SU FI* každý týden *Tančírnu MU*. Akce se koná v tělocvičnách MU jednou týdně ve večerních hodinách. Příležitostně je součástí výuka tanců pod odborným vedením (*SUFI*, [2013]).

*Spolek přírodovědců* je, jak název napovídá, sdružením studentů, absolventů a zaměstnanců Přírodovědecké fakulty MU, ale i dalších příznivců přírodních věd. Jedná se o občanské sdružení. Jeho členem se může stát kdokoli, kdo slíbí dodržení stanov sdružení. *Spolek přírodovědců* pořádá např. cyklus přednášek „*Genius loci- O*

*lidech v krajině“*, ples PřF, vydává *Brožuru pro prváky* a propagační CD PřF (*Spolek přírodovědců*, [2013]).

*Personalistika prakticky* je studentská aktivita probíhající pod záštitou Katedry sociální politiky a sociální práce Fakulty sociálních studií MU (dále FSS). Hlavním úkolem spolku je propojení studia s praxí pomocí pravidelných setkání s odborníky v oboru personalistiky. I přesto, že se jedná o velmi zajímavý projekt byla v roce 2010 činnost spolku pozastavena a jeho webové stránky žádné aktuálnější informace neposkytují (Personalistika prakticky, © 2009).

*WeDuSiMa* je studentský spolek při Katedře sociologie FSS MU. Na svých začátcích v roce 2000 pořádal spolek především přednášky na vybraná společenskovední témata a také seznamovací víkendy pro studenty prvních ročníků oboru sociologie. Po kratší odmlce byla činnost spolku obnovena iniciativou mladších studentů v roce 2004. Aktivity *WeDuSiMy* se rozšířily o organizaci výletů a exkurzí, řešení otázek souvisejících se studiem a spolupráci s dalšími studentskými spolky. Chod spolku zajišťuje Organizační rada, která má tři členy a je volena na základě rozhodnutí všech členů spolku. Členem *WeDuSiMy* se může stát kdokoli, kdo projeví zájem. Členství trvá jeden rok a je nutno jej na další období obnovit souhlasem (*WeDuSiMa*, [2013]).

*Okrašlovací spolek při Katedře environmentálních studií FSS MU* je studentská organizace, která vznikla z potřeby zvelebit prostředí nové budovy FSS na Gorkého ulici v roce 1999. Dnes má širší okruh příznivců spolku kolem padesáti členů a zaměřuje se na finanční podporu projektů vzdálených i lokálních. V budoucnu spolek plánuje návrat k původní ideji okrašlování a věnovat se především projektům v blízkém okolí. Z činnosti spolku stojí za zmínku výjezdy a výpomoci v okolí jako např. sázení alejí a sadů, finanční podpora indické holčičky prostřednictvím *Adopce na dálku* a pořádání pravidelných setkání tzv. *Bytových seminářů*, které se konají na studentských bytech v Brně. Na programu těchto setkání bývají vernisáže výstav, promítání, přednášky i živá vystoupení (*O spolku*, © 2011).

Spolek *Biomania* vznikl z iniciativy studentů Přírodovědecké fakulty MU. Jeho prvním počinem byla organizace *Biomania party* pro studenty. Nyní je spolek občanským sdružením a pořádá mimo jiné každoroční *Studentskou vědeckou konferenci* a také stojí za projektem *Zelený kampus*, který zavedl systém třídění odpadu na univerzitním kampusu (*Biomania*, [2013]).



## 2.3. Organizace studentů na vybraných zahraničních vysokých školách

V této kapitole bych ráda zmínila vybrané studentské spolky zahraničních vysokých škol a univerzit. V první řadě se budu věnovat koncepci a vnímání studentských unií a societies<sup>1</sup> na zahraničních vysokých školách, a to z toho důvodu, že se celý systém studentských aktivit podstatně liší od systému v ČR.

Výběr škol v této kapitole je ovlivněn hlavně mým zahraničním pobytem v rámci programu Erasmus a kontakty s ostatními zahraničními studenty, které jsem díky tomuto pobytu získala.

Studentskou unií se ve většině zemí rozumí formální spolek nadřazený všem ostatním v rámci dané vysoké školy. Studentská unie v Británii a dalších anglicky mluvících zemích je sdružení, jehož členy se stávají všichni studenti dané školy automaticky. Je to samostatný orgán nezávislý na vysoké škole, na které působí. Úkolem studentské unie je zastupovat studenty a hájit jejich práva. Unie také organizuje pro studenty různé vzdělávací a kulturní akce. Do jejího vedení jsou voleni zástupci z řad studentů. V čele stojí ve většině případů prezident s jedním zástupcem. Volební právo mají všichni studenti dané vysoké školy. Přesný způsob volby je uveden ve stanovách unie, stejně tak jako informace o tom, jaké funkce bude unie zastávat (NUS, [2013]).

Pojem studentská unie je někdy chápán také jako samostatná budova nebo část kampusu školy se zázemím pro studenty. Na tomto místě může i nemusí skutečná organizace fungovat.<sup>2</sup>

Student societies jsou pak neformální uskupení studentů s podobnými zájmy. Stejně jako unie mají své vedení. Jejich nadřazenými orgány jsou právě unie, které je sdružují. Právě na webových stránkách unií (případně přímo vysoké školy) je možné

---

<sup>1</sup> Society, mn. č. societies – studentské organizace při zahr. vysokých školách. Jedná se o (většinou) neformální studentské zájmové spolky. Např. *Art History Society, Chess Society, Cooking Society*. Členy se mohou stát studenti konkrétní vysoké školy, kteří sdílí zájem o dané téma. V případě *Czech, Slovak, Russian, Indian* apod. *Society* se členy mohou stát jak příslušníci jednotlivých národů, tak všichni ostatní se zájmem o danou kulturu, zvyky apod. Pojem student society (societies) budu pro účel této práce používat pro studentské spolky na zahraničních VŠ z důvodu snadného odlišení od studentských spolků v ČR a zvláště pak pro jejich odlišnou povahu.

<sup>2</sup>Studentská unie je „budova pro společenské a organizační aktivity na univerzitním kampusu.“ (The American heritage dictionary of the English language, 2009) přek. aut.

seznam societies fungujících na dané škole většinou nalézt. (*University Society*, 2013)

### 2.3.1. Studentské organizace ve Velké Británii

System studentských organizací v Británii jsem popsala v úvodu k této kapitole. Jako první příklad bych ráda zvolila jednu z nejstarších místních univerzit a to University of St Andrews (dále St Andrews) ve Skotsku, kterou se mi podařilo během mého zahraničního pobytu navštívit.

St Andrews je nejstarší univerzitou ve Skotsku. Byla založena v roce 1413 a v roce 2013 tak oslavila již 600 let své existence (University of St Andrews, © 2013). Její studentské aktivity započaly zhruba v roce 1880, kdy se zrodil *Students' Representative Council*<sup>3</sup> (dále SRC) jako forma studentské samosprávy. Do jeho čela byli voleni studenti univerzity a jejich úkolem bylo tyto studenty reprezentovat a řešit témata, která byla pro studenty důležitá. SRC také vydával *College Echoes*, kde studenti publikovali zajímavé postřehy a zábavné příběhy z prostředí Univerzity. Dalším důležitým datem pro studentskou samosprávu na St Andrews byl rok 1923, kdy byla založena na SRC nezávislá studentská unie (dále SU). Na rozdíl od SRC byla jejím úkolem organizace společenského života studentů. V roce 1989 spojila tyto dva orgány studentské aktivity na St Andrews, stejně jako na většině ostatních univerzit v Británii, *Students' Association* (dále SA) (*SA History*, [2013]).

V dnešní době sdružuje SA (vystupující také pod názvem *Your Union*) na St Andrews kolem 150 student societies, provozuje univerzitní bary a kavárny, zajišťuje catering, organizuje univerzitní akce a provozuje celou řadu služeb studentům (*Union*, [2013]). Webová stránka *Your Union* nabízí v záložce *Acitivities* výběr z těchto 150 societies společně se základním popisem činností klubu, aktuálními událostmi a kontakty na jeho zástupce. Societies jsou zde přehledně rozděleny do skupin dle zaměření např. *Academic&Education*, *Cultural*, *Arts*, *Media&Music* nebo také *Faith*<sup>4</sup>. (*Societies*, [2013]) Z aktivních societies dostupných na webu *Your Union* bych ráda zmínila např. *Crafts*, která sdružuje studenty se zájmem o tvořivou činnost

<sup>3</sup> „studentský koncil“ překl. aut.

<sup>4</sup> „akademické a studijní, kulturní, umění, média a hudba, víra“ překl. aut.

nebo *Czech and Slovak Society*, sdružující studenty se zájmem o tyto kultury, jejíž filmové promítání jsem sama navštívila (*Societies: Crafts*, [2013], *Societies: Czech and Slovak*, [2013]).

Jako další z britských univerzit se nabízí University of Edinburgh a to především z toho důvodu, že systém studentských organizací je zde odlišný od ostatních univerzit v zemi. Nejvyšším orgánem studentské samosprávy je *Edinburgh University Students' Association* (dále *EUSA*). Tato organizace pak spravuje *Student Council* a *University Unions*. *Student Council* byl založen roku 1884, aby umožnil studentům rozhodovat ve věcech, týkajících se univerzity, obdobně jako *SRC* na St Andrews. Kromě této funkce, která trvá dodnes, spravuje *Student Council* i přes 260 studentských societies, pořádá akce pro nové studenty a zabezpečuje také studijní poradenství (*Students' Association*, 2013). *University Unions* zde fungují ve smyslu budov pro studentské aktivity. Tyto zde existují čtyři a nabízí velký výběr barů, kaváren a studijních prostor (*EUSA, Eat & Drink*, [2013]). *EUSA* na svých webových stránkách nabízí odkazy na všechny aktivity, které její jednotlivé části zabezpečují, tedy studentské poradenství, societies, *Student Unions* a další (*EUSA, EUSA Home*, [2013]). Dále zabezpečuje chod internetového obchodu, kde nabízí propagační a upomínkové předměty, jak s tematikou univerzity, tak jednotlivých spolků a societies (*EUSA, Online Shop*, [2013]). Také spravuje *Societies Wiki* – stránku, která obsahuje informace o tom, jak založit a vést vlastní studentskou organizaci, včetně právních předpisů, nařízení a dokumentů k tomuto potřebných. (*EUSA, Societies Wiki*, 2011)

Z londýnských univerzit bych ráda zahrnula University of London, která se skládá z osmnácti samostatných VŠ a dalších menších institucí, a London Metropolitan University (University of London, About Us, [2013]).

Studentská unie na University of London- *University of London Student s' Union* (dále *ULU*) je organizací, která zabezpečuje především sportovní vyžití pro studenty všech jednotlivých částí Univerzity, vydává největší studentský časopis v Evropě – *London Student*, provozuje sportovní klub *Energy base* a ve svém sídle pořádá koncerty a další kulturní akce (University of London, *Student Unions*, [2013]). Z důvodu roztržičnosti University of London zde fungují také samostatné studentské unie jednotlivých jejích částí, např. *Birkbeck Students' Union*, *Kings College London Students' Union*, *Queen Mary Students' Union* nebo *Institute of Education Students' Union* (*About Us, ULU*, [2013]). Webová stránka *ULU* odkazuje jak na tyto další

studentské unie, tak na student societies, jejichž seznam je opět přehledně rozdělen do kategorií, dle oblasti zájmu (ULU, *Sports and Societies*, [2013]). V rámci webových stránek *ULU* funguje i internetový obchod s propagačními předměty univerzity a jejích součástí a obchod se sportovními potřebami (ULU, *Shop Online*, [2013]).

Druhá londýnská univerzita, kterou jsem se rozhodla zmínit, je London Metropolitan University. Tato univerzita je jednou z mladších, zato velmi pokrokových ve svém pohledu na studium, studentské aktivity a studentská práva. Vznikla v roce 2002 sloučením London Guildhall University a University of North London, ale její historie sahá až do roku 1848, kdy byly zřízeny *Metropolitan Evening Classes for Young Men*<sup>5</sup>, z nichž se později vyvinula právě London Guildhall University (London Metropolitan University, [2013]). Studentská unie na London Metropolitan University – *MetSU* funguje jako unie jiných univerzit. Poskytuje podporu, reprezentuje a obohacuje studentský život. Součástí *MetSU* je i *Student Council*, který funguje jako fórum, kde je možné řešit jakékoli problémy studentského života. *MetSU* také zabezpečuje pozice *Student Academic Representatives*<sup>6</sup>, zkráceně *StARs* (MetSU, *Your Union*, [2013]). Jedná se o zástupce studentů jednotlivých oborů, kteří se účastní zasedání vedení fakult a institucí a zabezpečují tak ostatním studentům přístup k rozhodnutím v rámci jejich oboru, stejně tak jako zpětnou vazbu mezi studenty a univerzitou (MetSU, *Student Academic Reps*, [2013]). Součástí *MetSU* jsou samozřejmě i zdejší societies, kterých je na London Metropolitan University kolem padesáti (MetSU, *Your Union*, 2013]).

Výčet univerzitních aktivit v Británii by samozřejmě nebyl úplný bez zmínky o dvou nejstarších univerzitách v zemi a to Oxford a Cambridge University.

Na University of Oxford působí *Oxford University Student Union* (dále *OUSU*). Členem se stává každý student univerzity automaticky. *OUSU* se stará, podobně jako jiné unie, o zlepšení studentského života a reprezentaci studentů ve věcech univerzity a studia. *OUSU* vydává studentský časopis *the Oxford Student* a provozuje rádio *Oxide* (OUSU, *Oxford University Student Union (OUSU)*, 2013). Pro snazší pochopení systému, jakým jednotlivé části studentské samosprávy na University of Oxford pracují, vydala *OUSU* přehledný graf, doprovázený popisem funkcí těchto částí. Na vrcholu grafu je konkrétní student, který své potřeby, dotazy a problémy

---

<sup>5</sup> „metropolitní večerní kurzy pro mladé muže“ překl. aut.

<sup>6</sup> „studentští akademičtí zástupci“ překl. aut.

může směřovat na zástupce své fakulty tzn. *College Reps*, ti dále věc postoupí k jednání na zasedání *OUSU Council* a výsledky prezentuje Univerzitě *Sabbatical Team* v čele s prezidentem *OUSU* (*OUSU, How it all works*, 2013).



Obr. 1 Graf znázorňující strukturu a činnost OUSU. Zdroj: <http://ousu.org/your-union/how-it-all-works/>

OUSU na svých webových stránkách provozuje také internetový obchod, kde si studenti mohou vybrat např. zámky na kola, studentské slevové karty, propagační a upomínkové předměty univerzity a jejích jednotlivých částí (OUSU, *Shopping*, 2013). Přehledný rozcestník poté nasměruje studenty na materiály institucí, které přesně hledají. Vyhledávat se dá např. dle fakult, společenských místností, societies, apod. Každá tato instituce má možnost navrhnout si vzhled vlastních materiálů. Ku pomoci s tímto úkolem existuje tzv. *Product Builder*, kde se dají jednoduše materiály navrhovat dle předem schválených schémat. Tato funkce je přístupná pouze studentským zástupcům, kteří disponují vlastními přihlašovacími údaji. (OUSU, *OUSU Stash*, [2013]) OUSU pořádá v tzv. *nultém týdnu*<sup>7</sup> akademického roku *Freshers' Fair*, kde mohou noví i stávající studenti navázat nové kontakty a prohlédnout si nabídku klubů, societies a služeb studentům, které OUSU a potažmo univerzita nabízí (OUSU, *Welcome to OUSU Freshers' Fair 2013!*, [2013]). Webové stránky *Freshers' Fair* jsou právě tím místem, kde je možné se informovat o societies a klubech, které na univerzitě fungují. (OUSU, *What's On*, [2013])

Struktura a funkce institucí studentských aktivit je na druhé z nejstarších univerzit v Británii – University of Cambridge, dost podobná jako na University of Oxford. Stejně tak, jako jsou si podobné tyto dvě univerzity, jsou si podobné i jejich studentské unie. Volení reprezentanti *Cambridge University Students' Union* (dále *CUSU*) zastupují studenty na celouniverzitní úrovni a spolupracují se zástupci jednotlivých institucí Univerzity a fakult (*CUSU, Structure of CUSU*, 2013). Historie *CUSU* sahá do roku 1922, kdy studenti Univerzity spoluzaložili *National Union of Students* (dále *NUS*), která zastupuje studenty jednotlivých britských univerzit na celostátní úrovni (*CUSU, History*, 2012). *CUSU* nabízí studentům profesionální poradenství v jakémkoli problému, se kterým se studenti mohou na univerzitě i mimo ni setkat. Dále nabízí řadu dalších služeb jak pro societies, tak pro jednotlivé studenty jako je např. pronájem aut, konferenčních místností, studentské slevy, univerzitní poštovní službu, tisk apod. *CUSU* vydává nezávislý časopis *The Cambridge Student* a další užitečné publikace jako *Freshers' Guide* a *Cambridge Guide* (*CUSU, Services*, 2013). Webové stránky *CUSU* nabízejí přehled student societies, rozdělených do skupin dle zaměření- od studijních, hobby a kulturních,

---

<sup>7</sup> „0th week/freshers' week“ je první týden na univerzitě, kdy zatím neprobíhá výuka, ale je určen především pro navázání kontaktů mezi studenty. Akce pořádané v tuto dobu jsou zaměřené především na nové studenty. (Your first few weeks, 2013)

přes skupiny zaměřující se na kampaně v rámci *CUSU* až po zvláštní uskupení jako např. *Cambridge University Assassins Guild*<sup>8</sup> nebo *The Pembroke College Winnie-the-Pooh Society*<sup>9</sup> (*Societies Directory*, 2010). Na pomoc s propagací univerzitních societies pořádá *CUSU* každoročně Societies Fair. (*CUSU, Fair*, 2013)

### 2.3.2. Studentské organizace v Irsku

System studentských organizací v Irsku je velmi podobný, i když ne zcela totožný, jako ve Velké Británii. Rozhodla jsem se mu věnovat samostatnou kapitolu zejména proto, že jsem měla sama možnost se během svého zahraničního studijního pobytu na National College of Art and Design (dále NCAD) v Dublinu s chodem studentské unie a societies setkat na vlastní kůži.

NCAD je samostatnou institucí, která se od roku 2011 stala jednou z Colleges<sup>10</sup> na University College Dublin (dále UCD). Z tohoto důvodu mohou studenti NCAD využívat mnoha služeb včetně studentské unie i na UCD (NCAD, *About*, © 2014). Studentská unie na NCAD má ovšem velkou tradici a nesetkala jsem se s případem, že by studenti vyhledávali pomoc či informace jinde než právě ve *Students' Union* (dále *SU*). *SU* má stejnou formu jako jiné např. britské univerzitní unie. Do jejího čela je volen prezident s jedním zástupcem. *SU* sídlí v hlavní správní budově univerzity. Tato nabízí kromě informační a poradenské „základny“ také místo pro odpočinek či setkávání studentů. Sem také vedly mé první kroky, po povinné registraci v kanceláři zahraničních mobilit. V kanceláři *SU* jsem obdržela všechny možné publikace o NCAD a kontakt na prezidenta a zástupce *SU*, pro případ, že bych měla další otázky. Brzy po svém příjezdu jsem se setkala s další činností *SU* a to pořádání různých kulturních akcí. Tyto probíhaly většinou na půdě NCAD a to v blízkosti *SU*, na dvoře- tzv. *Red Square*, či méně často – v případě větších akcí jako plesy apod., v některém z klubů v centru města. Na začátku akademického roku pořádá *SU* uvítací večírky, jak pro své studenty, tak především pro studenty

---

<sup>8</sup> „*Cech nájemných vrahů Univerzity Cambridge*“ překl. aut.

<sup>9</sup> „*Spolek přátel Medvídky Pú*“ překl. aut.

<sup>10</sup> Vysoká škola, menší správní jednotka pod univerzitou.

zahraniční. Několikrát do roka probíhají větší akce tzv. *Balls* a to povětšinou tématicky na Vánoce, Valentýn, Velikonoce apod. Téměř každý večer se studenti schází v SU při menších akcích, buď jednotlivých student societies jako např. *Singer-Songwriter*<sup>11</sup> nebo tematických večerů SU jako je např. *Bingo Night*. Většinou se nejedná o organizačně náročné akce s nějakým složitým programem, který by měl přitáhnout diváky. Studenti se schází sami a dobrovolně. NCAD je menší školou, kde panuje přátelská atmosféra, proto se i studentské aktivity nesou v tomto duchu. NCAD je rozdělena na jednotlivé fakulty a to –Design, Education, Fine Art a Visual Culture. (*About, NCAD*, © 2014) Protože jsem při svém pobytu byla svědkem volby nových studentských zástupců do čela SU, musím podotknout, že je zde mezi fakultami patrný rozdíl v participaci při aktivitách SU a to i tím pádem i volbách do jejího čela. Především Education se, pravděpodobně z důvodu svého odlišného zaměření a priorit, aktivit SU příliš neúčastní a dokonce kandidáti na prezidenta SU tuto část školy ani příliš ve svých programech a propagaci nezahrnují. Já sama jsem měla jakožto studentka NCAD volební právo, ale volby jsem se neúčastnila. Z nejvíce aktivních kandidátů mě nikdo příliš nezaujal a z mého oboru žádní kandidáti nebyli. O studentských aktivitách na NCAD je velmi obtížné, ne-li nemožné sehnat nějaké oficiální informace. Web NCAD a volně poskytované dokumenty hovoří o studentských právech velmi obecně a sama SU nedisponuje funkčními webovými stránkami. Komunikace mezi studenty a SU probíhá především prostřednictvím sociálních sítí a osobně na kampusu.

Další institucí, s jejíž činností jsem se měla možnost setkat, je Trinity College Dublin.<sup>12</sup> Formální stránka studentských aktivit se zde trochu liší a to v tom, že zde kromě studentské unie působí také organizace, které jsou podřízeny všechny studentské societies. Tato organizace se nazývá *Central Societies Committee* (dále CSC) a schvaluje, reprezentuje a celkově se stará o chod všech societies na Univerzitě (Trinity College, *About us*, © 2012). Na Trinity College působí shodou okolností dvě nejstarší societies na světě a to *College Historical Society* (také *Hist*) a *Philosophical Society* (také *Phil*). Obě societies začínaly jako konkurenční debatní spolky a jsou jimi v podstatě doteď, i když se nyní zaměřují i na jiné aktivity (*Hist*, © 2012; *Phil*, © 2012).

---

<sup>11</sup> „Písničkáři“ překl. aut.

<sup>12</sup> Resp. The University of Dublin, jejíž je Trinity College jedinou součástí. (*Trinity College Dublin*, [2013])



### **2.3.3. Studentské organizace v ostatních zemích Evropy**

Protože jsem díky svému pobytu na NCAD nasbírala mnoho zkušeností a kontaktů, nejen mezi místními, ale především ostatními studenty v programu Erasmus, rozhodla jsem se do této práce zařadit i jejich pohled na studentské organizace.

Informace jsem získala formou přímého dotazování, resp. písemného rozhovoru. Jazykem použitým pro dotazování byla angličtina. Pro účely této práce použiji vlastní překlad otázek do češtiny. Základní otázky jsem použila u všech dotazovaných stejně a to tyto:

**Existují ve vaší zemi na vysokých školách studentské organizace?**

**Jsou tyto organizace formálně součástí vysoké školy?**

**Jak jsou tyto organizace koncipovány? Podílejí se na jejich chodu všichni studenti, nebo jen někteří?**

**Pokrývají tyto organizace svou činností celou školu nebo jen některou její součást, případně zabývají se jen některými aktivitami?**

**Jaké služby nabízejí?**

**V jakých situacích se na ně obracíte?**

**Podíleli jste se někdy na chodu nějaké ze studentských organizací?**

**Jak/Proč ne?**

**Co považujete za největší přínos studentských organizací?**

Dotazovaní byli studenti z Francie, Španělska, Finska a Německa. Z výsledků vyplývá, že vesměs na všech vysokých školách v zahraničí funguje podobný systém jako v Británii či Irsku. Studentské unie fungují jako zastřešující organizace pro menší studentské spolky a aktivity, na jejich chodu se podílí jen někteří studenti, ale jejich aktivity a služby mohou využívat všichni. Za největší přínos studentských organizací někteří dotazovaní považují pořádání akcí a výhody (ve smyslu studentských slev apod.) ale objevily se i odpovědi ve smyslu vzdělávacím – získání znalostí a dovedností.

### 3. Studentské (informační) portály

Studentskými informačními portály je v rámci této práce myšlen web, nebo webová stránka, která slouží k prohlubování informovanosti studentů o dění na škole, ale nejedná se o stránku některé studentské organizace, oficiální web školy ani studijní agendu. Tento portál tedy funguje čistě ve virtuálním světě internetu a nemá žádný reálný projev<sup>13</sup> – nepořádá akce, nesdružuje studenty, apod. Případná výjimka z tohoto pravidla může být fyzická podoba zpráv, které portál poskytuje, v podobě časopisu, či jiné publikace a samozřejmě fakt, že obsah portálu tvoří lidé (studenti fakult, redakční rada, ...) a také portál spravují.

Tvorba studentských informačních portálů se zdá být (dle mých zkušeností se zahraničními organizacemi) ryze českým fenoménem. Zčásti je tomu tak samozřejmě proto, že pokud funguje u zahraniční univerzity studentská unie, stará se o všechny aspekty studentského života současně a na svém webu provozuje i podobné služby jako tyto portály. Dalším důvodem je také to, že v zahraničí jsou studenti mnohem více aktivní v rámci dění na univerzitě, a proto se ani nevytváří potřeba takovéto informace poskytovat či provozovat informační portály.

Fakt, že vyčleňuji tyto portály mimo kapitoly o studentských organizacích, ale zároveň je zahrnuji do své práce se může zdát zvláštní, ale mám pro něj jednoduché vysvětlení. Přínos těchto portálů pro zkvalitnění studentského života je nepopiratelný a zároveň se ve většině případů jedná o čistě studentskou iniciativu. Studenti poskytují informace studentům – tedy jev, na kterém stavím svou ideu studentské organizace- tak jak by se mi líbila a jaké bych chtěla být členkou. Svým způsobem jsou tedy studentské informační portály hlavním a nejkvalitnějším příkladem aktivit, které by měly být v jádru každé studentské organizace<sup>14</sup>.

Většina vysokých škol v ČR má alespoň informační portál. Některé poskytují služby pouze studentům školy, jiné i obecné informace pro veřejnost. Ve většině případů se jedná o služby poskytované studenty pro studenty. Existují i oficiální

---

<sup>13</sup> ve smyslu- projevující se v reálném, fyzickém světě

<sup>14</sup> Tedy s ohledem na její zaměření. U Spolku přátel medvídků Pú neočekávám velkou angažovanost v otázce např. plnění studijních povinností.

portály, které provozují přímo vysoké školy, ale i na jejich funkci se z velké části studenti podílejí.

Na UP se jedná o servery *Žurnál Online*, *Helena v krabici* a *UPBorec*. První zmíněný je veřejně přístupný server, který funguje jako denně aktualizovaná verze univerzitního čtrnáctideníku *Žurnál UP*. Poskytuje informace z dění na univerzitě – novinky, zajímavé přednášky, vědecké výsledky, atd. (Kubák, 2013). V redakci *Žurnálu* studenty nenajdeme, ale přispívat do něj mohou a také přispívají (Agnew, 2011).

*Helena v krabici* je studentský časopis, který podobně jako *Žurnál* funguje i jako webová verze. Redakci tvoří studenti, především FIF (*Helena v krabici*, © 2013).

Server *UPBorec* funguje jako ryze studentský portál. Pro vstup je nutné se registrovat pomocí e-mailové adresy a přihlašovacích údajů do systému STAG<sup>15</sup> – tudíž být studentem UP. Obecné informace o tomto projektu včetně ustanovení jsou ovšem poskytovány veřejnosti. Jedná se o občanské sdružení založené z iniciativy dvou studentů UP. Primárním úkolem portálu je ulehčení studentského života (*UP Borec, O projektu*, [2013]). Po přihlášení do systému nabízí sekce – *předměty, učitelé, studijní materiály, doučování, ubytování, tržičtěstě, brigády a akce*. Záložky *předměty* a *učitelé* jsou místem, kde uživatelé hodnotí jednotlivé vyučující a vyučované předměty na UP. Jedná se o seznam vygenerovaný pomocí studijního portálu STAG. Vyhledávání v seznamu ulehčuje rozdělení dle kateder. Sekce *studijní materiály* je strukturou podobná předešlým, ale místo hodnocení se od uživatelů očekává vkládání studijních materiálů u jednotlivých předmětů. Tyto tři sekce portálu *UPBorec* jsou velmi zajímavým konceptem, protože neexistuje jiné místo, kde by se student dověděl, jaký je daný vyučující či předmět, zda by mu vyhovoval, jak vypadá výuka apod. Tvůrci stránek zřejmě zamýšleli, že první věc, kterou student ráno udělá, bude přihlášení se na *UPBorec* a kontrola novinek. Realita je ovšem taková, že kvůli nedostatku aktivity jsou tyto tři sekce zatím takzvaně mrtvé. Naopak inzertní sekce jako *doučování, ubytování, tržičtěstě* nebo *brigády* se těší většímu zájmu. Do těchto sekcí přispívají jak admini stránek, tak jednotliví uživatelé. Inzeráty lze třídit dle fakult a typu. Server *UPBorec* odkazuje i na další studentské organizace v záložce *studentské spolky*, ale jejich seznam je neúplný a neaktualizovaný. (UP

---

<sup>15</sup> „IS/STAG je informační systém určený pro administraci studijní agendy vysoké školy nebo vyšší odborné školy.“ (IS/STAG, [2013])

Borec, [2012]) Obecně by serveru prospěla větší aktivita jak z řad autorů, tak studentů, protože se jedná o zajímavý nápad, který na UP chyběl a má jistě potenciál.

Na Karlově univerzitě existují různé typy portálů a to *UKáčko.cz*, *Sociál*, *FFakt* a *Studentský web PřF*. Portál *UKáčko.cz* funguje jako studentský časopis. Články se dají rozdělit dle kategorií např. *Studentský život*, *Univerzita*, *Názory*, *Rozhovory* apod. Provozovatelem je nezávislé studentské vydavatelství *UK media* a redakci tvoří především studenti (Ukáčko, [2013]). *UK media* provozuje i další dva portály a to *Sociál* a *FFakt*. Oba jsou webové verze studentských časopisů. *Sociál* je časopis studentů Fakulty sociálních věd UK, který v tištěné podobě vychází od roku 2004 a svými tématy přesahuje dění na fakultě. Časopis *FFakt* vychází od roku 2007 na Fakultě filozofické (UK media, © 2010).

Posledním zmíněným portálem je *Studentský web Přírodovědecké fakulty UK*. V tomto případě nejde o publicisticko-zpravodajský server, nýbrž se strukturou i funkcí podobá portálu *UPBorec*. Pro plné využití všech funkcí je nutná registrace. Za chod webu zodpovídá *Studentská komora Akademického senátu PřF UK (Domovská stránka*, [2013]).

Co se týče Masarykovy Univerzity v Brně, je seznam portálů poněkud obsáhlejší. Celouniverzitní portál *Muniport* se snaží na jedné adrese seskupit odkazy na veškeré služby, které Univerzita studentům nabízí. Jedná se zejména o informace o studiu s přesahem na jednotlivé fakulty a katedry, IT podporu, knihovny, ubytování a stravování, poradenství, finance, pravidla a předpisy a studentský život. Svým obsahem je tedy tento portál spojením oficiálního univerzitního webu a studentského portálu. Za jeho chod odpovídá Kabinet informačních studií a knihovnictví Filozofické fakulty MU v rámci předmětu Aplikační seminář (Muniport, © 2014).

Dalším populárním portálem na MU je *LeMUr*. Jedná se o ryze studentský zpravodajský server. Zabývá se děním na univerzitě a kulturními akcemi v Brně. Nalezneme zde tyto rubriky- *Univerzita*, *Kulturní dění*, *Studentský život* a *Události*. *LeMUr* funguje pod záštitou občanského sdružení *Garrigue Media* a v jeho redakci jsou výhradně studenti MU (LeMUr, © 2014).

Dalším publicisticko-zpravodajským portálem je *Halas*. Jedná se o aktivitu studentů Fakulty sociálních studií MU. Vychází i v tištěné podobě čtyřikrát ročně. V jeho mnohočlenné redakci jsou stejně tak jako u předchozího výhradně studenti (Halas, *O Halasu*, © 2014).

Jako informační portál funguje i stránka *Masarykovy studentské unie*. Studenti se zde dozví, jaké akce na univerzitě právě probíhají a co *MUNIE* chystá. Mohou si nechat poradit se studiem, výběrem práce atd. Stránky jsou momentálně v rekonstrukci, proto je jejich obsah omezený (*MUNIE, Co je MUNIE, © 2013*).

## 4. Studentské (studijní) poradenství

Další studentskou aktivitou, které jsem se rozhodla věnovat samostatnou kapitolu, jsou studentská seskupení poskytující ostatním studentům poradenství v otázkách studia a jiných témat souvisejících s životem na vysoké škole. Tato seskupení se tedy svým účelem a činností poněkud vymykají klasické představě o studentské organizaci, ale neznamená to, že se jejich činnost s činností jiných organizací tematicky nepřekrývá. Mnoho větších studentských organizací poskytuje i poradenství v otázkách studia, případně disponuje těmi správnými kontakty, a věřím, že každá organizace je připravena svým členům i nečlenům v těchto otázkách pomoci. Do této kapitoly jsem se tedy rozhodla zahrnout spolky, které se věnují výhradně poradenství a všechny jejich další aktivity se poradenství týkají, jako např. organizace seminářů k novým právním předpisům apod.

Hlavním důvodem, proč se tématem poradenství zabývám, je fakt, že nepovažuji studijní poradenství poskytované univerzitou za dostačující. Myslím si, že se studiem nejlépe poradí ten, který také studuje, či tomu nebylo tak dávno, co studoval. Na druhou stranu by samozřejmě tyto studentští studijní poradci měli mít také patřičný přehled ve vnitřních nařízeních univerzity a fakulty, příp. katedry a ne jen „zkušenosti ze života“. Proto si myslím, že je ideálním řešením poskytovat studijní poradenství prostřednictvím studentské organizace disponující patřičně zapálenými jedinci, které tato tematika zajímá a mají v ní přehled.

Jako příklad organizace zabývající se ryze studijním poradenstvím jsem vybrala jednu z prvních studentských organizací, která mě zaujala na MU. Organizace nese název *Studentští poradci*, funguje od roku 2007 a věnuje se studijně-právnímu poradenství. Pokrývá svou činností všechny fakulty a formy studia a (jak sama uvádí na svých webových stránkách v záložce *O nás*) „zejména objasňování práv a povinností studentů plynoucích z platné legislativy (zákonem o VŠ počínaje a vnitřními předpisy jednotlivých fakult konče), mediační a intervenční činnost (zastupování studentů a pomoc při vyjednávání s univerzitními orgány či vyučujícími), ale také poskytování širšího informačního servisu souvisejícího se studiem na MU.“ (Studentští poradci, *O nás*, © 2009) Tým poradců organizace tvoří studenti různých fakult, oborů a forem studia a externí konzultanti. Každý z nich se

přítom specializuje na oblast studia, které rozumí nejlépe, tedy většinou ten obor, který sám studuje (Studentští poradci, *Tým poradců*, © 2009). *Studentští poradci* se při své práci řídí zásadami, jako je např. anonymita a diskrétnost, také jakožto členové Asociace vysokoškolských poradců dodržují etický kodex, do kterého je možné nahlédnout pod záložkou *Naše zásady* na webu organizace (Studentští poradci, *Naše zásady*, © 2009).

## 5. Komunikace studentských organizací s okolím

Na úvod této kapitoly bych si ráda propůjčila výrok Stanislava Horného z jeho publikace *Vizuální komunikace firem*, protože se s ním plně ztotožňuji.

*„Chce-li dnes firma úspěšně obstát v konkurenci, je nezbytné uvažovat o jejím postavení, vážnosti a známosti. Jedním z faktorů, které toto podstatně ovlivňují, je právě úroveň komunikace s okolím, resp. prezentace firmy, jejích akcí, kroků a výstupů. Jednotná vizuální prezentace firmy je jedním ze základních předpokladů její úspěšnosti.“* (Horný, 2014, s.13)

Každá organizace (ať už firma, občanské sdružení nebo „pouze“ dobrovolné uskupení) se při svém vzniku zabývá otázkou, jak o sobě dát vědět, jak zaujmout a jak přesvědčit o „své pravdě“. Do jaké míry tyto otázky jednotlivé organizace řeší se velmi různí, ale v dnešní době je pravděpodobně pro úspěšný „projekt“ nezbytné se nad nimi alespoň zamyslet. Pro tyto i jiné otázky týkající se chodu organizace se nabízí zastřešující pojem komunikace, a to i v případě, že by se organizace rozhodla nevěnovat jim přílišnou váhu. Pojem komunikace definují různí autoři velmi odlišně. Nejširší definice vychází z předpokladu, že jen pouhou svou existencí jsme ve spojení se světem. Živé organismy vysílají signály-informace jiným živým organismům, i když vlastně vůbec nic nedělají. Přeneseno do prostředí organizací – i když nezvolí žádnou komunikační strategii, či formu své prezentace, stále se světem komunikují (Horný, 2004). Komunikace, tedy přenos informací probíhá prostřednictvím různých kanálů. Tyto můžeme rozdělit, podobně jako je dělí Kunstová, na kanál *„vokální, vizuální, hmatový, čichový, teplotní a chuťový.“* (Kunstová in Horný, 2004, s. 8)

Vizuální komunikace probíhá prostřednictvím vizuálního kanálu. Tedy vše, co vnímáme okem, pod tento pojem spadá. Podstatnou součástí či aspektem vizuální komunikace firmy, či organizace je její jednotný vizuální styl. Jak plyne z citátu, který jsem vybrala pro úvod, myslím si, že výběr vhodného jednotného vizuálního stylu je pro úspěšnost jakékoli organizace klíčový. Považuji za zarážející, že v dnešní době, která se dá právem označit za dobu vizuální, některé organizace stále nechápou, opomíjejí, či dokonce ignorují důležitost tohoto aspektu komunikace s okolím.



Vizuální styl je tedy základem komunikace organizace. Je důležitý zejména proto, že říká něco o tom, kdo jsme, co děláme a čeho chceme dosáhnout. Měl by budit v podobně smýšlejících lidech a potenciálních zákaznících, či společnících sympatie. Jeho jednotnost je pak klíčová pro snadnou identifikaci organizace, projektů a akcí, které zaštiťuje. Základem vizuálního stylu je značka, tedy logo. Logo by mělo vhodně doplňovat název organizace, případně její heslo, či slogan. Logo by také mělo respektovat zaměření a odrážet kulturu organizace – vytvářet vhodný obraz v očích veřejnost – image organizace. V některých případech je možné využít i poněkud kontroverzních prostředků a cest za účelem zaujmout veřejnost. Obecně řečeno je to právě invence a vtip, které fungují nejlépe. Samozřejmě je důležité se zamyslet nad tím, jestli je není příliš riskantní či dokonce kontraproduktivní se do „těchto vod“ pouštět. Na příkladech seriózních institucí jako jsou banky, luxusní módní značky apod. je jasné, že ne vždy je šokovat vhodnou propagační strategií (Horný, 2014). Na druhou stranu i kontroverzní kampaně prodávají. V tomto případě si ale organizace musí velmi dobře spočítat, jestli je ochotna toto podstoupit i v případě, že o pár příznivců přijde, případně si dokonce vytvoří skupinu odpůrců.

Jako příklad bych uvedla vizuální styl relativně nové značky mléčných produktů Milkin. Tato značka zvolila klasickou černobílou kombinaci pro své logo – připomínající vzor srsti skotu se zvýrazněním poslední částí slova červenou barvou. Kampaň je poté cílena přímo na mladé lidi, kterým má vnuknout ideu, že konzumace mléka a dalších mléčných výrobků je tzv. „in“. A nezastavuje se jen u této hry s názvem značky, ale přidává i slogan „Ty krááávo“ např. u polepu svých kamionů či „To si musíte vypít“ na webových stránkách značky, které jsou momentálně ve výstavbě. Rozhlasová kampaň na rádiu Spin ještě přitvrzuje – citováno z webu IHNED.cz „Alimpex spouští rozhlasovou kampaň pro svou značku mléčných produktů Milkin na rádiu Spin. Kreativitu a produkci spotů zajistila stanice, dialog se odvíjí ve stylu "Ty krávo, proč mlíko, (...) protože je fakt hustý".“ (Milkin jde do rádia, © 2014) Věřím, že by se ve světě reklamy daly nalézt i více šokující příklady, ale ráda vycházím z vlastní zkušenosti a musím říct, že jsem se při prvním setkání s kamionem Milkin na chvíli zarazila. Nemyslím si, že by mě (jakožto mladého člověka) kampaň nějak více oslovila (či ovlivnila můj výběr u chladniček supermarketů), ale pravděpodobně i tak splnila svůj účel. Už jen proto, že ji zde nyní zmiňuji. Bylo by jistě zajímavé poslechnout si reakce z řad občanů České republiky, kteří spadají mimo tuto cílovou skupinu.



Obr. 2 Logo značky Milkin. Zdroj: <http://www.milkin.cz/>



Obr. 3 Webová stránka značky Milkin, jak ji navrhlo studio Creation. Zdroj: <http://www.creation.cz/cz/www/redakcni-system/reference/milkin/>



Obr. 4 Produkty značky Milkin. Zdroj: tisková zpráva (Crest, 2012)

Pokud se vrátíme zpátky ke studentským organizacím a výběru vizuálního stylu a zhodnotíme situaci, v jaké se organizace pravděpodobně ocitne na počátku své existence, je možné zde nalézt (kromě mnoha nevýhod oproti větším organizacím s lepším zázemím) také některé výhody. Hlavní výhodou studentských organizací oproti ostatním organizacím „nestudentským“ je v tom, že znají své „zákazníky“ mnohem lépe. Mohou tedy využít svých zkušeností a intuice mnohem efektivněji. Je ovšem otázkou, do jaké míry by se měly studentské organizace inspirovat např. právě výše zmiňovanými kontroverzními vizuálními styly, či kampaněmi ve snaze se zalíbit. Na jednu stranu je jistě důležité vyjít vstříc studentské základně, ale zároveň by se studentské organizace pravděpodobně měly držet jistých pravidel pro, řekněme, „dobrý vkus“, zvláště vzhledem k tomu, že reprezentují svou univerzitu.

Ač vizuální styl zásadně ovlivňuje účinnost komunikace, záleží také na obsahu sdělení. Pro účinnou komunikaci je tedy nutné zvolit přiměřený obsah i vizuální styl. V dalších podkapitolách se tedy věnuji jednotlivým médiím, které organizace mohou volit pro komunikaci s okolím a zabývám se nejen vizuálním stylem, ale i jejich obsahem.

## 5.1. Webové stránky organizací

Jako hlavní médium pro komunikaci organizace často volí webové stránky. Právě zde je velmi důležitý nejen vizuální styl, ale také struktura a obsah sdělení. Vizuální prvky jsou první, které upoutají pozornost, ale při nekvalitním obsahu stránky divák jen těžko zaujmou na delší dobu. Na druhou stranu sebelepší obsah také velmi rychle omrzí při nekvalitní prezentaci- nejasném vizuálním stylu a zmateném uspořádání stránky.

Ne každá studentská organizace má ve svých řadách zručné grafiky, kteří by se tvorby loga, případně celého vizuálního stylu zhostili a zaplatit si služby profesionála je většinou z důvodu omezeného rozpočtu nemožné. Myslím si, že v těchto případech je dobré řídit se heslem „méně je více“ a zamyslet se nad graficky nekomplikovaným logem, které by vystihovalo poslání organizace a bylo pak jediným vizuálně výrazným prvkem webových stránek i dalších materiálů.

Co se týče obsahu stránek, je důležité se zamyslet v první řadě nad tím, komu mají stránky primárně sloužit. Pokud je činnost organizace zaměřená především na studenty a organizace využívá webových stránek ke komunikaci s nimi, je zapotřebí uzpůsobit design stránky velkému množství obsahu. Příkladem může být web *Spolku 2. LF UK Motolák*. Design stránky využívá logo a jeho barevnost jako hlavního vizuálního prvku. Logo je zde poněkud složitější a komplexnější barevnosti, přesto stránky působí velmi harmonicky a přehledně. Co se týče obsahu, úvodní stránka nabízí aktuality z chodu organizace a fakulty. Všechny další informace jsou zdařile rozděleny do jednotlivých kategorií na hlavní liště. Je možné zde nalézt informace o spolku, klubech, kontakty, návody i informace pro uchazeče. Po přihlášení mohou studenti sdílet studijní a jiné materiály.



Obr. 5 Monochromatická verze loga pro potisk spolkových triček. Zdroj: <http://motolak.lf2.cuni.cz/motolacka-tricka>



Obr. 6 Náhled úvodní stránky spolku s barevnou verzí loga. Zdroj: <http://motolak.lf2.cuni.cz/>

Dalším typem webů mohou být ty, které poskytují pouze stručné informace o spolku, ale stále se zaměřují především na studenty. Nefunguje zde komunikace prostřednictvím fór, ani zde studenti nenaleznou materiály ke studiu. Reprezentanty tohoto typu budou rozhodně weby studentských zájmových spolků jako je např. *Klub deskových her VŠE* ale i některé studentské unie. Jako příklad jsem *Klub deskových her* vybrala proto, že se jedná o spolek, který se svou podstatou velmi liší od ostatních organizací zmíněných v této práci a stejně tak se velmi liší i jeho webová stránka. Jedná se o zájmové uskupení studentů VŠE, které pracuje s velmi

omezeným rozpočtem a své finance pochopitelně investuje především do nákupu nových her. Spolek nepořádá mnoho akcí a nepotřebuje příliš propagovat svou činnost (v porovnání s výše zmíněnými studentskými uniemi apod.). Samozřejmě ale chce nalákat nové členy a proto potřebuje být se studenty ve styku. Webové stránky spolku jsem vybrala právě jako ukázkou jednoduchého přístupu při malém rozpočtu. Samozřejmě se nejedná o nějaký geniální design. Vlastně by se dalo říci, že se nejedná o žádný designový záměr, natož vizuální styl. Přesto stránka splňuje svůj účel velmi dobře. Jednoduchý nápis a pozadí s imitací dřeva jasně ukazují na účel a zaměření spolku – deskové hry. Volba žluté barvy je, myslím si, přijatelná varianta, i když by jistě fungovala i skromnější barevnost, případně černobílá. Jedinou výtku bych měla k stínování písma u jednotlivých záložek, to působí už poněkud lacině a zbytečně odpoutává pozornost. Obsah je pro účely stránek a organizace naprosto dostačující. Případný zájemce zde najde základní informace o deskových hrách, činnosti spolku a také potřebné kontakty.



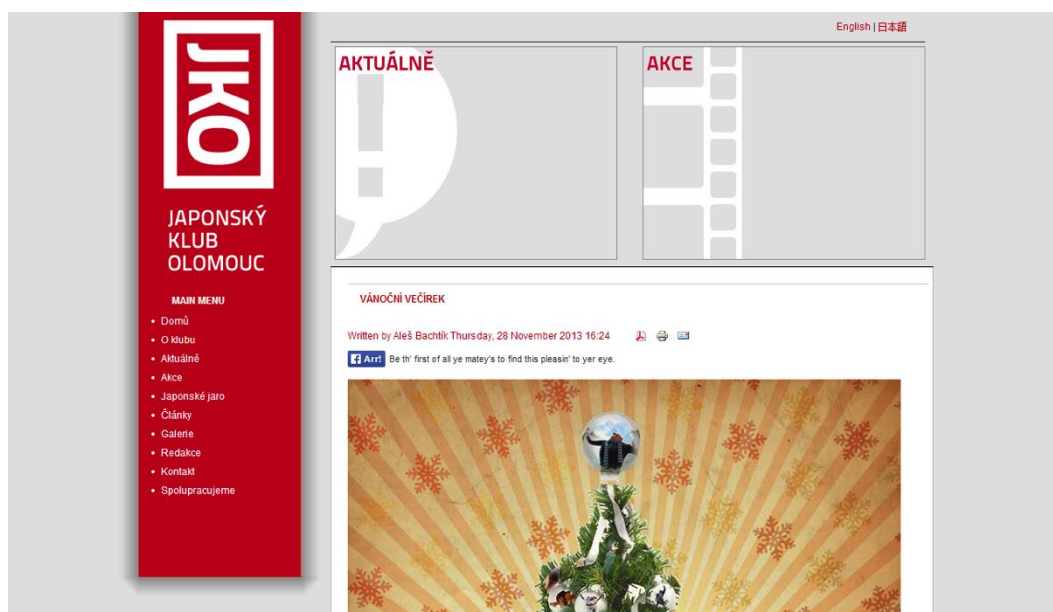
Obr. 7 Úvodní stránka webu spolku. Zdroj: <http://deskovehry.vse.cz/>

Dalším typem jsou webové stránky spolků, které se svou činností nezaměřují pouze na studenty. Jedná se povětšinou o občanská sdružení, která sice vedou studenti, ale jejich činnost je spíše zaměřena na pořádání volně přístupných kulturních akcí. Takovým spolkem je například *Japonský klub Olomouc*. Vizuální styl těchto organizací je povětšinou velmi kvalitní a množství informací na webu je omezené. Hlavním účelem stránek je propagace akcí. V případě *Japonského klubu* je hlavním nosným prvkem webu logo a jeho barevnost (v tomto případě spíše jedna barva).

Web je na první pohled jednoduchý, přehledný a snadno zapamatovatelný. Samotné logo je také velmi jednoduché, ale o nic méně výstižné. Využívá pro japonskou kulturu typického minimalismu a červené barvy odkazující pravděpodobně na tradiční barvu užívanou v Japonsku pro označování dokumentů pečeti. Obsah je uzpůsoben pro veřejnost. Je možné zde nalézt informace o klubu, kontakt na členy a samozřejmě pozvánky a popis jednotlivých akcí, které klub pořádá.



Obr. 8 Barevná verze loga *Japonského klubu Olomouc*. Zdroj: <http://www.japonskyklub.cz/index.php/o-nas/prihlaska>



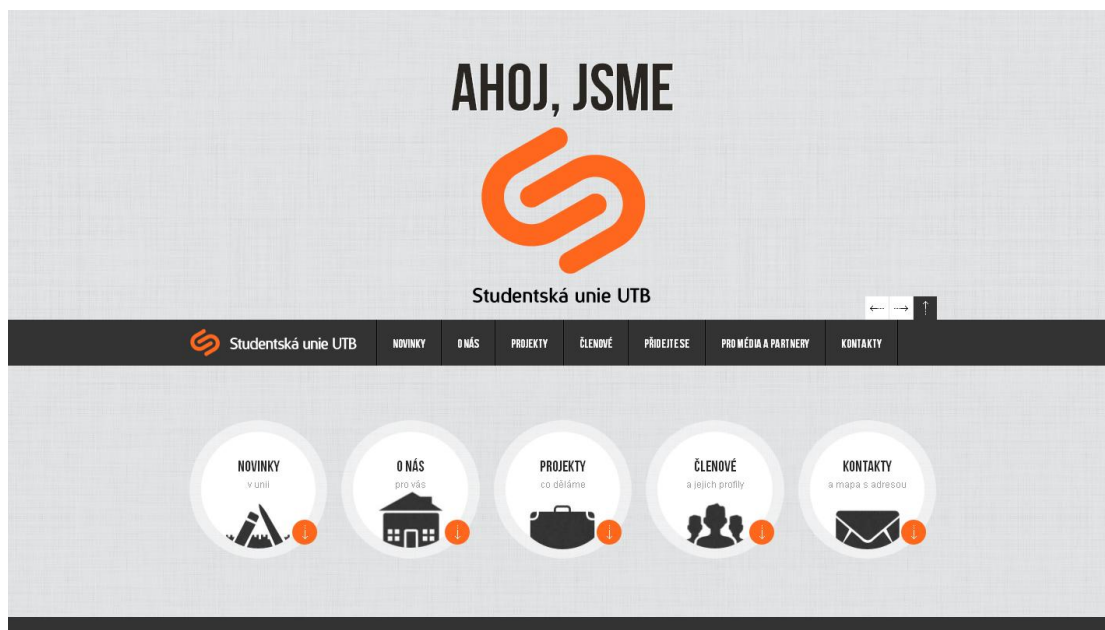
Obr. 9 Pohled na úvodní stránku webu *Japonského klubu Olomouc*. Zdroj: <http://www.japonskyklub.cz/>

Někde na pomezí stránek určených pro studenty a stránek „profesionálních“ studentských spolků se nachází weby studentských unií. Je tomu tak především proto, že unie jsou větší organizace, které reprezentují všechny studenty univerzity, proto mají ve většině případů jasný vizuální styl a profesionální vystupování, ke kterému patří i dobře provedený web. Proto je většina webů studentských unií velmi dobře graficky zpracovaná, ale najdeme zde minimum obsahu. Dá se totiž předpokládat, že na tyto weby častěji narazí náhodný „kolemjdoucí“, kterého nezajímají interní sdělení studentů. Zároveň ale tyto weby poskytují informace o svých službách také studentům. Je tedy otázkou, kde je vhodná hranice mezi profesionálním a řekněme studijním přístupem. Některé unie tento problém vyřešily provozem studentských portálů a své webové stránky omezili na prezentaci unie veřejnosti. Toto je případ například *Studentské unie Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně* (dále *SU UTB*). Unie na svých webových stránkách propaguje svou činnost a členy, informuje o akcích a projektech. Informace z chodu univerzity a novinky pro studenty jsou poté přístupné na studentském portálu *SUPPORT*. *SU UTB* zmiňují v této práci poprvé, protože její činnost se nijak neliší od ostatních studentských unií. Co je zajímavé, je vizuální styl, jehož redesign navíc *SU UTB* podrobně popisuje v jednom z článků na svém webu.<sup>16</sup> Líbí se mi, že na povrch velmi profesionálně působící organizace, dovoluje veřejnosti nahlédnout pod pokličku svých projektů tímto způsobem. Každý se tak může přesvědčit o tom, že návrh vizuálního stylu není jednoduchý úkol, provází ho spousta skrytých úskalí, z vlastních chyb se člověk nejvíce poučí a konečný výsledek může být takto kvalitní. Zejména začínající organizace zde mohou najít inspiraci.

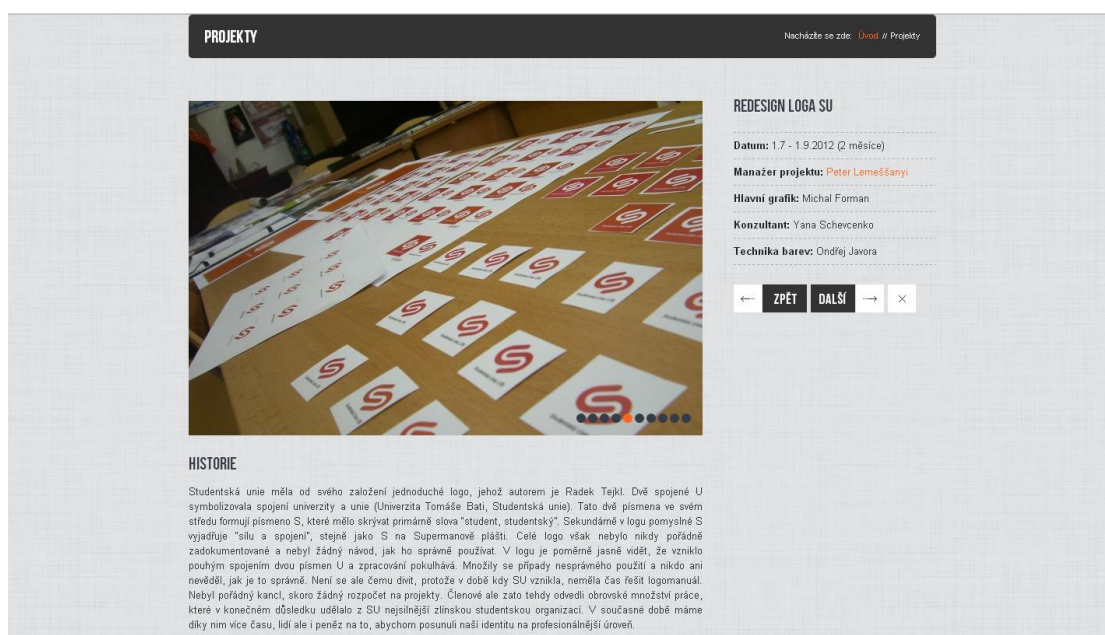
---

<sup>16</sup> jedná se o článek – *Redesign loga SU*, k nalezení pod záložkou *Projekty* na webu <http://su.utb.cz/>

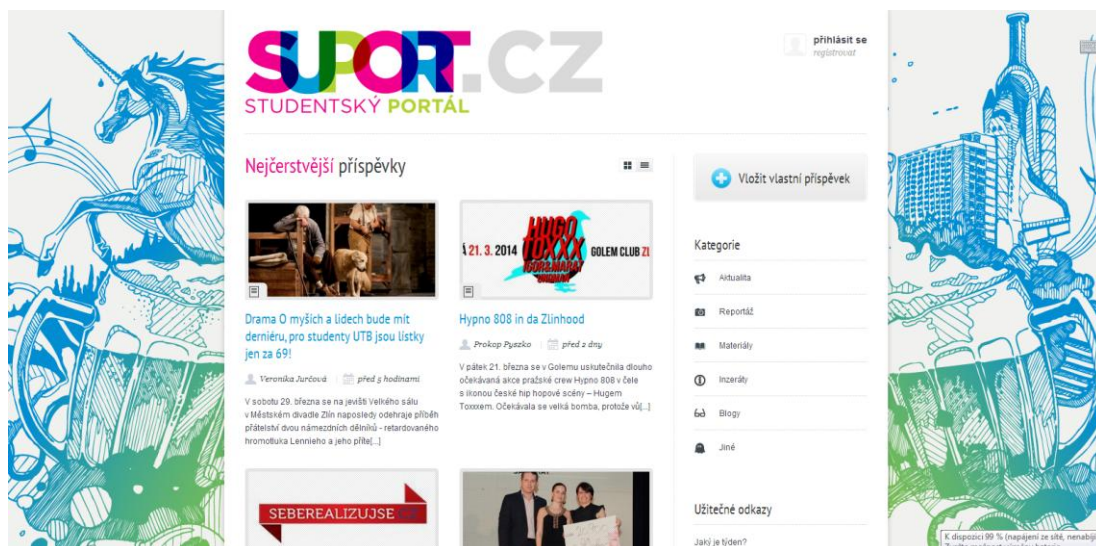




Obr. 10 Pohled na úvodní stránku webu SU UTB. Zdroj: <http://su.utb.cz/>

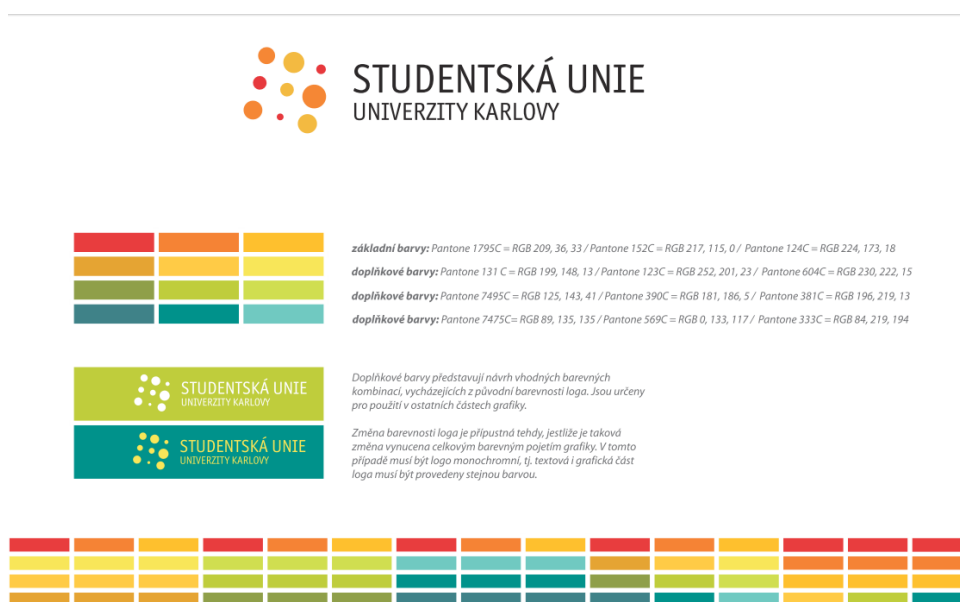


Obr. 11 Část článku o redesignu loga. Zdroj: <http://su.utb.cz/projekty/#!prettyPhoto>



Obr. 12 Pohled na úvodní stránku studentského portálu SUPORT. Zdroj: <http://www.suport.cz/>

Další ukázkou minimalistického přístupu může být webová stránka *SUUK*. Využívá výrazného loga a střízlivého designu webu. Barevnost webu opět kopíruje logo a je s ním tedy v naprosté harmonii. Uspořádáním web připomíná spíše informační portál. Co se obsahu týče, stránka poskytuje obecné informace o událostech a akcích a odkazuje na studentské spolky, které sdružuje. Informace jsou relativně přehledně členěny, někdy je ovšem propojení jednotlivých oddílů webu poněkud chaotické. Každopádně pro základní seznámení s organizací dostačující.



Obr. 13 Náhled barevné verze loga organizace. Zdroj: [http://suuk.cz/wp-content/uploads/grafickymanual\\_suuk.pdf](http://suuk.cz/wp-content/uploads/grafickymanual_suuk.pdf)

**STUDENTSKÁ UNIE**  
UNIVERZITY KARLOVY

ÚVODNÍ STRÁNKA | O UNII | PROGRAMY | SPOLKY | PROJEKTY | VOLNÝ ČAS NA UK | FOTOGALERIE | RADA UNIE

**MAJÁLES 2014 BUDE!**  
Studentský Majáles 2014 se již pomalu začíná chystat, pokud byste chtěli být u toho a zapojit se do organizačního týmu, přijďte na první schůzku, která proběhne v neděli 5. ledna od 19.30 ve studentském klubu K4, Celetná 20. Program schůzky brzy uveřejníme. Blíže info v události na FB ZDE [ Sdílejte tento článek:

**PF 2014**  
Děkujeme za spolupráci v roce 2013 a přejeeme všem studentům, spolkům, univerzitním pracovníkům a široké veřejnosti všechno nejlepší do roku 2014.  
[Celý článek »](#)

**SOVA**  
systém ohlašování významných akcí  
Leden 2014

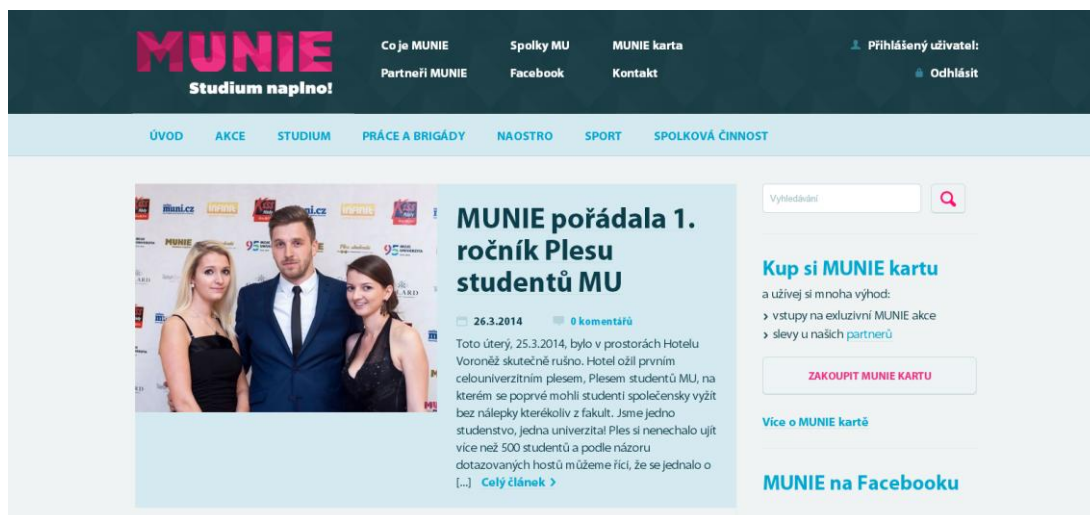
P	Ú	S	Č	P	S	N
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

**AKTUALITA:** **KONZULTAČNÍ** **UKÁČKO HLEDÁ VEDENÍ**  
**HODINY RADY UNIE**  
Vůdčivá | Přání na | Šéfredaktora | portálu

Facebook  
Studentská unie UK on Facebook

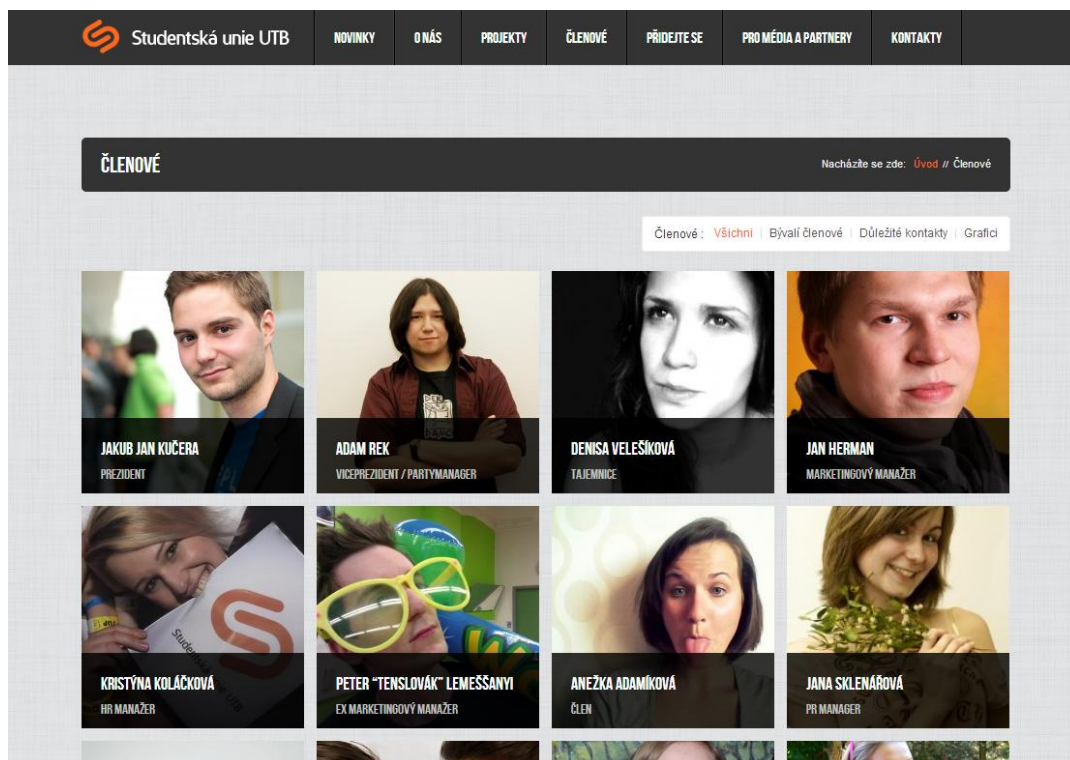
Obr. 14 Pohled na úvodní stránku webu Studentské unie UK. Zdroj: <http://suuk.cz/>

Design webu *MUNIE* je podobně jako *SU UTB* velmi stylový a profesionální. Růžová barva loga se objevuje ještě na pár dalších místech, ale zbytek stránky se nese v klidných tónech modré. I když stránky používají čtyři různé barvy pro text, celek působí jednotně a přehledně. Stránky poskytují stejně jako výše zmíněné obecné informace a zprávy z chodu organizace. Slibují ovšem také poskytování pomoci studentům při hledání brigády a poskytují rozšířený obsah po přihlášení.

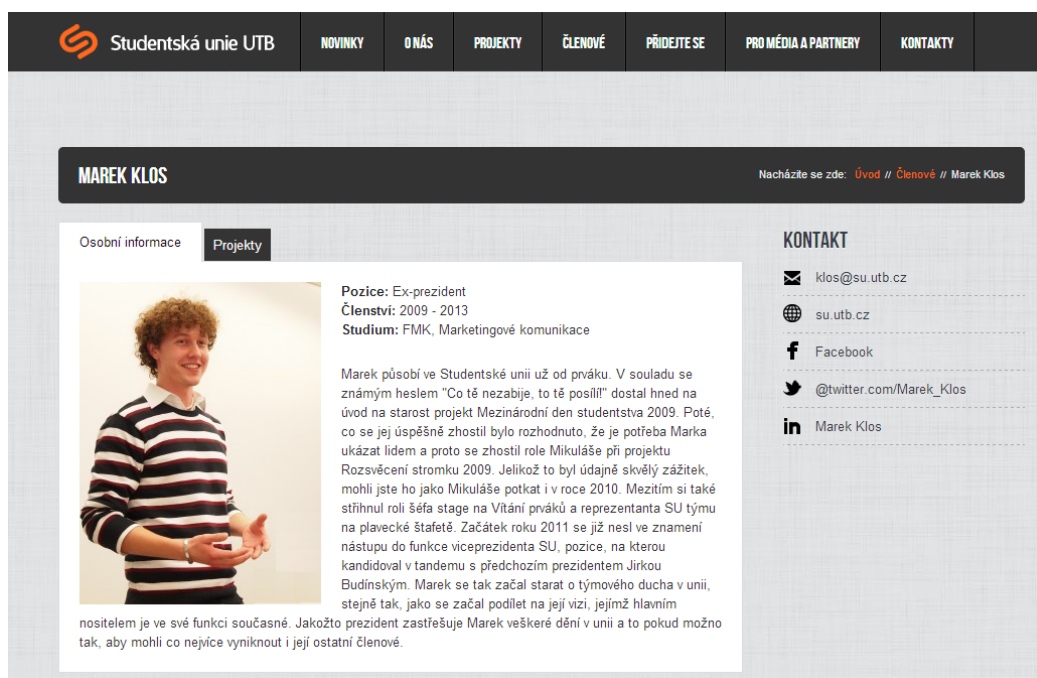


Obr. 15 Úvodní stránka webu MUNIE. Zdroj: www.munie.cz

Myslím si, že důležitou součástí obsahu webu organizace by měla být prezentace studentů, které organizace „zastupuje“. Je zřejmé, že v případě studentských unií, které reprezentují studenty celé univerzity, není možné na webových stránkách spravovat takovéto množství informací. Menší studentské organizace a zájmové spolky by ale měly nad tímto aspektem uvažovat. Někdy mají organizace velmi kvalitně zpracované stránky a poskytují zajímavé informace a navrhují projekty, které by mohly zaujmout například firmy, které v podobném odvětví působí. Tímto způsobem může organizace získat sponzory pro svou činnost a studenti cenné zkušenosti z praxe a možná dokonce budoucí zaměstnání v oboru. Někdy je ale pro návštěvníka z řad veřejnosti obtížné nalézt ty správné informace a kontakty na webových stránkách. Samozřejmě je vždy možné pátrat dále a kontaktovat organizaci s dotazem, ale proč neposkytnout konkrétní informace přímo na stránkách, když už je pro účel komunikace s veřejností organizace provozuje. Některé organizace prezentují na svých webech alespoň své členy a jejich činnost a projekty, ale těchto je velmi málo nebo neposkytují dostatečné informace. Například výše zmíněná *SU UTB* má přehledně zpracovaný seznam svých členů s popisem konkrétní činnosti, které se věnují a projektů, na kterých v SU pracovali.



Obr. 16 Členové SU UTB prezentováni na webu organizace. Zdroj: <http://su.utb.cz/clenove/>

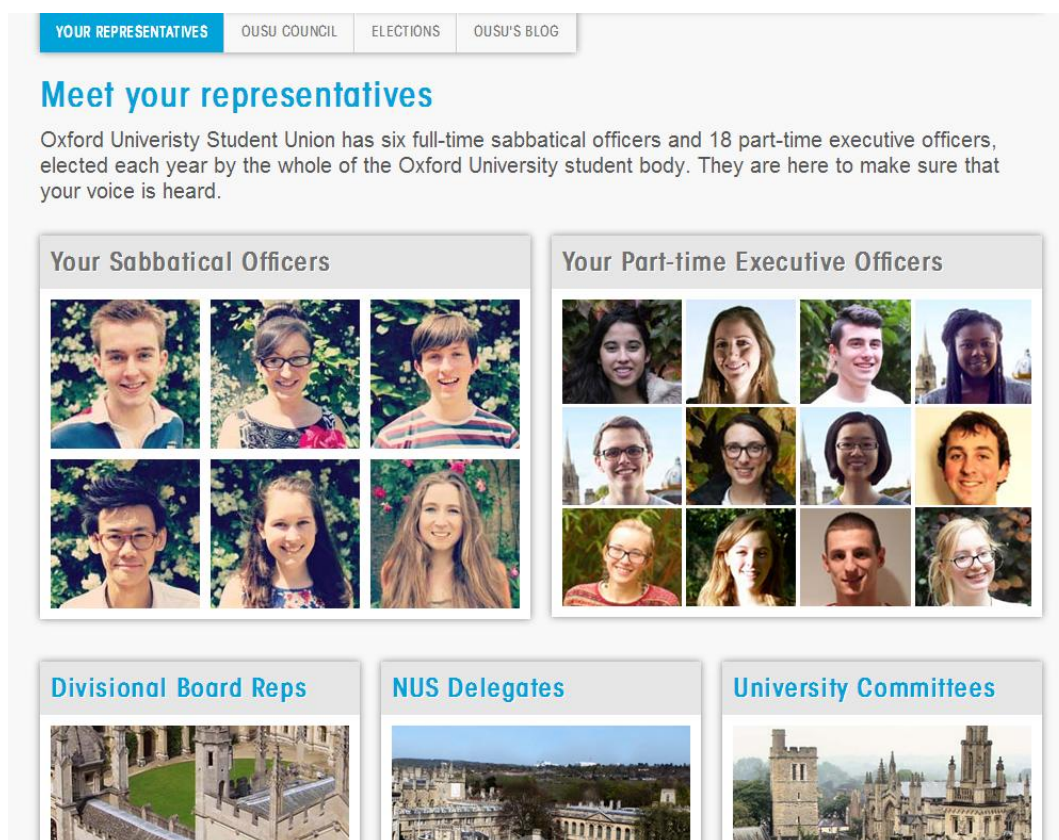


Obr. 17 Presentace konkrétního člena organizace. Zdroj: <http://su.utb.cz/member/marek-klos/>

Tato prezentace členů má jistě význam nejen pro vyhledávání kontaktů z řad veřejnosti, ale také pro přiblížení chodu organizace studentům.

Stejná situace, co se týče prezentace studentů, panuje i u zahraničních organizací a institucí. Univerzitní unie většinou na svém webu prezentují své členy a jejich

činnost, více se o šíření povědomí o studentech také nevěnují. Je zde ovšem jeden patrný rozdíl, který jsem již dříve několikrát zmiňovala a to, že studenti v zahraničí jsou obecně aktivnější, své problémy se nebojí řešit a o svou propagaci se (třeba s pomocí studentské organizace) postarají sami. Tato webová stránka *OUSU* tedy primárně slouží k tomu, aby informovala studenty, jaké situace mohou se kterým zástupcem řešit. Presentace členů má tedy význam nejen pro vyhledávání kontaktů z řad veřejnosti, ale také pro přiblížení chodu organizace studentům.



Obr. 18 Presentace studentských zástupců na webu *OUSU*. Zdroj: <http://ousu.org/representing-you/your-reps/>

Co se týče prezentace všech studentů na webových stránkách, studentské organizace se do těchto vod příliš nepouštějí. Organizace studenty zastupují na veřejnosti, pomáhají jim s realizací jejich vlastním projektů a poskytují jim poradenství. Pokud prezentují studenty, jedná se spíše o individuální prezentaci v rámci některých akcí, popř. výstav.

Pokud se někdo zabývá webovou prezentací studentů, jedná se především o stránky jednotlivých ústavů a kateder. Presentaci studentů nabízejí především některé instituce uměleckého zaměření, ale ani zde se nejedná o nějak komplexní řešení.

Většinou jsou touto formou prezentovány spíše práce než autoři. Pro ukázkou vybírám některé školy a jejich součásti, s jejichž webovou prezentací studentů jsem se setkala. Ty lepší prezentace představuje Vysoká škola uměleckoprůmyslová (dále Umprum). Na webových stránkách školy je možné vyhledávat pod záložkou lidé jak v seznamu studentů, tak vyučujících a dalších zaměstnanců. Po kliknutí na jméno lze zobrazit další informace jako obor studia či odkaz na portfolio. Ne u všech studentů jsou ovšem tyto informace přístupné a je otázkou, jak aktualizovaný je samotný seznam. Podobný systém funguje na Akademii výtvarných umění (dále AVU). Škola bohužel do informací u studentů nezahrnuje odkaz na jejich portfolia, ale je možné se k těmto informacím v některých případech dostat skrze stránky a blogy jednotlivých ateliérů.

**UM PR UM** Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

- Architektura
- Design
- Volné umění
- Užité umění
- Grafika
- Teorie a dějiny umění
- Dělny
- Zprávy
- Kalendář
- Škola
- Lidé
- Veřejnost
- Úřední deska
- Studium
- Kolej
- Kontakt
- Galerie UM
- Věda, výzkum
- Knihovna
- Nakladatelství

## Lidé

Zadejte jméno  **Odeslat** **Filtr** [všichni](#) [student](#) [absolvent](#) [pedagog](#) [zaměstnanec](#)

**B**

[Ondřej Báchor](#)  
[Zuzana Bramborová](#)

[Anežka Bartlová](#)  
[Ondřej Brom](#)

[Matěj Bělek](#)  
[Alžběta Brůhová](#)

[Natálie Bocková](#)  
[Zuzana Burgrová](#)

[Jan Boháč](#)  
[Martina Bursiková](#)

**C**

[Matěj Coufal](#)

**Č**

[Michaela Čapková](#)

[Jaromír Čížek](#)

**D**

Obr. 19 Prezentace studentů na webu Umprum. Zdroj: <https://www.vsup.cz/lide/?personType=student>

**UM PR UM** Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze

- Architektura
- Design
- Volné umění
- Užité umění
- Grafika
- Teorie a dějiny umění
- Dělny
- Zprávy
- Kalendář
- Škola
- Lidé
- Veřejnost
- Úřední deska
- Studium
- Kolej
- Kontakt
- Galerie UM
- Věda, výzkum
- Knihovna
- Nakladatelství

[Lidé](#)

## BcA. Alžběta Brůhová

**mé portfolio**

[www.bruhova.wix.com/portfolio](http://www.bruhova.wix.com/portfolio)

Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze, Copyright (2013)

Obr. 20 Prezentace konkrétní studentky na webu Umprum. Zdroj: <https://www.vsup.cz/lide/bca-alzbeta-bruhova-500/>

**akademie**

- ateliéry
- lidé
- studenti
- absolventi
- pedagogové
- ostatní zaměstnanci
- vedení akademie
- orgány akademie
- specializovaná pracoviště
- provoz
- dokumenty a řady
- historie akademie
- budovy
- kontakt
- studium
- veřejnost
- úřední deska
- věda a výzkum
- diskuze
- galerie
- informační báze

čeština  
english

hledat  
poslední příspěvky  
mapa webu

**studenti**

Příjmení  Ateliér

Ročník

Typ	příjmení	roč.	ateliér
M	ADAMCOVÁ Markéta	1	Ateliér malířství II /škola Vladimíra Skrepla
M	ADAMEC Vojtěch	2	Ateliér intermediální tvorby I /škola Milana Knižáka
M	ALAVÉRDYAN Argišti	3	Ateliér malířství IV /škola Martina Mainera
M	ANDREJSOVÁ Eva	1	Ateliér malířství IV /škola Martina Mainera
M	ATTAR Nabila	stáž	Ateliér kresby /škola Jiřího Petřoka
M	BÁBKOVÁ Markéta	1	Ateliér malířství III /škola Michaela Rittsteina
M	BALOGHOVÁ Anita	stáž	Ateliér grafiky I /škola Jiřího Lindovského
M	BcA. BARTONÍČKOVÁ Dana	1	Ateliér intermediální tvorby II /škola Jiřího Příhody
M	BAŠTÝŘ Jiří	4	Ateliér kresby /škola Jiřího Petřoka
M	BĚHAL Dominik	5	Ateliér malířství III /škola Michaela Rittsteina
M	BENDA Jakub	4	Ateliér intermediální tvorby III /škola Tomáše Vaňka
D	BILAVČÍKOVÁ Hana	1	Ateliér restaurování výtvarných děl malířských a polychromované plastiky /škola Karla Strettho

AKADEMIE VÝTVARNÝCH UMĚNÍ V PRAZE, U AKADEMIE 4, 170 21 PRAHA 7, TEL: +420 220 408 200, FAX: +420 233 381 652, RSS, SITEMAP, REALIZACE: IQOUST s.r.o., DESIGN © REDESIGN 2010

**aktuality**

- Odborná Exkurze Olomouc – Ostrava - Podrobný program...  
27.03.2014 - 15:12
- NĚMECKO - Stipendium organizace GFPS na zimní semestr 2014/15 ...  
deadline 18.4.2014  
27.03.2014 - 13:16
- Přednáška Tomáše Hříbka Estetika se ve středu 26. března nekoná.  
25.03.2014 - 17:17
- Přednáška Pavliny Morganové České umění 20. stol. se ve čtvrtek 27.3. nekoná.  
25.03.2014 - 11:09
- POZOR! Exkurze Olomouc-Ostrava – prosím zájemce, aby se urychleně přihlásili. Je třeba zajistit ubytování a místenky.

Obr. 21 Prezentace studentů na webu AVU. Zdroj: <http://www.avu.cz/category/avumenu/akademie/lid%C3%A9/studenti>

10.28.2012

**Seznam studentů, zimní semestr 2012/2013**

**Studenti v akademickém roce 2012/13:**

- Lucie Fryčová, 1. ročník
- Tomáš Kajánek, 1. ročník
- Rozálie Hanáková, 2. ročník
- Marek Šefrna, 2. ročník, <http://mareksefrna.blogspot.cz/>
- Jakub Benda, 3. ročník
- Eliška Vrbová, 3. ročník, <http://environment.ffa.vutbr.cz/cs/eliska-vrbova>
- Marek Hlaváč, 3. ročník, <http://marekhlavac.webege.com/>
- Roman Štětina, 4. ročník, <http://www.romanstetina.com/>
- Jana Šárová, 4. ročník, <http://janasarova.webnode.cz/>
- Susanne Kass, 4. ročník, <http://issuu.com/susanne-kass/docs/portfolio-susanne-kass>
- Michaela Daňová, 4. ročník
- Matěj Smrkovský, 5. ročník, <http://matejsmrkovsky.blogspot.cz/>
- Michaela Burcaková, 5. ročník
- Vojtěch Fröhlich, 5. ročník, <http://vojtechfrohlich.blogspot.cz/>
- David Pfilučík, stáž AVU
- Barbora Kleinhamplová, stáž AVU,
- Magda Stanová, 2. ročník, doktorandka, <http://www.magdastanova.sk/index1.html#home>
- Magda Kwiatkowska, 2. ročník, doktorandka
- Michal Cáb, 3. ročník, doktorand

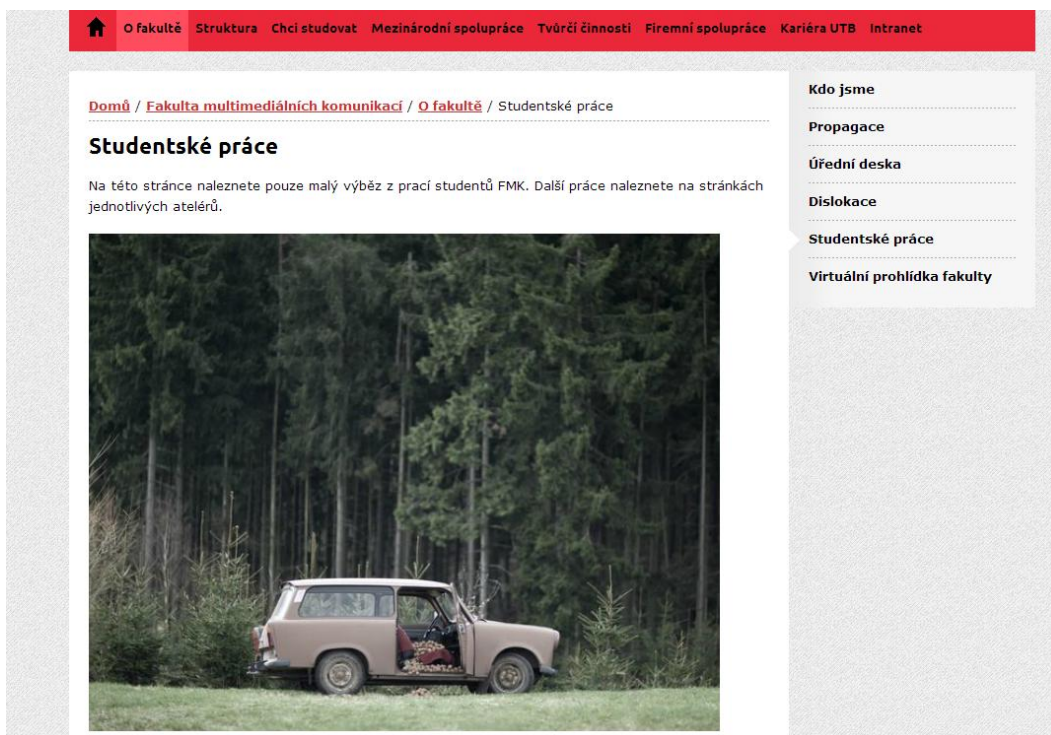
**Absolventi:**

- 2011**
- Daniela Halová, <http://www.danielahalova.cz/>
- Linda Mikolášková, <http://www.lindamikolaskova.com/>
- Erik Sikora, <http://eriksikora.com/>
- 2012**
- Viktor Fuček, <http://www.fucek.org/>
- Ján Valík, <http://www.janvalik.net/>
- Natsuko Ishikawa,
- Peter Janáčik, <http://www.slovakphotography.com/sk/profile/peter-janacik>

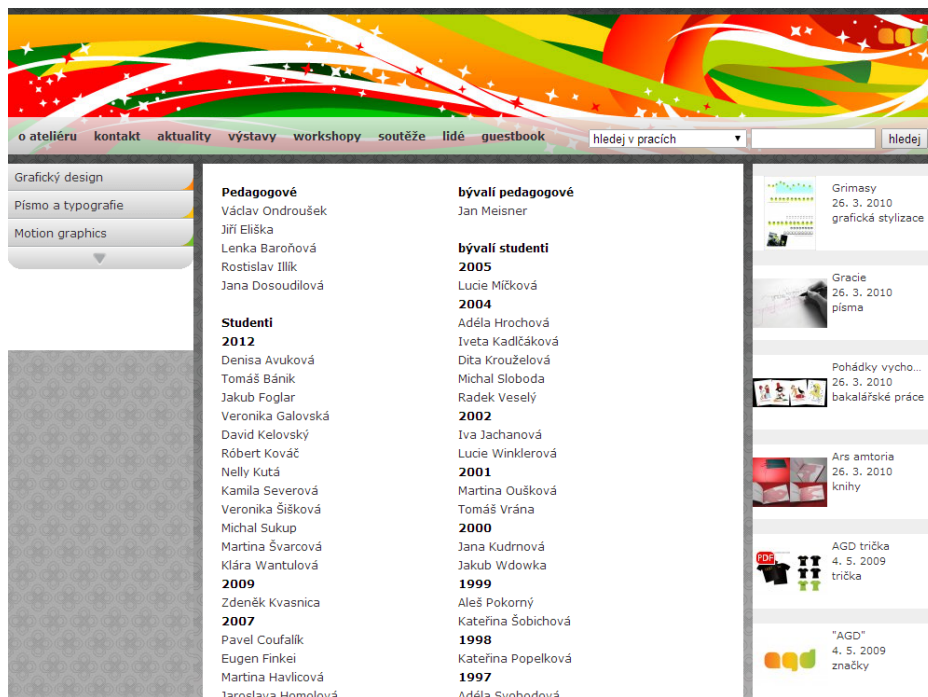
Obr. 22 Prezentace studentů ateliéru Intermedia 3 na blogu. Zdroj: <http://intermedia3.blogspot.cz/search/label/studenti>



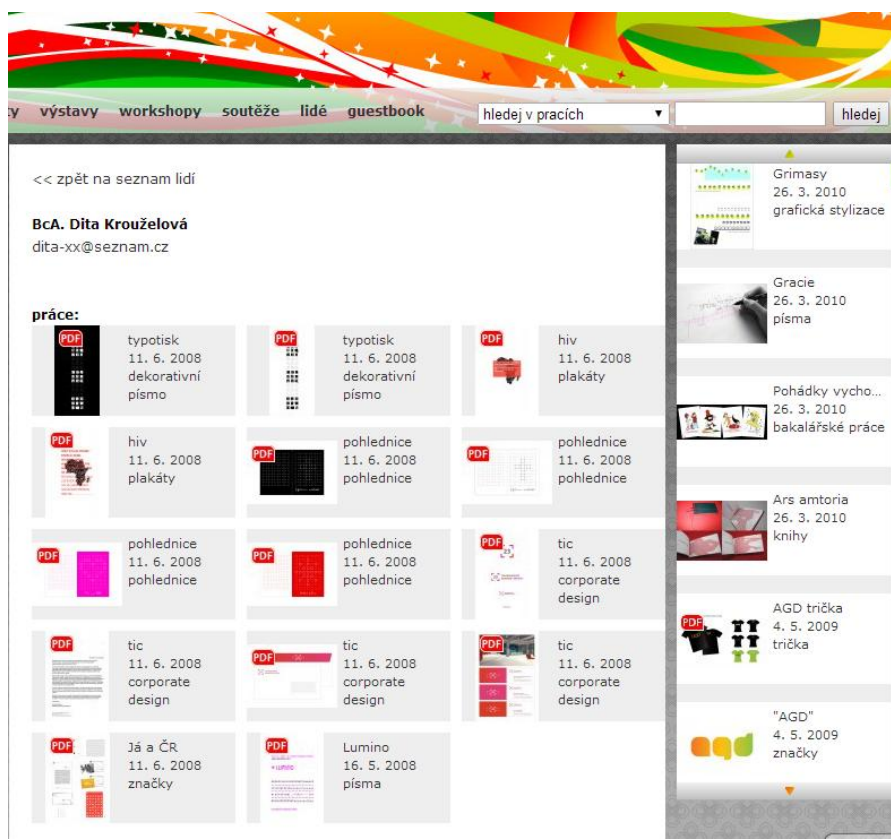
Lepší postoj zaujímají například některé ateliéry Fakulty multimediálních komunikací (dále FMK) UTB. Ateliér grafického designu prezentuje seznam studentů na svých webových stránkách, kde také uvádí ročník nástupu studenta, ukázkou prací a kontakt. Opět zde bohužel schází odkaz na virtuální portfolia a seznam není aktualizovaný. Dostat se k webovým stránkám z webu školy je současně poněkud komplikované. I tak se ale jedná o zdařilejší prezentaci studentů na webu.



Obr. 23 Odkaz na studentské práce na webu FMK. Zdroj: <http://www.utb.cz/fmk/o-fakulte/studentske-prace>

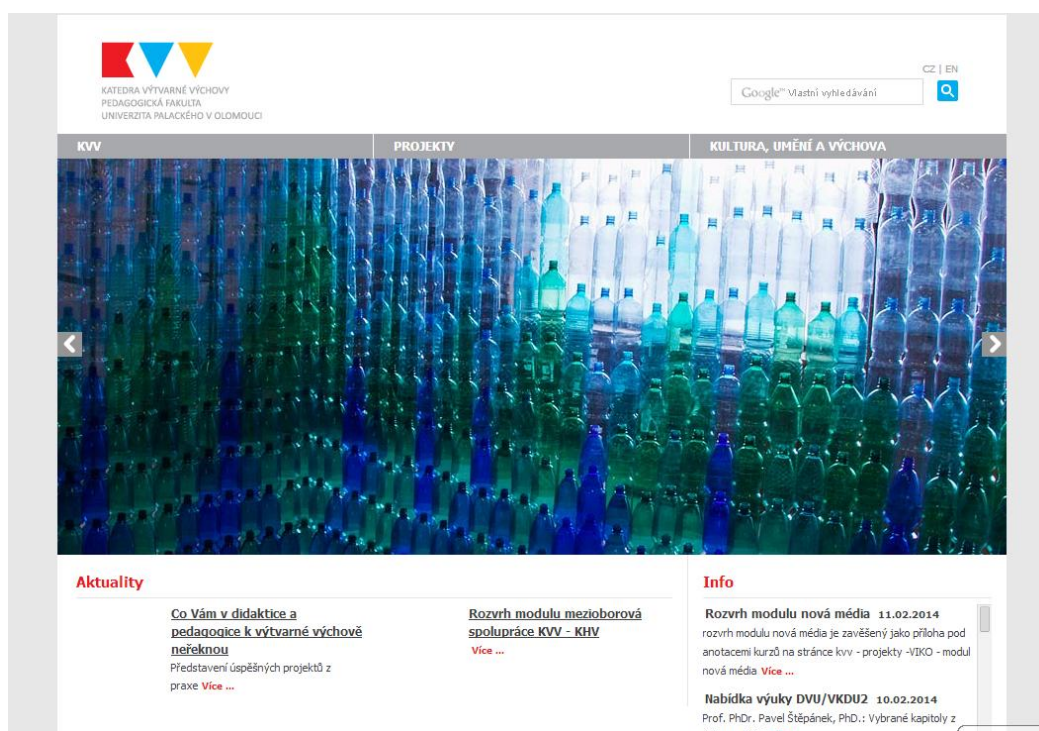


Obr. 24 Prezentace studentů na stránce Ateliéru grafického designu. Zdroj: <http://agd.fmk.utb.cz/index.php>

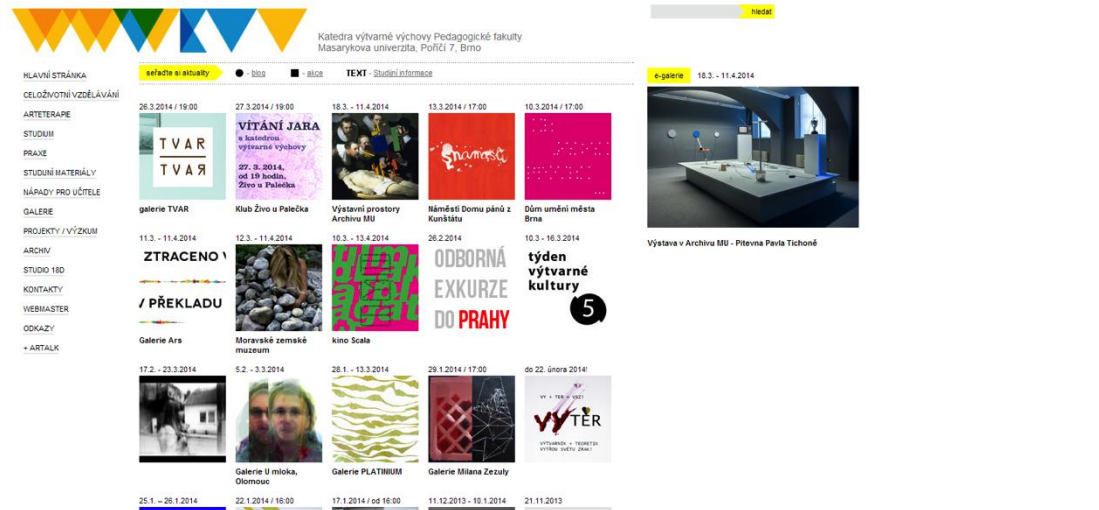


Obr. 25 Prezentace konkrétní studentky na stránce Ateliéru grafického designu. Zdroj: <http://agd.fmk.utb.cz/index.php>

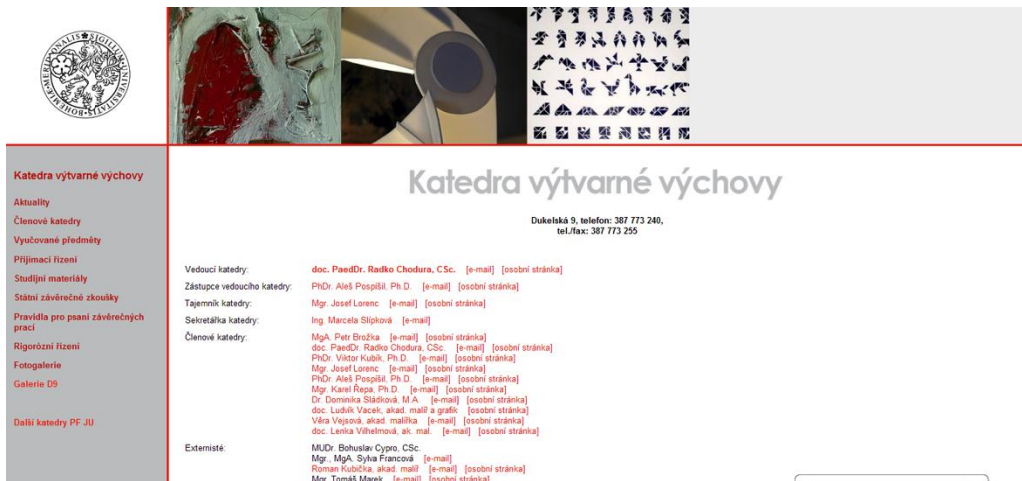
Co se týče kateder výtvarné výchovy pedagogických fakult, je přístup právě spíše ve smyslu prezentace prací. KVV UP neposkytuje žádný odkaz na studenty či jejich práci. Jedinou prezentací studentů jsou vybrané práce, které se zobrazují na úvodní stránce webu. KVV MU také neposkytuje na svém webu žádné podobné informace, ale má velmi dobrý a aktualizovaný způsob propagace kulturních a dalších akcí, včetně výstav studentů. KVV Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích (dále JU) taktéž na svých stránkách neprezentuje studenty. Za jedinou zmínku by se daly považovat fotografie v záhlaví stránky, které jsou pravděpodobně pracemi studentů. Jako poslední jsem zařadila KVV UK, která má webové stránky dvě ale ani jednu zmínku o studentech. Do kategorie horší propagace studentů bohužel spadá i NCAD se svým poněkud chaotickým webem, nově „vylepšeným“ o fotografie studentů a jejich prací.



Obr. 26 Pohled na úvodní stránku webu KVV PdF UP. Zdroj: <http://kvv.upol.cz/>



Obr. 27 Pohled na úvodní stránku webu KVV PdF MU s přehledem aktuálních akcí. Zdroj: <http://www.ped.muni.cz/kvv/>

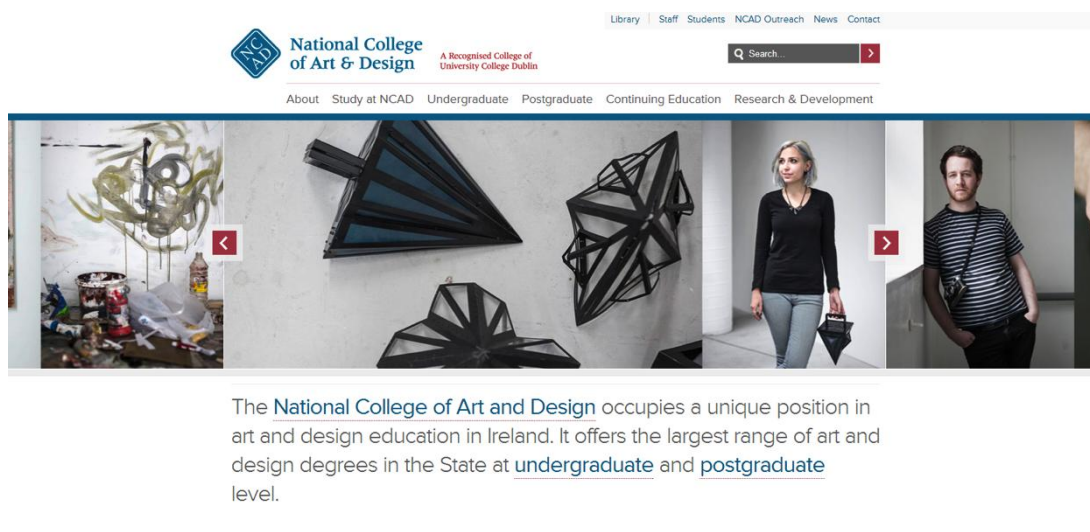


Obr. 28 Pohled na úvodní stránku webu KVV PdF JU. Zdroj: <http://www.pf.jcu.cz/stru/katedry/vv/>





Obr. 29, 30 Pohled na dvě webové stránky KVV PedF UK. Zdroj: <http://tarantula.ruk.cuni.cz/KVV-1.html>, [http://userweb.pedf.cuni.cz/kvv/\\_rsrc/katedra\\_vv/](http://userweb.pedf.cuni.cz/kvv/_rsrc/katedra_vv/)



Obr. 31 Pohled na úvodní stránku webu NCAD s fotkami studentů a jejich prací. Zdroj: <http://www.ncad.ie/>

Je pochopitelné, že při velkém množství studentů je správa těchto informací velmi náročná, právě proto si myslím, že by bylo ideálním řešením přenechat starost o propagaci studentů právě studentským organizacím. Stejně tak by se dalo ulehčit webovým stránkám univerzitních institucí také tím, že by studijní informace a aktuality proudily skrze studentskou organizaci a její internetové stránky.

Zajímavostí, která by se také dala zařadit do kategorie webové komunikace, je stránka nebo spíše blog studentů KVV UK. Jedná se o prezentaci zajímavostí z galerií a muzeí, která vznikla v rámci výzkumného projektu. Stránku spravují studenti katedry. Bohužel poslední aktualizace proběhla v září 2013.

## umgamu - průvodce galeriemi a muzei

umění / galerie / muzeum / škola / instituce / společnost / kultura / vzdělávání / tvorba / reflexe

The screenshot shows a blog post on the 'umgamu' website. The main title is 'Street Gallery Beroun' with a date 'Čtvrtek 19. září 2013'. The post includes a PDF link for a 'Vzdělávací program v PDF' and two Google Docs links. Below the text is a logo for 'STREET GALLERY' in yellow and black. To the right, there is a poll section titled 'Do jakých galerií a muzeí chodíte?' with options: DOX, Národní galerie, MeetFactory, and Rudolfinum. The poll shows 3 votes and 56 days remaining. Below the poll is a photo of the gallery interior and a list of contributors.

Obr. 32 Stránka o galeriích a muzeích spravovaná studenty KVV UK. Zdroj: <http://umgamu.blogspot.cz/>

## 5.2. Webové sociální sítě a další stránky

Větší studentské organizace, jako jsou unie, využívají pro komunikaci s veřejností a studenty také sociální sítě<sup>17</sup>. Zde je situace obdobná jako u webových stránek. Je nutné si rozmyslet, zda chce organizace oslovovat širokou veřejnost, či jen „své“ studenty. Samozřejmě je možné oba přístupy kombinovat a nechat každého, aby si vybral, co ho zajímá. Tak jako tak se jedná o ošemetné téma, a proto zde uvedu příklady jednotlivých organizací a jejich strategie na sociálních sítích.

<sup>17</sup> Sociální síť je webová stránka, jejíž účelem je udržování kontaktu a sdílení informací mezi uživateli. Povaha sdílení je různá. Může se jednat o texty, fotografie, videa atd. Díky tomu existuje velké množství sociálních sítí různého zaměření. (Platko, 2009a)

Do této problematiky jsem zařadila především komunikaci prostřednictvím Facebooku<sup>18</sup>, případně Twitteru<sup>19</sup>. Dále pak síť pro sdílení především obrazového obsahu jako je Instagram<sup>20</sup>, Flickr<sup>21</sup>, Pinterest<sup>22</sup>, nebo Tumblr<sup>23</sup>, protože právě tyto se dají velmi efektivně využít pro účely organizace studentů výtvarné výchovy.

Jak jsem výše zmínila, studentské unie využívají sociální sítě ve větší míře, než organizace menší, což je pochopitelné. Jejich sdělení jsou přístupná široké veřejnosti, ale většinou jsou svým obsahem určena spíše studentům. Jazyk, který pro sdělení využívají, se liší unie od unie. Některé unie využívají velmi formální způsob komunikace, některé se snaží zachovat si spojení se studenty používáním podobného jazyka, někdy se objeví i nějaké to ostřejší slovo. Co se týče vizuální komunikace, unie udržují svůj vizuální styl i na sociálních sítích. Zde to není až takový problém, protože tyto stránky většinou nedovolují větší zásahy.

*SU UTB* velmi efektivně využívá kromě oficiální facebookové stránky také Twitter, kde informuje především o novinkách z chodu organizace. Dále provozuje vlastní kanál na Youtube<sup>24</sup>, kde sdílí upoutávky a záznamy z pořádaných akcí. Jako ikonku či profilového obrázku u všech účtů využívá svého loga a také například pozadí u twitterové stránky je vyvedeno stejnou barvou. Stejně tak obsahují všechny adresy účtů *SU UTB* stejné „heslo“ a to SUnaNETU (viz zdroje obrázků níže). Takto je možné *SU UTB* na sociálních sítích poznat na první pohled.

---

<sup>18</sup> Facebook je sociální síť určená ke sdílení osobních informací prostřednictvím veřejných profilů uživatelů. Stejně tak je možné propagovat prostřednictvím Facebooku společnosti a organizace. (Platko, 2009b)

<sup>19</sup> Twitter je sociální síť, která umožňuje uživatelům sdílet s ostatními krátké příspěvky, tzv. tweety. (Platko, 2010a)

<sup>20</sup> Instagram je primárně volně dostupnou aplikací pro různá mobilní zařízení, která umožňuje sdílení fotografií mezi uživateli. (*Instagram*, 2011) Fotografie je možné prohlížet, hodnotit a komentovat i prostřednictvím webových stránek.

<sup>21</sup> Flickr je stránka, která slouží ke sdílení autorských fotografií mezi uživateli a skupinami. Je možné zde vytvářet kolekce fotografií a obecně je velmi využívanou stránkou pro prezentaci fotografií. (Platko, 2010b)

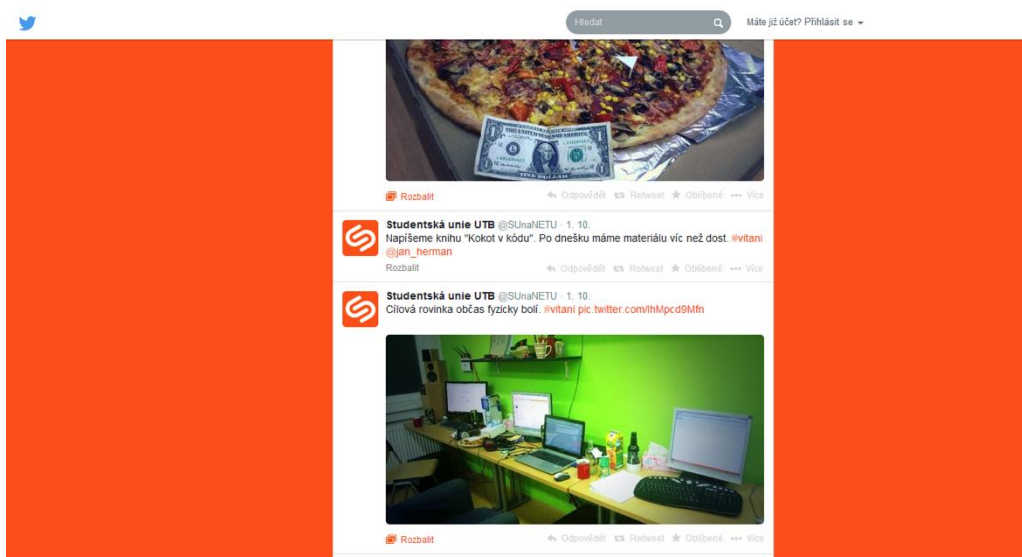
<sup>22</sup> Pinterest je webová stránka, která umožňuje organizovat a sdílet obrazový obsah veřejně přístupný na internetu. Pomocí tzv. nástěnek mohou uživatelé sdílet nejen s přáteli, ale také se širokou veřejností své oblíbené fotografie, či obrázky včetně vlastních komentářů. (Lázňovský, © 1999–2014)

<sup>23</sup> Tumblr je mikrobloginová platforma, tedy webová služba, která umožňuje uživatelům vytváření vlastních stránek – blogů. Tumblr navíc funguje jako sociální síť, ve smyslu shromažďování, sdílení a komentování oblíbeného obsahu. Velmi často je využíván právě ke sdílení obsahu obrazového. (Janssen, © 2010 - 2014)

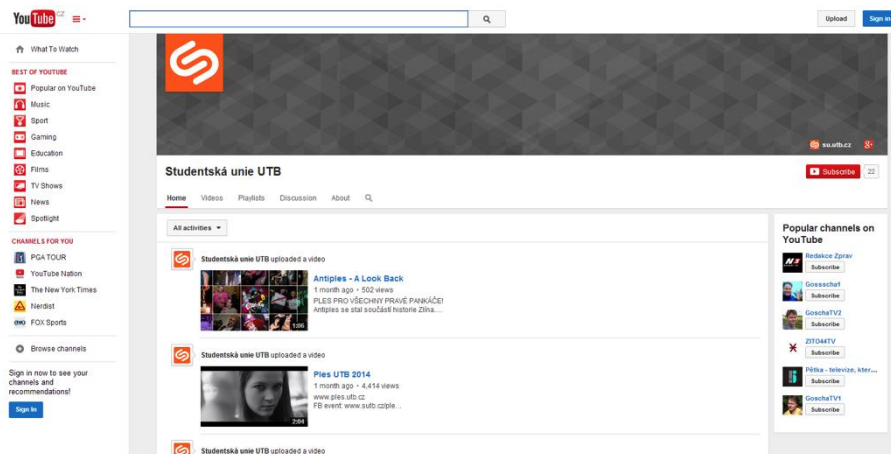
<sup>24</sup> Youtube je internetová stránka sloužící primárně k prohlížení a sdílení videí. Odkazy na jednotlivá videa lze sdílet pomocí vloženého přehrávače na dalších sociálních sítích, blozích apod. (Straka, 2013)

Obr. 33, 34 Stránka *SU UTB* na Facebooku. Zdroj:  
<https://www.facebook.com/SUnaNETU?ref=ts&fref=ts>





Obr. 35, 36 Účet *SU UTB* na Twitteru. Zdroj: <https://twitter.com/SUnaNETU>



Obr. 37 Kanál *SU UTB* na Youtube. Zdroj: <https://www.youtube.com/user/SUnaNETU>

*SUUK* využívá ze sociálních sítí pouze Facebook. Její stránku také sleduje podstatně méně uživatelů, sdělení jsou velmi různorodá a stejně tak se různí i jejich kvalita.



Obr. 38 Stránka *SU UK* na Facebooku. Zdroj: <https://www.facebook.com/studentskaunie>

*MUNIE* má, v porovnání s *SU UTB* a *SU UK*, na své facebookové stránce nejvíce fanoušků. Publikuje zde každý den několik příspěvků, obsah je velmi různorodý a atraktivní. Ač nevyužívá oficiálně žádné další sociální sítě, při příležitosti konání *Plesu studentů MU* založila *MUNIE* na Pinterestu nástěnku, na které radila případným účastníkům plesu, jaké oblečení zvolit a čeho se naopak vyvarovat. Toto považuji za velmi chytré využití sociálních sítí. Je otázkou, jaký skutečný efekt tento pokus o edukaci studentů v otázkách etikety ve výsledku měl. I tak se myslím jedná o velmi kvalitní využití sítí ke sdílení obrazového obsahu, do kterého se málokterá organizace v ČR pouští.

**Ples studentů**  
MASARYKOVY UNIVERZITY

**MUNIE**  
★★★★☆ (17 ratings)  
4,505 fancies · 280 postin' 'bout this thar flag · 7 were here

Yer Highest University Learnin'  
Studujeme jen jednou. Pět let života na výšce můžeme promrhát nebo si ho užít naplno. Členové MUNIE studují naplno! Více na [www.munie.cz](http://www.munie.cz)

Concernin' - Suggest an amendment

Portraits Grog Fests Fancies University Band Co...

Moments o' glory

Make yer mark Portraits / Bewitched Portraits

Write something on MUNIE's Page...

MUNIE shared a link via Masarykova univerzita.  
'bout 18 turn o' yer hourglass ago

„Z úcty k osudům vlastních pedagogů nabízíme pozici profesorovi, který je excelentním historikem s mezinárodní

1 Friend Likes MUNIE

Invite Your Friends to Like This Page Peer into the depths  
Type a friend's name... **Bring aboard!**

MUNIE Ye Tales o' yer Voyage Recent misdeeds

Arr! Weigh in · Blabber t' yer mates  
10 scallywags be enjoyin' this.  
Scrawl...

MUNIE Marrch 28

Zajímá vás, jaké jsou novinky v kritické nebo pozitivní psychologii, nebo jste fanoušky psychoterapie a neurověd? Anebo jenom chcete strávit víkend v příjemné společnosti studentů, odborníků a příznivců psychologie?

ČASP - Česká asociace s... (tharr be more) Peer into the depths

KONFERENCE - AKTUÁLNÍ TRENDY V PSYCHOLOGII BRNO 28. - 30. 3. 2014  
**Quo vadis psychologie?**

Arr! Weigh in · Blabber t' yer mates

MUNIE Marrch 28

MUNIE divvied a link  
Marrch 28 · Amended

Zůstáváme nadále apolitičtí, přesto si však myslíme, že je vhodné toto video sem sdílet.

**Chcem zmenu**  
Slovenské osobnosti nabrali odvahu a rozhodli sa vystúpiť z tieňa. 29/03/2014 voľby. A ty :) ? Hudba a text: Kristián Duřinec V podaní hudobného zoskupenia: ...

Arr! Weigh in · Blabber t' yer mates  
12 scallywags be enjoyin' this.  
Scrawl...

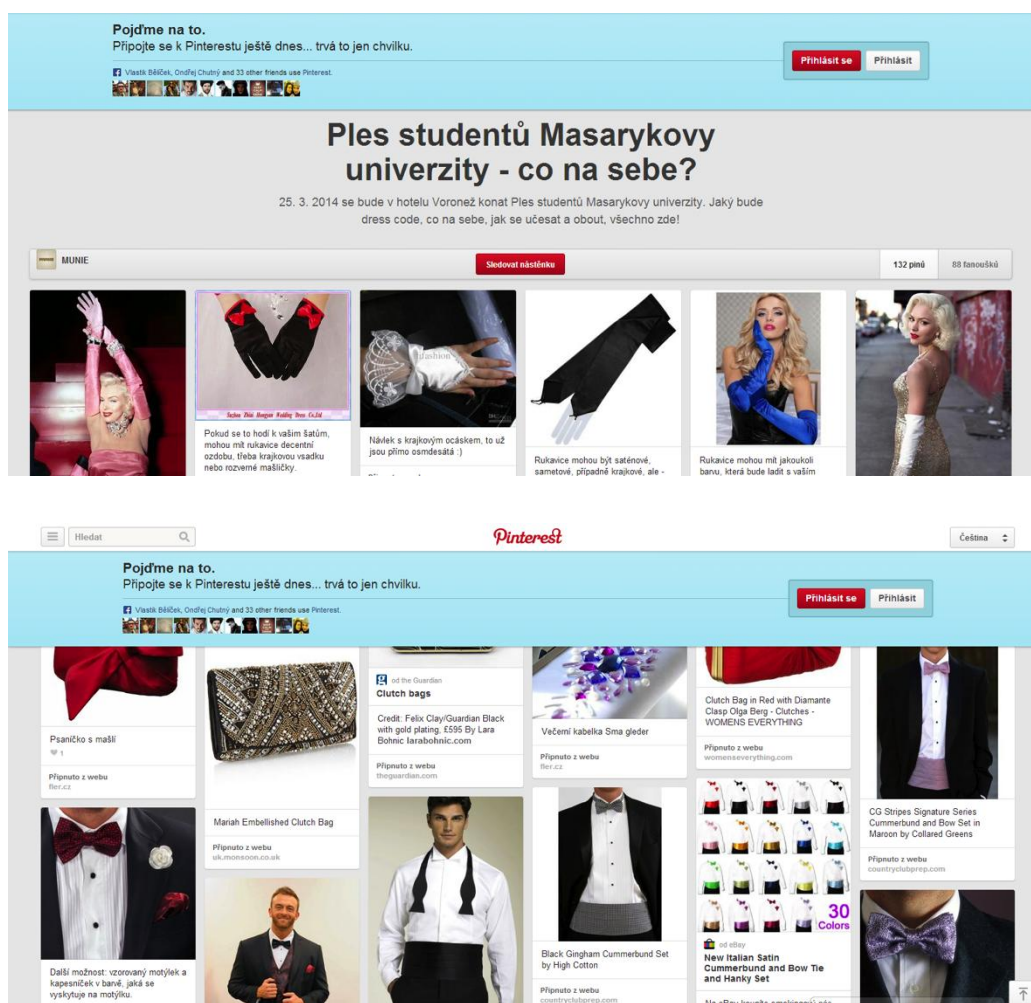
MUNIE Marrch 27

Cap'n MUNIE divvied Tomáš Michna Photography's gallery.

Pokud jste ještě neviděli první set krásných fotografií z Plesu studentů Masarykovy univerzity, tentokrát od Tomáše Michny, pak mrkněte sem! 😊

**Ples studentů Masarykovy univerzity - Part I - PhotoWall** (112 portraits)

Obr. 39, 40 Stránka MUNIE na Facebooku. Zdroj: <https://www.facebook.com/MUNIEBrno>

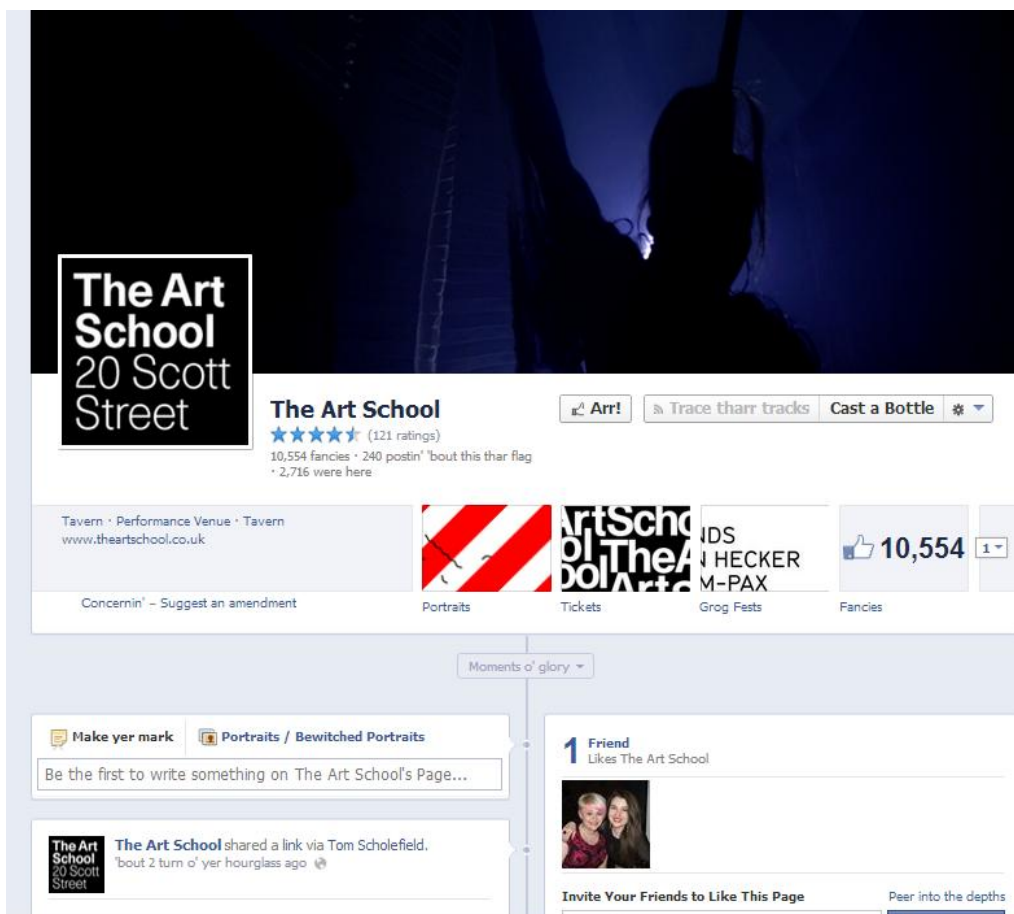


Obr. 41, 42 Nástěnka k *Plesu studentů MU* na Pinterestu. Zdroj:

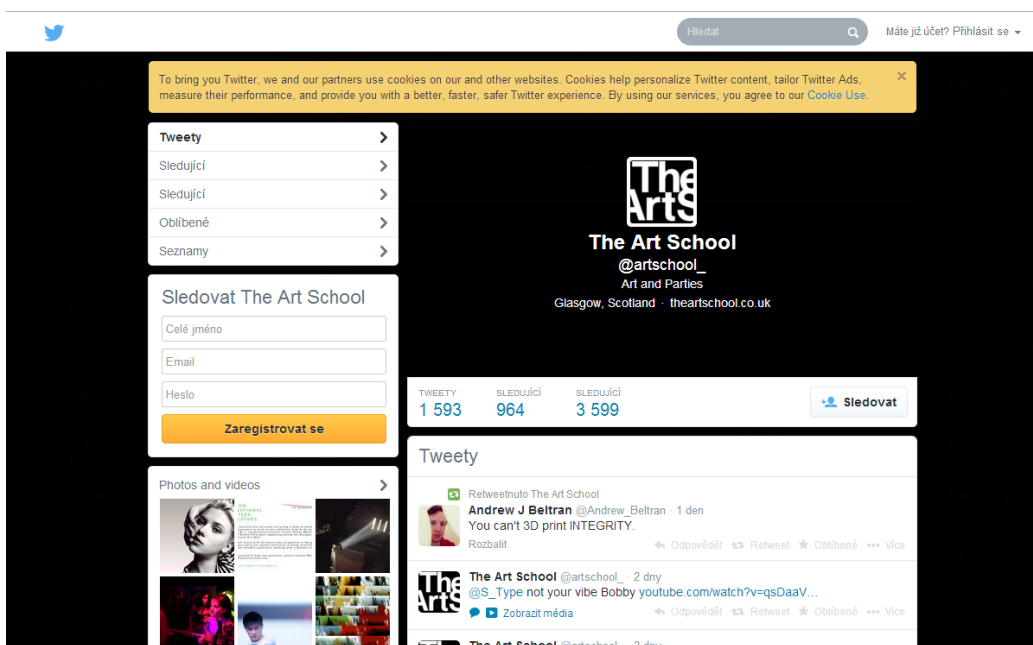
<http://www.pinterest.com/muniebrno/ples-student%20C5%AF-masarykovy-univerzity-co-na-sebe/>

Zahraníční organizace využívají o něco více také jiných sociálních sítí než Facebooku. Například studentská organizace na Glasgow School of Art (dále GSA) vystupující pod názvem *The Art School*, provozuje kromě Facebookové stránky také účet na Twitteru, Instagramu, Flickru a svá videa sdílí přes Vimeo<sup>25</sup>. Dokonce kantýna v budově organizace má vlastní účet na Instagramu, kde sdílí fotky jednotlivých pokrmů, které je možné zde zakoupit a také speciální nabídky.

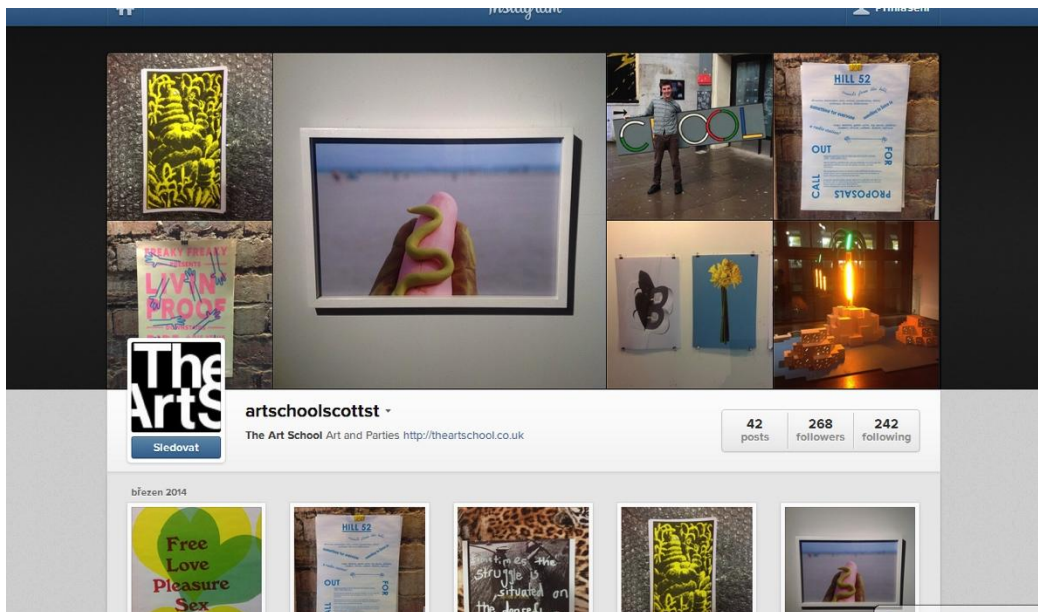
<sup>25</sup> Vimeo je podobně jako Youtube stránka ke sdílení a prohlížení videí. Na rozdíl od něj je ovšem využívána především kreativními lidmi ke sdílení jejich vlastní tvorby. (Straka, 2013)



Obr. 43 Stránka *The Art School* na Facebooku. Zdroj: <https://www.facebook.com/artschoolscottst>



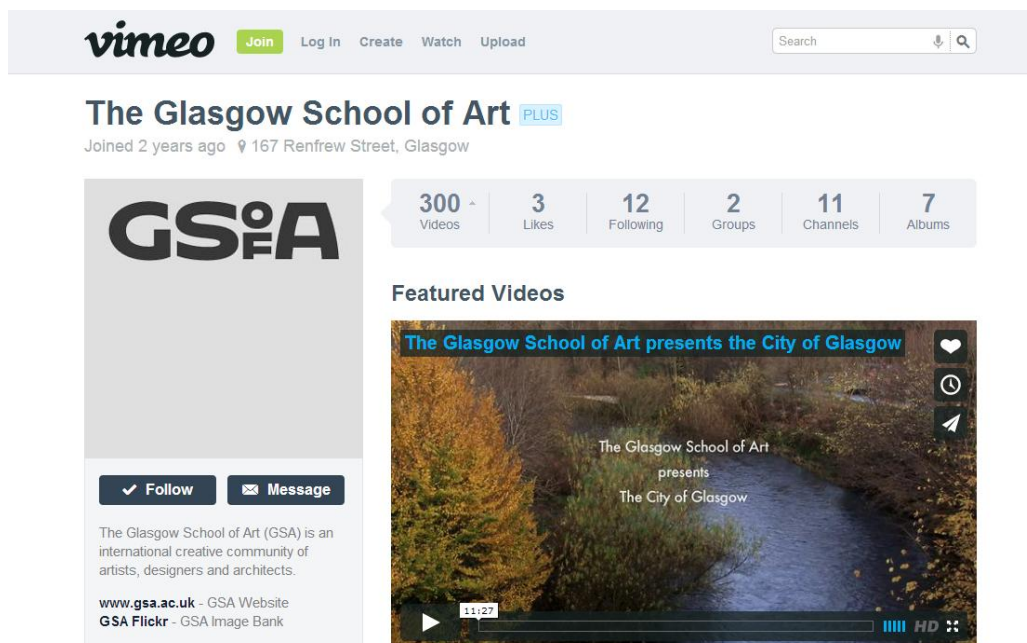
Obr. 44 Účet *The Art School* na Twitteru. Zdroj: [https://twitter.com/artschool\\_](https://twitter.com/artschool_)



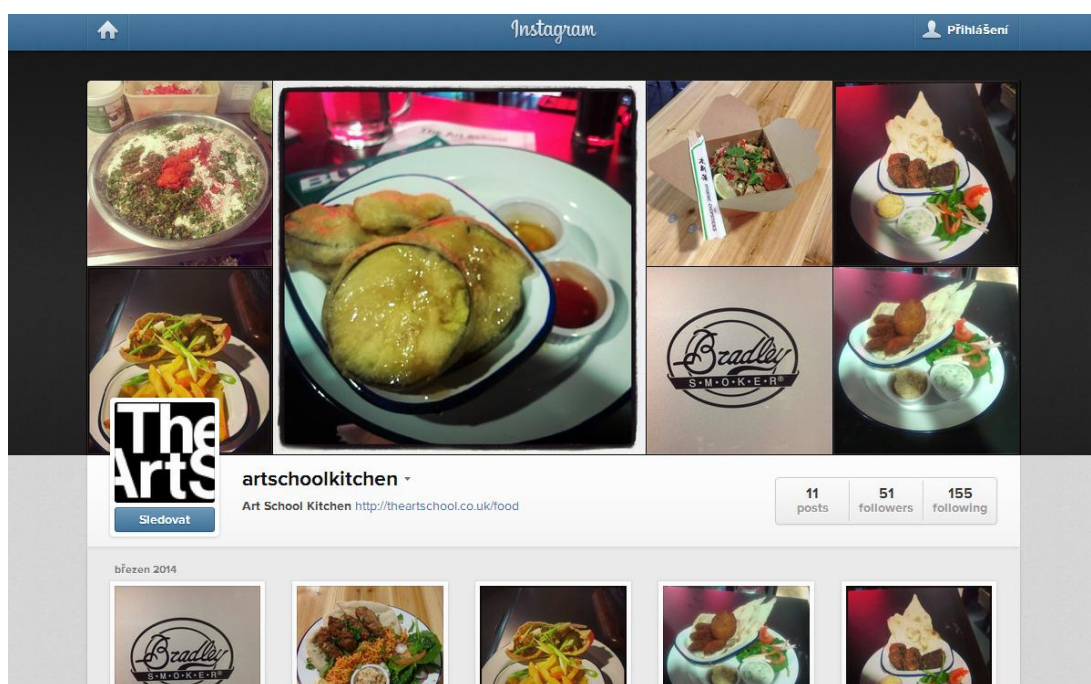
Obr. 45 Účet *The Art School* na Instagramu. Zdroj: <http://instagram.com/artschoolscottst>



Obr. 46 Účet *The Art School* na Flickr. Zdroj: <http://www.flickr.com/photos/artschoolscottst>



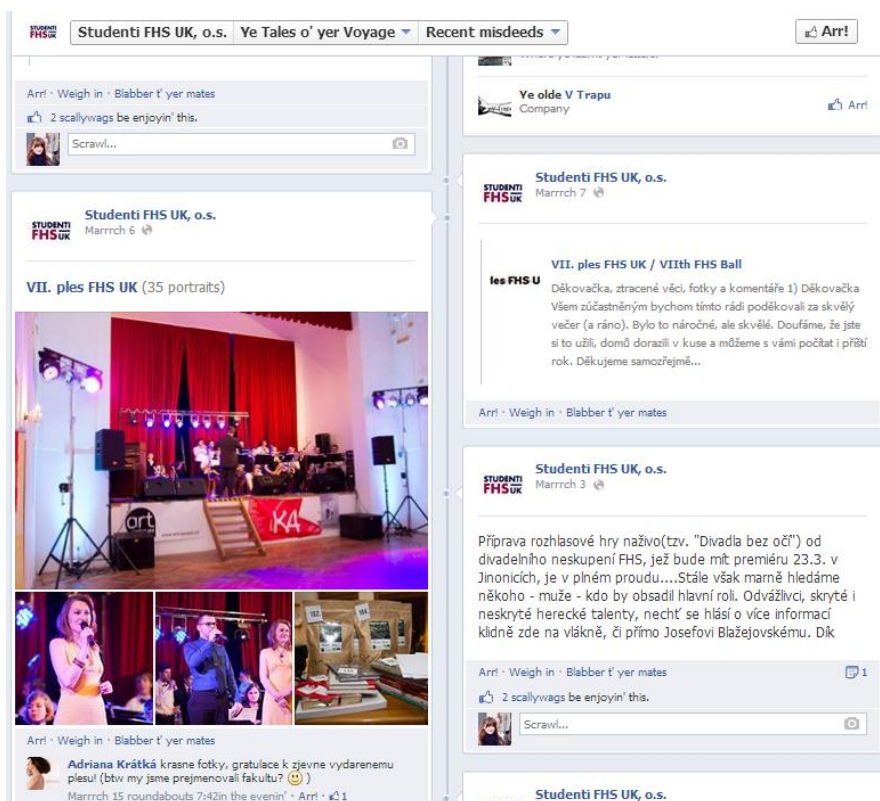
Obr. 47 Kanál, který na Vimeu *The Art School* spravuje. Zdroj: <http://vimeo.com/glasgowschoolofart>



Obr. 48 Účet kantýny *The Art School* na Instagramu. Zdroj: <http://instagram.com/artschoolkitchen>

Menší organizace využívají sociální sítě v omezené míře. Možná je to dáno obavou o dostatečné množství obsahu ke sdílení, ale spíše je problém personálního charakteru. Správa sociálních sítí není jednoduchá a rozhodně se jedná o časově

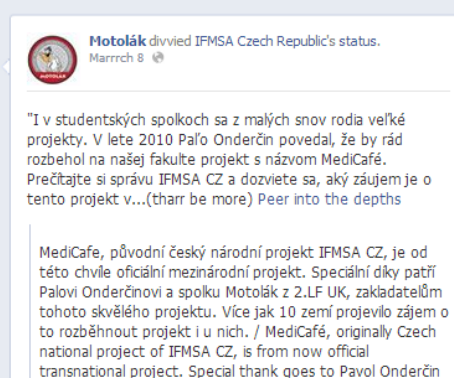
velmi náročnou činnost, pokud je prováděna kvalitně. Je to tedy práce v podstatě na plný úvazek a není rozhodně vhodná pro externisty, protože je třeba, aby měla daná osoba dostatečný přehled a byla takřikajíc v centru dění. Z menších organizací, které využívají sociálních ke komunikaci, bych uvedla například *Studenty FHS UK* nebo *Motolák* a jejich facebookové stránky. Tyto organizace nepřispívají tolik jako výše zmíněné unie, ale obsah je stejně kvalitní.



Obr. 49, 50 Stránka *Studenti FHS UK* na Facebooku. Zdroj:

<https://www.facebook.com/StudentiFHS?ref=ts&fref=ts>





Obr. 50, 51 Stránka *Motoláku* na Facebooku. Zdroj: <https://www.facebook.com/motolak.2lf?ref=ts&fref=ts>

Myslím si, že na velikosti organizace v posouzení možnosti využívat sociální sítě ke komunikaci až tak nezáleží. Spíše je důležité určit si, jaký obsah chci prostřednictvím kterých sítí sdílet a kdo jej bude spravovat. I menší organizace, které nepořádají akce každý týden, mohou sdílet zajímavé informace a obrazový materiál.

Sociální sítě nejsou jen o pozvánkách na plesy, výstavy a party, ale především o udržování všeobecného přehledu studentů.

### **5.3. Osobní kontakt**

Myslím si, že i je v dnešní době virtuální komunikace velmi oblíbená, mnoho lidí stále v některých případech upřednostňuje osobní kontakt. K získání obecných informací je určitě webová stránka či profil na sociálních sítích nezbytností, ale v případě, že student potřebuje vyřešit nějaký konkrétní problém, je pro organizaci dobré mít místo, kde tato osobní komunikace může probíhat.

Větší studentské organizace mají většinou možnost komunikovat s veřejností takřka neomezeně právě v prostorách své kanceláře. Ovšem i menší organizace, které nedisponují vlastními prostory, komunikují prostřednictvím svých akcí a pravidelných setkání. Proto je dle mého názoru důležité dbát na to, aby byla setkání skutečně pravidelná, veřejná, dostupná a hlavně viditelně propagovaná.

Pro organizaci, která nejen pořádá akce, ale také poskytuje služby studentům, je pochopitelně nutností mít prostory k této činnosti vyhrazené. Na každá vysoké škole se jistě najdou nevyužité prostory vhodné pro tyto účely, nebo minimálně prostory, které nejsou využívány dvacet čtyři hodin denně a je tedy možné je organizaci poskytnout ke sdílení.

Z vlastní zkušenosti můžu potvrdit, že dostupnost kanceláře studentské organizace je také velmi důležitá. *SU NCAD* sídlí v hlavní administrativní budově školy a tyto prostory slouží také jako společenská místnost pro studenty. Navíc je místnost vybavena nejen sedačkami, stoly, židlemi, ale také mikrovlnnými troubami a konvicemi a je zde vždy dostatek instantní kávy a čaje, takže zde studenti mohou příjemně strávit obědové i jiné přestávky. Z toho důvodu je zde téměř vždy velmi živo a je téměř nemožné tyto prostory po cestě na vyučování minout.

Osobní kontakt probíhá samozřejmě také prostřednictvím akcí pořádaných organizací. Na veřejně přístupných kulturních akcích jako jsou výstavy a večírky je ideální prostor k navázání kontaktů s širší než studentskou veřejností. Zde se uplatní také propagační strategie organizace. Je mi myslím důležité na toto myslet při plánování

programu jednotlivých akcí. Nemá pro organizaci do budoucna příliš velký význam, pokud pořádá akce, které jsou sice veřejností přijímány s nadšením, ale nikdo netuší, že za nimi stojí právě studentská organizace.

Další způsob osobní komunikace je přímé oslovení, ať už potenciálních členů či partnerů. Toto může probíhat ať už v rámci výše zmíněných akcí, či také například prostřednictvím telefonátů, e-mailů, apod.

## 5.4. Propagační materiály

Většina studentských organizací propaguje svou činnost (a katedru, fakultu, či vysokou školu) pomocí svých webových stránek či akcí, které pořádá. Některé, především větší organizace, vydávají navíc materiály, jejichž primární funkce se mohou různit, ale v širším slova smyslu jde o materiály propagační. Například tvorba brožur pro studenty prvních ročníků má v první řadě za úkol seznámit studenty s chodem školy, orientací v novém městě apod. Druhá stránka je ovšem jistě dostat studentskou organizaci do podvědomí nejen této cílové skupiny, ale kohokoli, kdo přijde s materiálem do styku. Dalším oblíbeným propagačním materiálem jsou upomínkové nebo dárkové předměty.<sup>26</sup> Nejoblíbenějším a nejrozšířenějším zástupcem této skupiny jsou jistě spolková trička.

Některé spolky pomocí těchto předmětů propagují především sebe, některé svou katedru či fakultu nebo rovnou školu. Některé se dokonce zabývají přímo distribucí a prodejem upomínkových předmětů vysoké školy. Toto se škola od školy velmi liší a zdá se, že neexistuje obecné pravidlo, kterého by se dalo při popisu této činnosti studentských organizací držet. Proto se budu raději věnovat propagační činnosti konkrétních institucí a organizací včetně příkladů. Výčet započnu propagačními materiály českých a zahraničních vysokých škol, se kterými jsem měla možnost se

---

<sup>26</sup> Použití termínů „propagační předmět“ či „propagační materiál“, „dárkový předmět“ a „upomínkový předmět“ není v českém prostředí příliš ujasněné. Ve své práci používám termín „propagační“ jako nadřazený termínům „dárkový“ a „upomínkový“. Dva poslední považuji takřka za synonyma, s tím rozdílem, že za „dárkový předmět“ by se dle mého názoru dal považovat předmět, který je vhodné darovat například zahraničním hostům a „upomínkový předmět“ si spíše koupí student dané školy, jako vzpomínku na svá studia. U mnoha předmětů jsou tedy tyto dva poslední termíny synonymy, avšak nedokáží si moc dobře představit, že by škola obdarovala významného zahraničního hosta například potítkem.

setkat. To z toho důvodu, že v zahraničí jsou to právě studentské organizace, které se velkou měrou podílí na tvorbě těchto materiálů a propagaci své alma mater.

Samozřejmě si uvědomuji, že možnosti využití tohoto způsobu propagace se mezi vysokými školami v ČR a mnou vybranými zahraničními institucemi velmi liší. Příčiny jsou především finančního a personálního rázu. Roli zde jistě hraje také tradice, prestiž a v širším pojetí i rozdílný edukační systém. Myslím si ovšem, že není na škodu tyto „lépe vybavené“ instituce, kdyby jen pro inspiraci, zmínit.

Jako první se tedy zaměřím na jednotlivé vysoké školy v ČR a jejich způsob řešení propagace pomocí propagačních materiálů<sup>27</sup> či upomínkových předmětů.

Výčet vysokých škol započnu nejstarší univerzitou u nás, tedy UK. Hledání odkazu na propagační materiály může na webu univerzity laikovi činit trochu potíže, naštěstí zde funguje možnost vyhledávání a při zadání jakékoli kombinace slov „propagační“ „materiály“ „předměty“ či „dárky“ se člověk velmi rychle dopracuje k výsledku. Webová stránka nabízí také možnost zobrazit katalog předmětů ve formátu PDF<sup>28</sup>, což je velmi přehledné a profesionální řešení. Bohužel stránka nefunguje jako internetový obchod (dále e-shop), tudíž je v případě zájmu o zboží nutné navštívit prodejnu UK POINT. Co se týče konkrétních předmětů, nabídka začíná klasickými kousky, jako jsou pánská trička a mikiny. Motivy jsou různé, od loga UK, přes nápisy „Charles University“ či numerické verze s datem založení univerzity. Co se týče dámského oblečení, je výběr motivů omezen pouze na logo UK a u polokošil nápis, který není v katalogu ani vysvětlen, ani na fotografii dostatečně zřetelný. Z dalších předmětů UK nabízí černou čepici s bambulí a bílým nápisem „Univerzita Karlova“, černé kšiltovky, černou šálu a černou tašku přes rameno. Dále v kategorii Doplňky nalezneme CD s klasickou hudbou, termo a keramické hrníčky, skleničky, propisky, tužky, bloček a těžítka v podobě sádrových replik konzol arkýřů budov UK. Z publikací katalog nabízí různé zpracování dějin univerzity a zakládací listinu ve formátu A4 a A5 (*Propagační předměty Univerzity Karlovy*, © 2013). Těžko říci, zda kamenná prodejna nabízí větší či atraktivnější sortiment, z tohoto výběru bych se nestyděla jako dárek zakoupit snad jen keramický hrníček s logem UK, případně pánské tričko se zajímavě umístěným logem na boku. Problém bych zde viděla

---

<sup>27</sup> Mezi propagační materiály zde neřadím univerzitní periodika, ač jsou samozřejmě součástí propagace univerzity. Jedná se o velmi specifické materiály, které by si jistě zasloužily zvláštní kapitulu, ale pro účel mé práce nejsou příliš podstatné.

<sup>28</sup> „(...) Portable Document Format, je souborový formát vyvinutý firmou Adobe pro ukládání dokumentů nezávisle na softwaru i hardwaru(...)“ (*Portable Document Format in Wikipedia*, 2011)

především v rozpolcenosti při volbě cílové skupiny. Předměty s logem UK by se daly chápat jako tradiční, vhodné pro každou příležitost – jako dárky hostům, upomínky na studium na univerzitě, apod. Kdežto ostatní jsou spíše předměty více cílené na současné studenty, je zde patrná snaha o „trendy“ zpracování, větší barevnost a vtip. Ne každý z těchto „trendy“ předmětů funguje po grafické stránce a o jejich reálné využitelnosti by se také dalo pochybovat. Myslím si, že ideální řešení by bylo pro předměty reprezentativní, tj. s klasicky využitým logem a jednoduchou barevností volit kvalitní zpracování a dražší materiály. Tyto předměty si totiž každý zájemce zakoupí pravděpodobně jen jednou, ale bude chtít, aby mu vydržely na celý život. To samozřejmě neznamena, že by nebylo možné nabízet v tomto designu i levnější předměty jako klasické tužky či pera, ale určitě je nutné se zamyslet nad samotným vzhledem těchto předmětů. Levné plastové propisovačky mnoho parády nenadělají. V „trendy“ kategorii bych také doporučovala se držet jednoho designu (a ten případně každý rok, či dva obměňovat). Jasný vizuální záměr a větší barevnost, pár netradičních předmětů, případně využít základních školních potřeb – pera, tužky, složky, sešity. Studenti kupují pomůcky na každý akademický rok zpravidla nové. Proč tedy nevyužít nabídky univerzitního obchodu?

Za propagační se dají považovat i materiály, které UK nabízí ke stažení na webu pod záložkou *Publikace o UK*. (*Publikace o UK*, © 2014)

## PÁNSKÉ OBLEČENÍ



### **Bílé triko (nápis horizontální)**

Triko volného střihu s moderním designem, na přední straně český nápis "Univerzita Karlova" s datem založení UK, univerzitní logo na zadní straně, 100 % bavlna, výrobce Xfer

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 245 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 215 Kč



### **Bílé triko (nápis vertikální)**

Triko volného střihu s moderním designem, na přední straně anglický nápis "Charles University" s datem, připomínajícím založení Univerzity Karlovy, univerzitní logo na zadní straně, 100 % bavlna, výrobce Xfer

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 245 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 215 Kč



### **Černé triko (nápis vertikální)**

Triko volného střihu s moderním designem, na přední straně anglický nápis "Charles University" s datem založení Univerzity Karlovy, univerzitní logo na zadní straně, 100 % bavlna, výrobce Xfer

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 245 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 215 Kč

4

Obr. 52 Design pánských triček UK. Zdroj: <http://www.cuni.cz/UK-1684-version1-katalog.pdf>

## PÁNSKÉ OBLEČENÍ



### Černé triko (velký znak bok)

Triko s netradičně umístěným velkým univerzitním logem na boku, 100 % bavlna, výrobce BC

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 245 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 215 Kč



### Pánská polokošile (tmavomodrá)

Decentní polokošile s límečkem, 100 % bavlna, výrobce Slazenger

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 515 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 499 Kč



### Tmavomodré triko (logo na prsou)

100 % bavlna, výrobce Xfer

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 245 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 215 Kč

5

Obr. 53 Design pánských triček UK. Zdroj: <http://www.cuni.cz/UK-1684-version1-katalog.pdf>



### Dámské triko Tee Jays šedé (červené logo)

Prodejní hit, triko s prodlouženou délkou, s výstřihem V a červeným logem na prsou, 90 % bavlna, výrobce Tee Jays

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 292 Kč

---



### Dámské triko Tee Jays černé

Prodejní hit, triko s prodlouženou délkou, s výstřihem V a efektním stříbrným logem na prsou, 90 % bavlna, výrobce Tee Jays

**Velikosti:** S, M, L, XL

**Cena:** 292 Kč

---

Obr. 54 Design dámských triček UK. Zdroj: <http://www.cuni.cz/UK-1684-version1-katalog.pdf>



### Sportovní láhev

Hliníková láhev vhodná ke všem sportovním aktivitám, objem 500 ml

**Cena:** 121 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 109 Kč

---



### Hrnek s logem UK (černý)

Originální porcelánový hrnek, objem 300 ml

**Cena:** 202 Kč

Po předložení zam./stud. průkazu: 193 Kč

---

Obr. 55 Design láhve a hrníčku UK. Zdroj: <http://www.cuni.cz/UK-1684-version1-katalog.pdf>



Výše uvedený rozbor se netýká pouze UK. Většina vysokých škol má nabídku upomínkových předmětů prakticky stejnou a vyskytují se zde zpravidla stejné nešvary.

Web MU je pro vyhledávání propagačních materiálů ještě méně přehledný, než web UK. Úvodní stránka nabízí sice pár „rychlých odkazů“, ale k záložce *Vizuální styl, logotypy a propagace MU* žádná rychlá cesta bohužel nevede. Propagační materiály jsou zde rozděleny na *Reklamní předměty* a *Propagační tiskoviny*. Design předmětů v nabídce MU se kus od kusu liší. K dostání jsou trička „klasického“ designu – s logem Univerzity, a „trendy“ verze s nápisem „Moje univerzita“. Mikiny mají z nějakého důvodu design odlišný a to zkratku „MU“ na přední straně a nápis „Masarykova univerzita“ na straně zadní. Keramické hrníčky existují pouze v „trendy“ provedení, tedy s nápisem „Moje univerzita“. Propisovací tužky mají zase nápis MU ale pouze v angličtině nebo (v případě pera od firmy Parker) v latině. Dále je k dostání DVD s informacemi o univerzitě, blok, nožík na dopisy a papírová a igelitová taška, každý kus s odlišným designem. Podivnou volbou se zdá propagační puzzle či magnet s fotkou T. G. Masaryka, stejně jako stojan na mobilní telefon (*Reklamní předměty MU*, © 1996–2014). Z *Propagačních tiskovin* MU nabízí tři brožury s informacemi o univerzitě, dále jednu speciálně pro kampus Bohunice, složku s motivem budov univerzity a České polární stanice J. G. Mendla. Každá z tiskovin je ke stažení také v PDF verzi (*Propagační tiskoviny MU*, © 1996–2014). Všechny materiály jsou k dostání v určených kamenných obchodech, navíc jsou trička a další předměty s motivem „Moje univerzita“ k dostání také v e-shopu *MUNIE*. Toto je velmi zvláštní řešení propagace a je trochu zarážející, že se sortiment a ceny na obou stránkách liší. (*MUNIE, E-shop*, © 2013) Každopádně si myslím, že pro MU by platilo vesměs to samé, co jsem zmínila u odstavce o UK. Řádně si rozmyslet cílovou skupinu pro jednotlivé předměty, investovat do kvalitních dárkových kousků, ale současně levnější linii produktů zaměřit na stávající studenty.



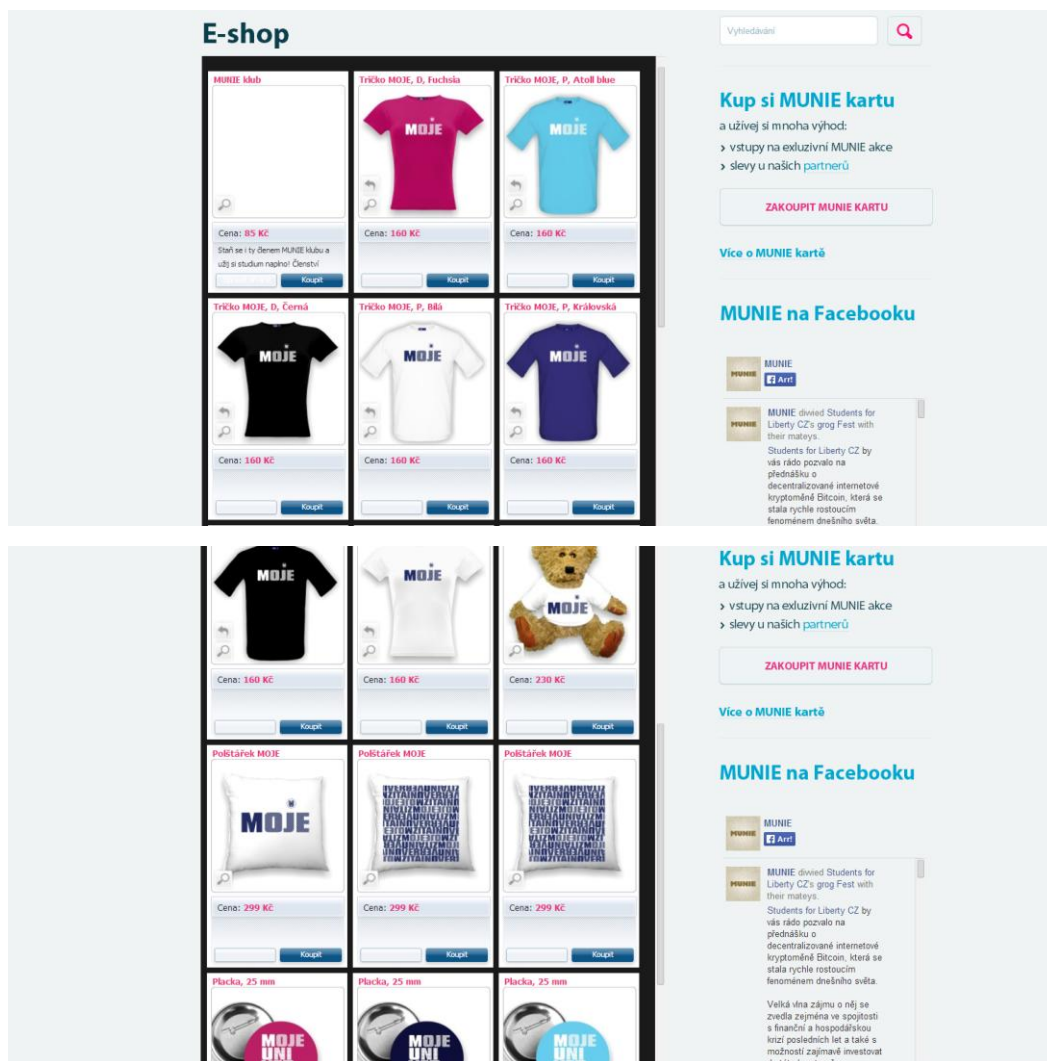
Obr. 56, 57, 58 Design dámského oblečení MU. Zdroj:  
[http://www.muni.cz/general/mu\\_presentation/publicity/articles](http://www.muni.cz/general/mu_presentation/publicity/articles)



Obr. 59, 60 Nabídka propisovacích tužek MU. Zdroj:  
[http://www.muni.cz/general/mu\\_presentation/publicity/articles](http://www.muni.cz/general/mu_presentation/publicity/articles)



Obr. 61, 62 Puzzle a magnet s fotografií T.G.M. Zdroj:  
[http://www.muni.cz/general/mu\\_presentation/publicity/articles](http://www.muni.cz/general/mu_presentation/publicity/articles)



Obr. 63, 64 Pohled na nabídku e-shopu *MUNIE*. Zdroj: <http://www.munie.cz/eshop>

Než se budu zabývat propagačními materiály UP, zmínila bych ještě jednu univerzitu, jejíž studentskou unií jsem zmínila výše a to Univerzitu Tomáše Bati ve Zlíně. Jedná se o jednu z mladších univerzit a její vizuální styl tomuto také odpovídá. Stejně tak volba propagačních předmětů. Navíc je součástí této univerzity také Fakulta multimediálních komunikací, jejíž studenti se v rámci výuky mimo jiné zabývají také návrhy vizuálních stylů a propagačních předmětů. Dalo by se tedy očekávat, že univerzita půjde v tomto odvětví ostatním příkladem. Design univerzitního webu je příjemný, jednotný vizuální styl patrný ve všech aspektech. Dominantní oranžová barva se může zdát jako zvláštní volba, ale myslím si, že v propagaci velmi dobře funguje. Poukazuje na fakt, že se jedná o „novou“ univerzitu s „moderní“ vizáží, univerzitu zábavnou, otevřenou studentským aktivitám. Propagační předměty UTB také využívají zásadně oranžové jako

dominantní barvy. Toto je na jednu stranu dobrý propagační záměr na druhou ne až tolik. Rozhodně si propagační předměty každý na první pohled s UTB spojí, o tom není pochyb. Na druhou stranu, ne každému se může tato výrazná barva zamlouvat a to může být v případě triček či mikin problém. Sortiment upomínkových předmětů UTB se příliš neliší od výše zmíněných univerzit. Najdeme zde propisky, bloky, složky a tašky. Zajímavostí je například pomáda na rty s logem UTB, o jejíž využitelnosti by se dalo pochybovat, a bonbony, které mají využitelnost o dost větší a, dovoluji si tvrdit, že jsou pro případné obdarované i příjemnější variantou než propagační propiska. Design univerzitních triček a mikin vychází z propagační kampaně „Be in- study in Zlin“<sup>29</sup>. Pracuje se stylizovaným portrétem Tomáše Bati. Pánská trička existují ve dvou provedeních – černém s obličejem Tomáše Bati a nápisem, adresou webu a logem UTB na zádech a v bílém provedení s postavou Bati na prsou a stejnými informacemi na zadní straně. Motiv dámského trička se inspiroval armádními náborovými plakáty<sup>30</sup> a používá portrét Bati společně se sloganem „Zlin wants you“<sup>31</sup> na přední straně, zadní strana trička je totožná jako u pánských (UTB, *Propagační předměty*, © 2000 – 2014). Myslím si, že design těchto propagačních triček a mikin je povedený, nechybí jim vtip a mají jasnou cílovou skupinu, proto by mohly být velmi úspěšným propagačním materiálem. Jediná výtka se tedy týká barevnosti, jak už jsem výše uvedla.<sup>32</sup>






---

<sup>29</sup> „Bud' in, studuj ve Zlíně“ překl. aut.

<sup>30</sup> Notoricky známé jsou plakáty armády USA se strýčkem Samem. Ty se inspirovaly plakáty britské armády z roku 1914. (*Lord Kitchener Wants You*, [2006])

<sup>31</sup> „Zlín chce tebe“ překl. aut.

<sup>32</sup> Ačkoli bílá verze pánského trička UTB pracuje výhradně s černou barvou motivu, což je na jednu stranu z propagačního hlediska dost zarážející a nesmyslné, ale na druhou stranu je to v praxi mnohem využitelnější varianta. Bohužel se jedná pouze o tričko pánské - dámy se oranžové nevyhnou.

Název propagačního předmětu	Náhled	Předběžná cena*)
Závěs na mobil (s logem UTB)		38 Kč/ks
Propiska (s logem UTB)		10 Kč/ks
Bonbony (s logem UTB)		265 Kč/1 kg
Těžitko (uvnitř budova Univerzitního centra a logo UTB)		295 Kč/ks
Blok A4 (motiv Be in)		20 Kč/ks

**Aktuality a akce**

**Fenomén Baťa**

**Pro média**

**Propagace**

- Kontakty
- Tiskoviny
- Videá
- Virtuální prohlídka
- Propagační předměty
- Oficiální loga UTB

**Úřední deska**

**Chcete u nás pracovat?**

Obr. 65 Pohled na nabídku propagačních předmětů UTB. Zdroj: <http://www.utb.cz/o-univerzite/propagacni-predmety>



Obr. 66, 67 Dvě varianty přední strany pánských triček UTB. Zdroj: <http://www.utb.cz/o-univerzite/propagacni-predmety>



Obr. 68, 69 Dámská varianta trička UTB a motiv na zadní straně. Zdroj: <http://www.utb.cz/o-univerzite/propagacni-predmety>

U některých univerzit se o propagaci starají i jednotlivá pracoviště – fakulty, katedry, nebo právě studentské organizace (jako je tomu v případě výše zmíněné *MUNIE*). Tato rozpolcenost je dle mého názoru právě tím důvodem, proč propagace v mnoha případech nefunguje tak, jak by měla. Pokud má zájemce z řad veřejnosti, absolventů, či uchazečů o studium složitě na webech jednotlivých institucí, pracovišť a organizací hledat propagační materiály, které by rád zakoupil, není jisté, že opravdu najde to, co hledá v adekvátním čase. Pokud tedy na materiály nenarazí nějakou náhodou, je pravděpodobné, že se s nimi nikdy nesetká. Nebudu zde proto dále rozebírat jednotlivá pracoviště univerzit a jejich nabídku propagačních předmětů.

Na UP panuje, co se propagace týče, úplně stejná situace, kterou jsem popsala výše. Nabídka předmětů na oficiálním webu univerzity je poněkud úsměvná. Jednotný vizuální styl je nedohledatelný. Výběr předmětů je někdy až zarážející (Vydavatelství UP, [2013]). Vesměs se ovšem jedná o stejné problémy, se kterými se potýká každá jiná univerzita. Stejně zde platí i to, že jednotlivá pracoviště si navrhují a nabízejí předměty vlastní. Například LF na své webové stránce nabízí pláště, obaly na index s logem UP a samotné LF v bílém „lékařském“ provedení (Kopečný, [2013]). Toto je na jednu stranu pochopitelné a chvályhodné je, že se alespoň LF drží svého jednotného vizuálního stylu, na druhou stranu je trochu ostudné, že pro celou

UP toto nefunguje. Nebudu zde dále tento problém rozebírat a přesunu se raději k zahraničním institucím, ze kterých by si UP mohla vzít příklad.



Obr. 70, 71 Tričko a souprava čepice a šály s logem UP. Zdroj: [http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com\\_virtuemart&page=shop.browse&category\\_id=8&Itemid=93](http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com_virtuemart&page=shop.browse&category_id=8&Itemid=93)



Obr. 72, 73, 74, 75 Nabídka propagačních hrníčků UP. Zdroj: [http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com\\_virtuemart&page=shop.browse&category\\_id=8&Itemid=93](http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com_virtuemart&page=shop.browse&category_id=8&Itemid=93)





Obr. 76, 77 Další propagační předměty UP – USB rozbočovač a rádio se sluchátky. Zdroj: [http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com\\_virtuemart&page=shop.browse&category\\_id=8&Itemid=93](http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com_virtuemart&page=shop.browse&category_id=8&Itemid=93)



Obr. 78, 79 Nabídka tašek UP. Zdroj: [http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com\\_virtuemart&page=shop.browse&category\\_id=8&Itemid=93](http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com_virtuemart&page=shop.browse&category_id=8&Itemid=93)

# Upomínkové předměty

## Lékařské fakulty Univerzity Palackého




Universitas Palackiana  
Olomucensis  
Facultas Medicinæ



**Prodej:** Prodejna odborné literatury a skript  
Biskupské náměstí 1  
Olomouc

**Informace:** LF UP, tř. Svobody 8  
771 26 Olomouc  
e-mail: ivana.klosova@upol.cz  
tel.: 585 632 009

● ceny včetně DPH

Obr. 80 Propagační předměty LF UP. Zdroj: <http://www.lf.upol.cz/skupiny/verejnosti/upominkove-predmety/>

U většiny vysokých škol ve Velké Británii funguje propagace jak prostřednictvím oficiálních obchodů jednotlivých škol, tak prostřednictvím studentských organizací. Většina univerzitních obchodů má v nabídce dražší upomínkové předměty a propagační tiskoviny a obchody studentských unií spíše předměty každodenní potřeby pro studenty či předměty na jejichž designu se studenti podílejí.

Například St Andrews své propagační materiály nabízí v oficiálním univerzitním obchodě – kamenném i online verzi. Zde je možné nalézt předměty, které bych

mohla přirovnat k předmětům z českých univerzit, které jsem označila za „klasické“. Jedná se o výrobky s logem St Andrews. K dostání jsou zde i sezónní kolekce, vše ovšem stále v kvalitním provedení. Tyto předměty se hodí jako suvenýr pro turisty, VIP hosty, či jako upomínka ze studií na univerzitě (St Andrews, [2013]). Druhým místem, kde je možné pořídit upomínkové předměty je obchod studentské unie. Zde je nabídka určená primárně pro současné studenty, peníze získané prodejem jdou výhradně zpět na akce a činnost SU. Nabídka předmětů je zde velmi různorodá, od kravat, svetrů a šátek v univerzitních barvách po poněkud kuriózní kusy jako je sada na make-up či USB flash disk s logem univerzity (Shop, [2013]).

COLLECTIONS

Sort by

KIDS

KUKRI SPORTSWEAR

TARTAN

BAGS

CASHMERE MENS

**CASHMERE WOMENS**

HUNTER WELLIES

JEWELLERY

LEATHER GOODS

TAPESTRY GOODS

LUGGAGE

Ladies' Cashmere V Neck - Navy  
£110.00 (inc VAT)  
[View item](#)

Ladies' Cashmere V Neck - Pure White  
£110.00 (inc VAT)  
[View item](#)


Ladies' Cashmere Zip Neck - Navy  
£115.00 (inc VAT)  
[View item](#)

Ladies' Cashmere Zip Neck - Pure White  
£115.00 (inc VAT)  
[View item](#)

Obr. 81 Nabídka univerzitních dámských svetrů St Andrews. Zdroj: e-shop Univerzity <http://standrewsuniversitystore.com/Special-Collections/Cashmere-Womens>


**COLLECTIONS** Sort by

- KIDS
- KUKRI SPORTSWEAR**
- TARTAN
- BAGS
- CASHMERE MENS
- CASHMERE WOMENS
- HUNTER WELLIES
- JEWELLERY
- LEATHER GOODS
- TAPESTRY GOODS
- LUGGAGE




Smock Top Team - Navy  
£55.00 (inc VAT)

[View item](#)




Hoodie - Navy  
£55.00 (inc VAT)

[View item](#)




Team Polo - Navy  
£40.00 (inc VAT)

[View item](#)




T-Shirt Team - Navy  
£30.00 (inc VAT)

[View item](#)



Stadium Pants - Navy  
£45.00 (inc VAT)

[View item](#)




Sweatpants - Navy  
£40.00 (inc VAT)

[View item](#)

Obr. 82 Nabídka sportovního oblečení St Andrews. Zdroj: e-shop Univerzity  
<http://standrewsuniversitystore.com/Special-Collections/Kukri-Products>


**COLLECTIONS** Sort by < 1 2 > View All

- KIDS
- KUKRI SPORTSWEAR
- TARTAN
- BAGS**
- CASHMERE MENS
- CASHMERE WOMENS
- HUNTER WELLIES
- JEWELLERY
- LEATHER GOODS
- TAPESTRY GOODS
- LUGGAGE




Bag - Distressed Brown  
£275.00 (inc VAT)

[View item](#)




Bag - Tan  
£147.00 (inc VAT)

[View item](#)




Briefcase - Tan  
£250.00 (inc VAT)

[View item](#)




Garment Bag - Cafe  
£390.00 (inc VAT)

[View item](#)



Garment Bag - Tan  
£390.00 (inc VAT)

















[View item](#)



Handbag Tartan - Tartan  
£150.00 (inc VAT)

[View item](#)

Obr. 83 Nabídka zavazadel St Andrews. Zdroj: e-shop Univerzity  
<http://standrewsuniversitystore.com/Special-Collections/Bags>

shop	catalogue			
600th collection - 50% off				
hats, scarves, ties and bags	<b>Bute Scarf</b> £38.95	<b>Divinity Scarf</b> £38.95	<b>Fleece Scarf</b> £15.95	<b>University Scarf</b> £38.95
childrens clothing				
cufflinks	<b>Postgrad Scarf</b> £38.95	<b>Graduate Scarf</b> £38.95	<b>Bow Tie Silk</b> £26.95	<b>Bute Tie</b> £17.95
hip flasks and quaichs				
hoodies and sweatshirts	<b>Divinity Tie</b> £17.95	<b>St Leonards/United College Tie</b> £17.95	<b>Graduate Tie Polyester</b> £17.95	<b>Graduate Tie Silk</b> £31.95
lambswool sweaters				
miscellaneous gifts	<b>Undergraduate Tie</b> £17.95	<b>Crested Caps</b> £11.95	<b>Crested Suede Peak Cap</b> £11.95	<b>Crested Tote Bag</b> £10.95
new bespoke clothing				
rugby shirts and sportswear				
teddies				
t-shirts and polo shirts				

Obr. 84 Nabídka doplňků St Andrews. Zdroj: e-shop SU  
<https://www.yourunion.net/shop/catalogue/accessories/>

Na Univesity of Oxford je systém propagace pomocí předmětů obdobný. Oficiální obchod navíc funguje pod správou společnosti *Oxford Limited*, která byla zřízena speciálně pro kontrolu nad šířením loga univerzity. V univerzitním obchodu je možné nakoupit jak osobně, tak přes internet. Kromě klasických propagačních předmětů nabízí také velké množství zavazadel různého druhu, doplňky do domácnosti, sportovní náčiní apod. Design se různí od oficiálních propagačních předmětů univerzity s využitím univerzitního loga, přes motivy jednotlivých součástí univerzity až po předměty, které neslouží přímé propagaci, nýbrž jsou spojeny s historií města a oxfordskými tradicemi (*Company Information*, © 2011; *About us: The Shop*, © 2009-12). Samozřejmě i zde funguje propagace prostřednictvím hrdých studentů, kteří mají možnost nákupem univerzitních předmětů v obchodě *OUSU* (viz kapitola 2.3.1) podpořit své vlastní aktivity, resp. aktivity, které *OUSU* studentům

nabízí. Veškeré výtědky z *OUSU Stash* totiž putují, stejně jako v případě St Andrews, zpátky „do kapsy“ unie (*OUSU, OUSU Stash, 2013*).



Obr. 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91 Nabídka cestovních zavazadel a nákupních tašek University of Oxford. Zdroj: e-shop Univerzity <http://www.oushop.com/Accessories/Travel-Accessories/Bags-and-Luggage>



Obr. 92, 93, 94, 95 Nabídka pánského oblečení University of Oxford. Zdroj: e-shop Univerzity <http://www.oushop.com/Clothing/Menswear>

Obr. 96 Pohled na e-shop OUSU. Zdroj: <http://www.ousustash.com/>

Další zahraniční vysoká škola, kterou bych zde ráda zmínila, je GSA. Jedná se o školu uměleckou, proto je její nabídka propagačních předmětů poněkud pestřejší než u ostatních. Na designu se podílí především studenti, absolventi a místní umělci. Je nutno zmínit, že škola je specifická také tím, že její současné sídlo navrhl Charles Rennie Mackintosh - architekt, designér a absolvent GSA. Mnoho propagačních předmětů (včetně celého vizuálního stylu) školy tedy pracuje s různě stylizovanými motivy z prací Mackintoshe (GSA, *History and Future*, [2013]). Musím podotknout, že obchod s upomínkovými předměty GSA je jedním z nejpůsobivějších, které jsem zatím navštívila. Na jednu stranu je to dáno tím, že samotná budova, včetně interiérů je jedním velkým uměleckým dílem a pro studenty výtvarných oborů je návštěva tohoto místa zážitkem sama o sobě. Na druhou stranu je jasně zřetelné zapojení studentů do propagace školy, což velmi dobře dotváří atmosféru celého místa. Každému návštěvníkovi musí být zcela jasné, že studenti jsou hrdí na to, že zde mohou studovat a pracovat, že si svou školu hýčkají a starají se o to, aby působila tím nejlepším dojmem. Toto je společné pro všechny zahraniční vysoké školy, které jsem měla možnost (alespoň krátce) navštívit, ale u GSA je to snad ze všech nejpatrnější.







Obr. 97, 98 Interiér GSA obchodu. Zdroj: <http://www.craftscotland.org/resources/fileupload/508e51e197378f3c53d42e3a4ccdf17e.jpg>, <http://edoc.hu-berlin.de/umacj/1/trowles-peter-69/XML/Trowles.xml>



Obr. 99 Část kolekce předmětů s logem GSA. Zdroj: <http://www.gsa.ac.uk/visit-gsa/gsa-shop/heritage-products/>



Obr. 100, 101, 102, 103 Různé předměty navržené studenty a absolventy GSA. Zdroj: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.733454493337075.1073741825.466925346656659&type=3>

Ještě předtím, než shrnu obsah a význam této kapitoly a uvedu své poznámky a nápady k tématu propagace studentských organizací, škol a jejich jednotlivých pracovišť, bych ráda zmínila pár studentských organizací, které se snaží o propagaci sebe a své alma mater. Výše zmiňovaná *MUNIE* je samozřejmě jednou z nich, ač v jejím e-shopu je kromě univerzitních materiálů možné najít jen jednu propisku s logem přímo *MUNIE* (*MUNIE, E-shop, © 2013*). *Obchůdek U nalezeného smyslu* jsem již ve své práci také zmiňovala (viz. kap. 2.2.). Tento projekt je dílem spolku *Studenti FHS*. Momentálně obchůdek funguje pouze prostřednictvím facebookové stránky<sup>33</sup> a materiály vznikají převážně na objednávku (*Studenti FHS, Projekty*. [2013]).

*SU NCAD* pořádá každoročně tzv. *Rag Week*, součástí této akce je také prodej oblečení s motivem NCAD. Na návrzích triček a dalších oděvů pracují studenti školy a vše kolem organizuje *SU*. Prostřednictvím její facebookové stránky mají všichni

<sup>33</sup> Stránka obchůdku na sociální síti Facebook přístupná odtud: <https://www.facebook.com/UNalezenehoSmyslu?filter=3>

studenti možnost hlasovat pro návrh, který si přejí zrealizovat. Takto je zajištěno, že bude pro předměty dostatečný odbyt. Výtěžek z prodeje oblečení putuje na dobročinné účely.



Obr. 104 Návrhy motivů na trička studentů NCAD. Zdroj:

[https://www.facebook.com/ncad.su/media\\_set?set=a.10152235630915660.1073741825.567240659&type=1](https://www.facebook.com/ncad.su/media_set?set=a.10152235630915660.1073741825.567240659&type=1)

Myslím si, že právě využití studentských návrhů k propagaci školy je ta správná cesta. Samozřejmě je na každé instituci, do jaké míry studenty zapojí a jakým způsobem bude celá propagace fungovat. Studentské organizace mají v tomto směru velký potenciál – mají nápady, dovedou je zpracovat, jsou motivovaní ukázat, co umí. Také jsou sami v jednu z cílových skupin – studenty. Navíc pravděpodobně dokáží mnohem lépe odhadnout další cílovou skupinu a to potenciální uchazeče o

studium. Proto si myslím, že zapojit stávající studenty, či studentské organizace do práce na propagačních materiálech může být pro školu velkou výhodou.

Stejně tak je dle mého názoru důležité pracovat na propagaci co nejvíce otevřeně. Tím mám na mysli, nebát se ukázat, že škola na něčem pracuje. Ukázat lidem, kteří za projektem stojí. Nebát se kritiky veřejnosti. Pracovat se sociálními sítěmi.

Stejně tak jako považuji za důležité udržovat jednotný vizuální styl, myslím si, že není na škodu jej v některých případech porušit. To se týká především propagačních materiálů. Jak už jsem uvedla výše, u upomínkových předmětů bych zvolila dvě cesty a to „klasickou“ a „trendy“. V „trendy“ verzi, tedy té zaměřené na současné studenty či uchazeče o studium, bych se nebála oslovit právě studenty a studentské organizace a přenechat otázku designu právě jim. Tak by mohly vznikat různé motivy pro každý akademický rok (dva, tři). Tím by se vyloučila možnost, že se zájemci o koupi takovýchto předmětů současný design nezamlouvá, a proto si jej nekoupí vůbec. Třeba ho zaujme právě design v dalším období, nebo je zde stále možnost sáhnout po „klasické“ variantě. Stejně tak bych postupovala při volbě designu pro propagační tiskoviny. Je důležité zachovat vizuál loga školy a dalších náležitostí, ale proč nepřenechat starost o design brožury o studiu na konkrétní fakultě jejím studentům? Samozřejmě chápu, že ne každá fakulta disponuje zručnými a zapálenými studenty, kteří by se projektu ujali, ale to není až tak podstatné. Nemusí se hned pouštět do designu celé tiskoviny, včetně formátu, obalu a celého obsahu. Stačí se jen zapojit. Výhody, které z tohoto plynou pro studenty, mohou být kromě navázání nových kontaktů také získání zkušeností, praxe, propagace vlastní osoby či minimálně zajímavá položka do životopisu.

## 6. Autoedukace - vymezení pojmu a souvislosti s činností studentských organizací

Tento termín jsem zařadila do I. části práce proto, že bylo žádoucí objasnit jeho význam a vymežit jej po teoretické stránce ještě před tím, než jej v II. části začnu používat k popisu činnosti organizace na KVV.

Autoedukace je pojem, který stejně jako výchova není v českém prostředí příliš jasně vymezen. Pokud vycházíme z definice edukace jako sjednocujícího pojmu pro výchovu a vzdělávání, pak je autoedukace sebevýchovou a sebevzděláváním v jednom, či sebevýchovou v širším slova smyslu. Jedná se velmi zjednodušeně o proces, kdy se jedinec sám stará o formování vlastní osobnosti či osoby, a to jak stránek postojevových, tak vědomostních (Pospíšil, 2009).

V širším pojetí se proto autoedukace dá chápat jako jakákoli záměrná činnost člověka, která jej nějak obohacuje. Významným úkolem školní výchovy a vzdělávání je přimět žáka či studenta, aby nebyl jen pasivním účastníkem tohoto procesu. Jak tvrdí např. J. W. Gardner *"Nejvyšším cílem výchovně vzdělávací soustavy je přenést na jedince břímě starostí o jeho vzdělání."* (Gardner in Kohoutek, 2009)

Jak tedy „přinutit“ studenty, aby se o svou výchovu a vzdělávání více starali sami? Jednou z odpovědí může být právě účast na chodu studentských organizací, využití jejich služeb a zapojení se do jejich činností.

Bohužel, jak jsem již výše zmínila, angažovanost studentů vysokých škol v aktivitách mimo vyučování je dost malá. Studenti si raději odbydou jen ty nutné náležitosti spojené se studiem a další vzdělávání je pro ně pojem téměř odstrašující. Podobně jako samostudium. Na jednu stranu je to pochopitelné - na vysokoškolského studenta jsou kladeny vysoké nároky, studium je jak časově, tak psychicky náročné a požadavek, aby věnoval svůj volný čas dalším aktivitám na půdě školy, je dosti nereálný. Na druhou stranu je účast na činnosti studentské organizace pro studenta přínosem v mnoha ohledech. Naučí se samostatně uvažovat, pracovat v týmu, získá přehled o tématech, která jej zajímají, stejně tak jako praxi, kterou si může bez ostychu uvést v profesním životopise a v neposlední řadě se také poučí o tom, jak věci fungují v reálném životě. Tento potenciál studentských organizací spousta

studentů podceňuje a v lidech, kteří se o něco podobného pokoušejí, vidí jen podiviny a „šprty“.

Z vlastní zkušenosti můžu říci, že bych v bakalářském studiu pravděpodobně také příliš nechápala, jaký by pro mě mělo význam se nějaké takové aktivity účastnit, ale s odstupem času vidím spíše pozitiva. Rozhodující je také to, jakou tradici studentská organizace na škole má. Pokud se jedná o spolek, který už nějakou dobu úspěšně funguje, je pravděpodobně jednodušší získat další členy. Pokud jde o spolek vznikající, zvláště na půdě, kde žádný podobný spolek nefunguje ani nefungoval, je záležitost získávání členů dost problematická.

Dost možná je chyba částečně systému studia na vysoké škole, kde je student zahlcen informacemi a úkoly a pro samostudium a vlastní rozvoj mu tedy příliš času nezůstává. Na druhou stranu je jasné, že chyba není pouze tady, ale také ve studentech, kteří by mnohdy nejráději nedělali vůbec nic. Podle mého názoru se jedná spíše o začarovaný kruh a je těžké označit hlavního viníka.

Řešením problému by možná mohlo být jakékoli ohodnocení vlastní iniciativy a mimoškolní činnosti studentů. Nemusí se jednat přímo o ohodnocení kreditové, i když toto na některých školách úspěšně funguje, ale jistě by se dal vymyslet i jiný vhodný způsob, jak ocenit studentskou aktivitu mimo vyučování. Zároveň je ovšem nutno dbát na to, aby se angažování v chodu studentské organizace nestalo pouhou součástí běžné výuky. Myslím si, že je nutné zachovat jistou autonomii studentské organizace. Proto např. projekty pro studentskou organizaci navrhované v rámci výuky ohodnocené kredity nejsou vhodnou motivací. Ač jistě dobře míněné a v určitých podmínkách možná proveditelné, takovéto úkoly vnášejí do prostředí studentské organizace nepříjemné pocity spojené s výukou jako je práce pod tlakem, z donucení, beze smyslu apod. Tyto projekty se poté nedají chápat jako projekty vytvořené pro potřeby studentů, nýbrž jako samoúčelné, teoretické.

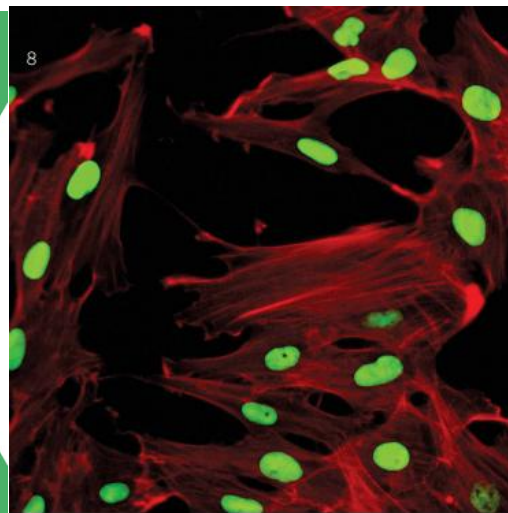
Myslím si, že nejlepší pro studentskou autoedukaci jsou přirozené situace, kde student pracuje na něčem, čemu tak úplně nerozumí a není si jistý, jestli úkol zvládne, ale učí se z vlastních chyb a takové učení je rozhodně jedním z nejeфекtivnějších. Taková práce zároveň probouzí ve studentech nadšení z toho, že něco sami dokázali, pracují na věcech, které ne tak úplně souvisejí se studiem, dělají práci navíc, ale v oboru, který je skutečně zajímá a naplňuje. Tímto se studenti znovu opakovaně motivují k dalšímu snažení. I dílčí neúspěch je mnohdy motivačním

činitelem, zvláště pokud člověk pracuje ve skupině, kde má případné problémy s kým řešit.

Jak z definice autoedukace vyplývá, jakákoli aktivita v rámci studentské organizace má pro ty, kteří se na ní podílejí edukační charakter. Už jen při samotném zakládání studentské organizace musí studenti zjistit informace a poučit se o tom, jak organizace fungují, jaké jsou právní předpisy a vnitřní nařízení školy pro sdružování studentů, jaké postupy volit, apod. Dále je to příprava akcí pro ostatní studenty, zamýšlení se nad způsoby zkvalitnění studentského života i výše probírané navrhování propagačních materiálů. Jasný edukační záměr má poté organizování vzdělávacích akcí jako jsou workshopy, přednášky, aj.

Autoedukační charakter mají také samotné webové stránky organizací. Členové studentských spolků se podílejí na jejich chodu a plní je informacemi, které poté slouží k vzdělávání ostatních studentů. Nad obsahem webových stránek a způsobem předání informací jsem se již zamýšlela v předchozí kapitole. Zde proto jen zmíním, že z autoedukačního hlediska jsou webové stránky organizace velmi zásadní. Jedná se o místo, kde studenti mohou získat informace ve velmi krátkém čase z pohodlí svého domova. To webové stránky staví na první místo z hlediska komunikace. Pokud student shání informace, pravděpodobně se nejdříve podívá na internet a teprve poté přichází na řadu osobní kontakt případně literatura. Myslím si, že mnoho škol i studentských organizací nepřikládá edukačnímu aspektu svých webových stránek příliš velký význam. Dle mého názoru není až tak podstatné, kolik informací na webu skutečně je, ale především jakým způsobem jsou předávány.

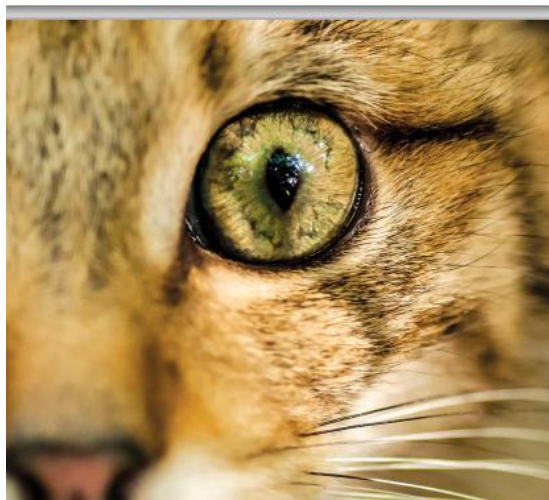
Stejně tak mají autoedukační charakter také materiály, které organizace vydává. Mnoho vysokých škol vydává například informační brožury pro studenty prvních ročníků a tvorba jejich obsahu je mnohdy právě dílem studentů, ať už v rámci nějaké organizace nebo ne. Například na tvorbě *Příručky prváka* PřF UK se podílejí studenti, ale také zaměstnanci fakulty. Obsahuje nejen užitečné informace v podobě textu o životě na škole, ale také mnoho mapek, jak města, tak jednotlivých budov školy. Příručka má velmi příjemný design, vše je laděno do zelené „přírodovědecké“ barvy a je možné zde nalézt mnoho zajímavých fotografií. Formát příručky je čtvercový, menší než A6. Příručka je přístupná i ze *Studentského webu*.



Výběr toho nejdůležitějšího pro přežití  
prvního ročníku na vysoké škole

## 6 Obsah

----- <b>Základní informace</b>	
10	Kde hledat informace o studiu
11	Studijní plán, kreditní systém
14	Studijní informační systém (SIS)
15	Zápis předmětů
17	Studijní oddělení
19	Struktura fakulty / univerzity
21	Bakalář Plus
22	Stipendia
25	Poplatky spojené se studiem
----- <b>Studium prakticky</b>	
30	Moodle
30	ŠIC a studentský průkaz
32	Knihovny a elektronická informační zdroje (EIZ)
33	Kde sehnat učebnice a studijní texty
34	Studenti se speciálními potřebami
36	Anketa – studentské hodnocení kvality výuky
37	Tělesná výchova
39	Cizí jazyky



## 7

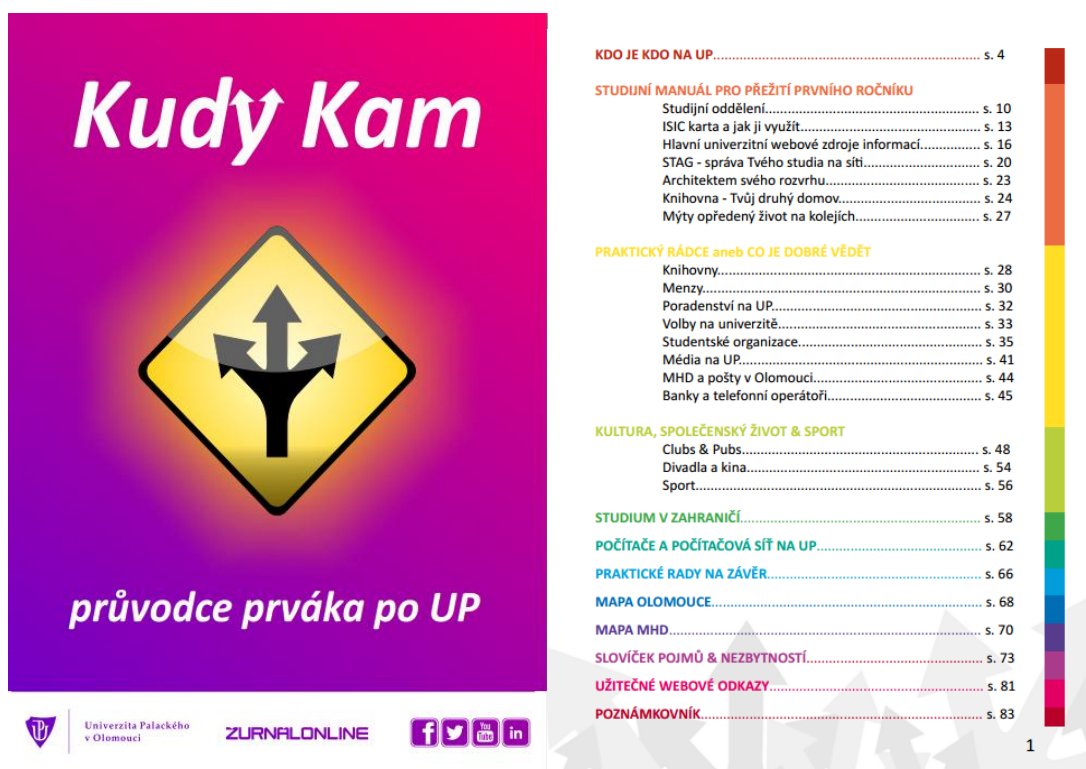
----- <b>Informační technologie</b>	
42	Elektronická pošta
43	Google Apps natur.cuni.cz
44	Informační systémy
46	Počítačové studovny a učebny
48	Bezdrátová síť Eduroam
49	Webové prezentace
----- <b>Orientace na fakultě</b>	
52	Mesa a učebny na fakultě
55	Přehled budov PŘF UK
----- <b>Život v Praze</b>	
86	Tramvajenka
89	Ubytování
90	Stravování
91	Lékař v Praze
91	Studentský život
94	Časopis BERT
----- <b>Nevíte si rady?</b>	
96	S čím za lým
98	Kde hledat odpovědi
99	Autoři

Obr. 105, 106, 107, 108, 109, 110 Úvodní část Příručky prváka PŘF UK. Zdroj:  
[https://web.natur.cuni.cz/student/sites/default/files/prirucka\\_prvaka\\_web.pdf](https://web.natur.cuni.cz/student/sites/default/files/prirucka_prvaka_web.pdf)

Na UP existuje také obdobná příručka, jedná se o brožuru s názvem *Kudy Kam*. Na její tvorbě se opět podílejí především studenti. Na rozdíl od výše zmíněné je tato



příručka určena všem studentům Univerzity, proto tedy obsahuje velmi obecné informace. Chybí zde například mapky budov. Příručka je „kapesní“ – jedná se o formát A6. Mezery v Kudy Kam pro své studenty vyplnila například KHI FF a *Cech invalidů středoevropské historiografie* prostřednictvím webové stránky *Příručka prváka Katedry historie FF U.* Zde jsou studentům KHI k dispozici přesnější informace o chodu Katedry a také mapky budovy.



Obr. 111, 112 Úvodní část *Kudy Kam*. Zdroj:

[http://www.upol.cz/fileadmin/user\\_upload/studenti/2013-Kudy\\_Kam\\_final\\_web.pdf](http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/studenti/2013-Kudy_Kam_final_web.pdf)

**Příručka prváka Katedry historie FF UP**



**online příručka světem studenta prvního ročníku**

Kategorie	Příručka pro prváka Katedry historie FF UP
Hlavní strana	<p style="text-align: center; color: red;"><b>Příručka byla aktualizována pro ak. rok 2013/2014!</b></p> <p>Tento web vznikl pro Vás, naše prváky, a to z důvodů, abyste se lépe a rychleji zorientovali v novém prostředí a rovněž, aby Váš přechod ze střední školy na akademickou půdu byl bezproblémový. Naším cílem bylo postihnout problémová místa při vstupu na akademickou půdu, těžkosti, se kterými jsme se museli v době svých začátků poprat sami.</p> <p><i>Pro Vás jsme ale připravili stručnou online příručku, která by Vám mohla pomoci ve Vašich studijních začátcích!</i></p> <p>Celý online průvodce je rozdělen do několika sekcí (viz <b>Kategorie</b> po levé straně).</p> <p>Pro akademický rok 2010/2011 byl vydán průvodce i v papírové podobě. Avšak pro náročnost přípravy průvodce pro tisk a rovněž z finančního hlediska bylo rozhodnuto, že od ak. roku 2011/2012 bude průvodce vydán pouze ve webové podobě.</p> <p>Přejeme Vám hodně úspěchů ve studiu a nevěšete hlavu, když narazíte na problém, vždy se najde řešení!</p> <p style="text-align: center;"><b>Katedra historie FF UP a Cech invalidů středoevropské historiografie, o.s.</b></p> <p style="text-align: right; font-size: small;">Poslední aktualizace: 5. srpna 2013</p>
Organizační struktura KHI	
Rozrnh a výuka	
STAG	
Web KHI	
Knihovny, PC, dvorek KHI	
Mapa Olomouce	
Mapky podlaží KHI	
Cech invalidů středoevropské historiografie, o.s.	
ESF projekty KHI	
Partnersví ve výzkumu a prezentaci archeologického kulturního dědictví	
Inovace formy a obsahu výuky studia historie v bakalářském a magisterské stupni VŠ vzdělání	

Tento web vznikl za podpory Katedry historie FF UP a CISH, o.s.  
Copyright © 2010 - 2013. Designed by [benek | tráž | HTML | CSS](#)

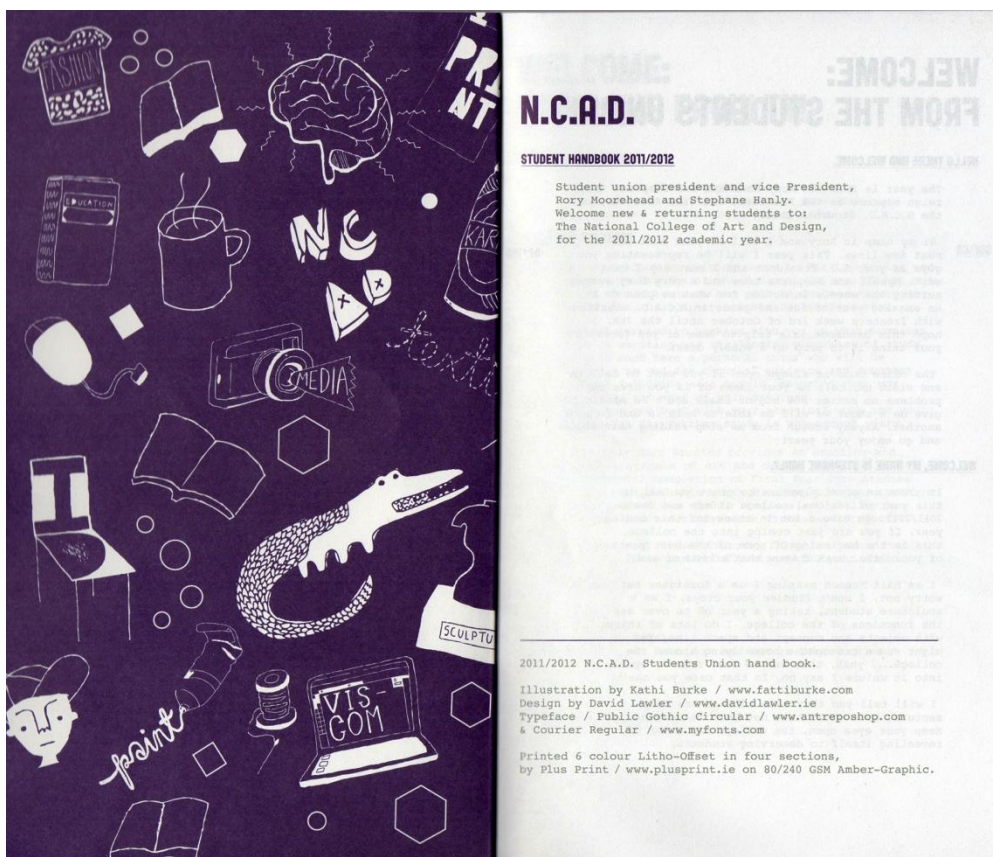
Obr. 113 Webová stránka s Příručkou pro prváky na KHI FF UP. Zdroj:

<http://www.historie.upol.cz/prirucka/>

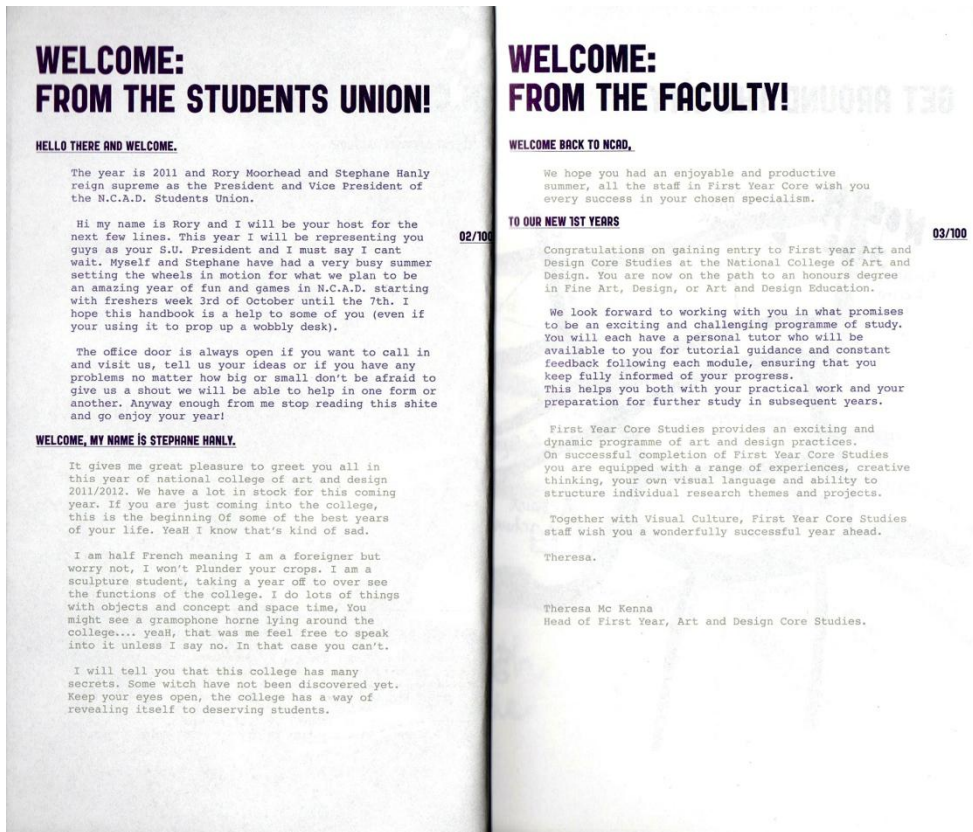
Ze zahraničních příruček bych zmínila tu, se kterou jsem se setkala velmi záhy po svém příjezdu do Dublinu a to *NCAD Student Handbook*. Jedná se o brožuru, kterou pro studenty školy vydává přímo unie. Její design je velmi jednoduchý, využívá minimum barev a její tisk tedy není tolik nákladný. Formát *Handbooku* není až tak přizpůsoben každodennímu přenášení – zabere zhruba dvakrát tolik prostoru co *Kudy Kam*, ale je zde spousta prostoru pro poznámky a také jednoduchý díář.



Obr. 114, 115 Přední a zadní list příručky SU NCAD. Zdroj: vlastní

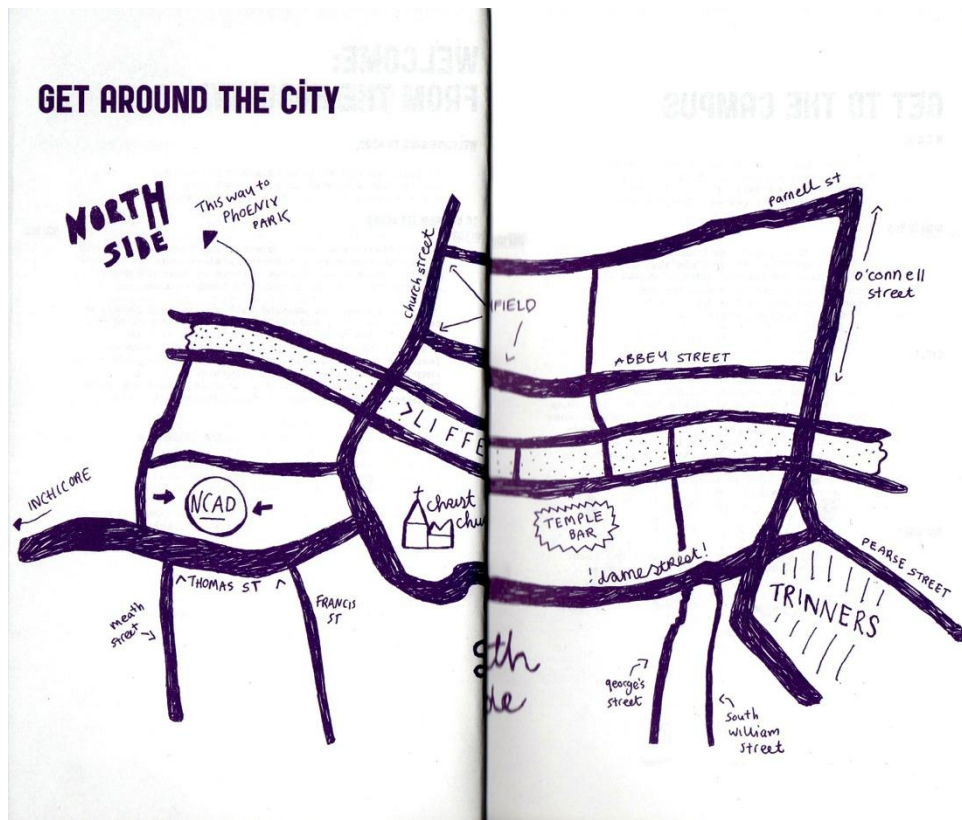


Obr. 116 První strana příručky SU NCAD. Zdroj: vlastní

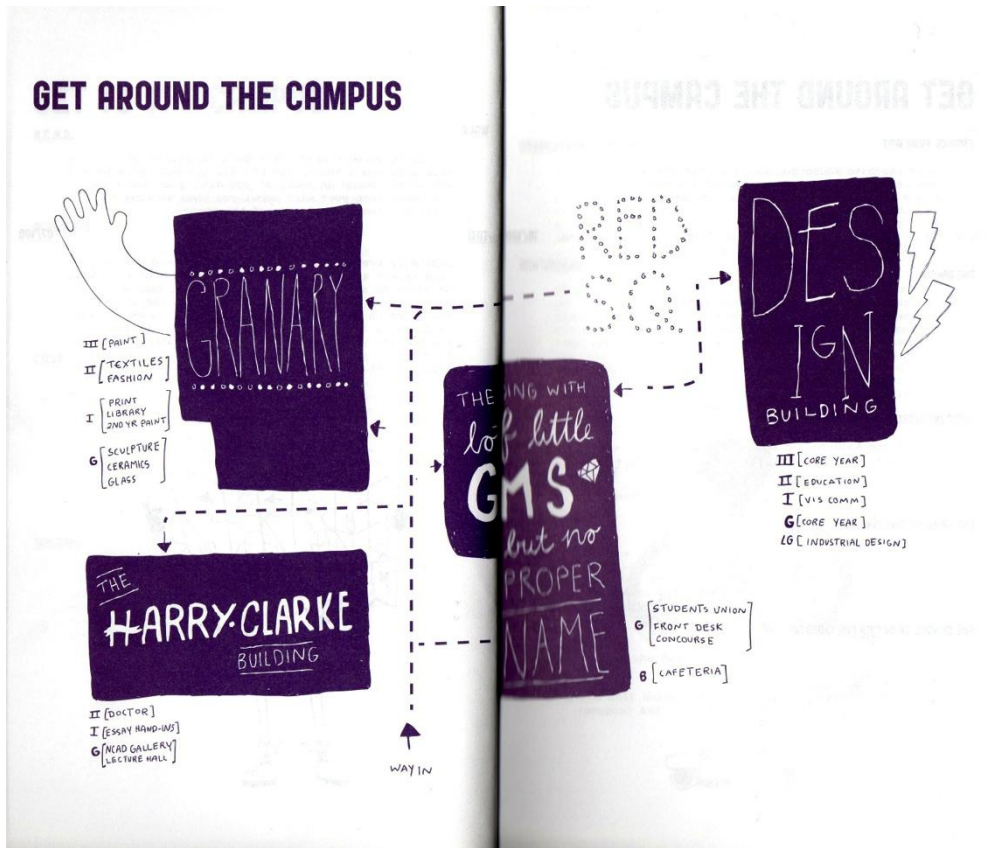


Obr. 117 Uvítání studentů do nového akademického roku od SU a fakulty v příručce SU NCAD.

Zdroj: vlastní



Obr. 118 Mapa Dublinu v příručce SU NCAD. Zdroj: vlastní



Obr. 119 Mapa kampusu v příručce SU NCAD. Zdroj: vlastní

## MENTAL HEALTH

**LETS TALK**

Going to college in N.c.a.d. can be a lot of fun. And for most of you we're sure it is most of the time. But this isn't always the case. Dealing with living out of home, part time jobs, money, and on top of that assessment deadlines as well as friends, house mates and family can be tough. Fortunately there are lots of options if you feel like things are getting to you.

The most important thing to do if you are feeling depressed is to talk about it with someone. A friend or family member is always great and don't forget that the student's union and college counsellor are always available to help anyone. Don't worry about how big or small the issue may seem, there will always be someone to listen and treat you with respect and confidentiality.

To book an appointment with Linda Mackin, the counsellor, go to the college reception. You can also call them on 01 6364200. Linda is in college 4 days a week.

Here are some great organisations that can help you:

Nightline  
The Samaritans  
Aware

You can find details of many more organisations that can help you with any kind of problem, in the welfare section.

## CHAIN OF COMMAND

**THE WHO'S WHO**

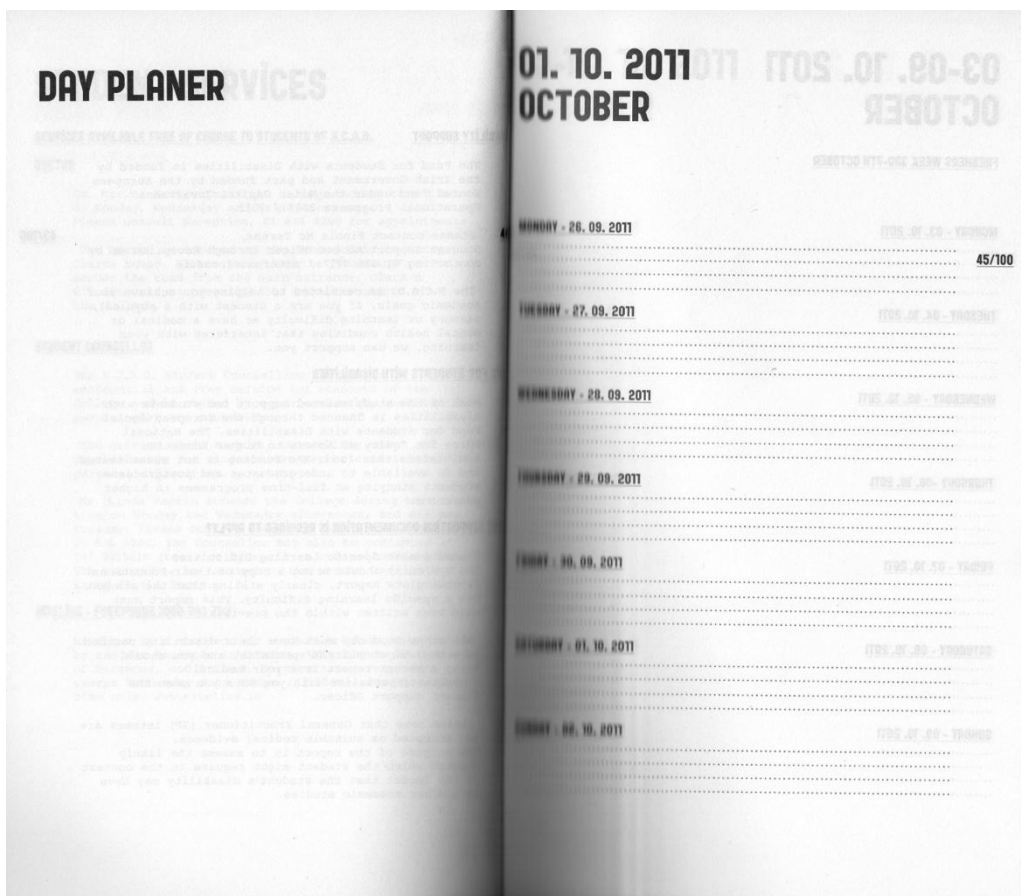
If you have any problems or complaints and you want your voice to be heard these are the right channels to go down. You can also come to us in the students union and we can jump in at any stage in the chain of command and see what we can do to fix the situation. If in doubt about who to talk to about any situation drop into us in the Union and we will advise you.

13/100

```

BOARD/DIRECTORS
  ↓
REGISTRAR
  ↓
FACULTY HEAD
  ↓
DEPARTMENT HEAD
  ↓
YEAR HEAD
  ↓
CLASS TUTOR
  ↓
CLASS REP
  ↓
STUDENTS
  ↓
  
```

Obr. 120 Kapitola o duševním zdraví a schéma hierarchie jednotlivých součástí školy a studentských reprezentantů v příručce SU NCAD. Zdroj: vlastní



Obr. 121 Část s diářem v příručce *SU NCAD*. Zdroj: vlastní

Myslím si, že právě tvorba konkrétnějších příruček určených pro studenty jednotlivých fakult a kateder by měl být jeden ze základních úkolů studentských organizací při těchto součástech fungujících (společně s poskytováním obdobných poradenských služeb osobně). Tyto příručky mají kromě edukačního hlediska také propagační charakter – informují o tom, že organizace existuje a skutečně se podílí na zlepšení studentského života.

Všechna aktivita studentů související se studentskou organizací má tedy autoedukační charakter. Avšak, jak už jsem výše zmínila, málokterá organizace používá v popisu své činnosti tohoto termínu. Většina organizací se ale hlásí k činnostem podporujícím další vzdělávání studentů, jako právě organizování přednášek, velmi opatrně, aby snad případné zájemce přílišným vzdělávacím zaměřením neodradila. Toto je samozřejmě pochopitelné. Studenti se vzdělávají ve škole a svůj volný čas si chtějí užít. Sebevzdělávání není příliš populární volnočasovou aktivitou a podílet se na činnosti organizace, která veřejně hlásá a vyzdvihuje svou vzdělávací funkci, se některým může zdát jako čiré šílenství. Je tedy

úkolem studentských organizací studenty vzdělávat nenápadně. Otázkou zůstává, jestli není lepší přehodnotit vztah studentů ke studiu, nebo vzdělávací systém obecně, tak aby bylo sebevzdělávání na prvním místě a další studium až na druhém.

## II. Návrh studentské organizace při KVV

V této části práce se budu zabývat vlastní představou ideální organizace, které bych chtěla být součástí. Popíši zde strukturu organizace a činnosti, kterými se bude zabývat. Zaměřím se především na propagační a autoedukační stránku.

Výčet činností této „fiktivní“ organizace vychází především z mých vlastních zkušeností ze studia na UP a z inspirace, kterou jsem získala během mého pobytu v zahraničí. Mou představou je organizace, která bude poskytovat komplexní služby a poradenství pro studenty a také zázemí pro jejich vlastní projekty aktivity. Zaměřila jsem se především na oblasti, kde si myslím, že služby pro studenty poskytované jinými orgány zaostávají, nebo vůbec neexistují. Jedná se tedy o návrh organizace se zaměřením na některé specifické oblasti, které ne každá studentská organizace do své práce zahrnuje.

Při svém bádání jsem zjistila, že zejména na univerzitách v České republice existuje mnoho pohledů na studentské organizace a jejich činnost a tím pádem i mnoho typů těchto organizací. Podle výsledků mého průzkumu na vybraných univerzitách by se daly studentské spolky rozdělit dle svého poslání, přístupu ke členství, služeb apod. Pokusím se tedy na následujících pár řádcích studentské organizace rozdělit dle určitých kritérií, včetně příkladů organizací, které již v této práci zmínila. Jedná se o rozdělení vycházející čistě z I. části mé práce.

V prvé řadě bych spolky rozdělila na:

- Spolky oficiální (občanská sdružení, ...)
- Spolky neoficiální (uskupení studentů bez legálního vymezení)

Dle hlavního poslání by se studentské spolky daly rozdělit takto:

- Studentské zájmové spolky (např. klub deskových her)
- Studentské spolky při jednotlivých částech univerzity (např. StuArt)
- Studentské unie (např. MUNIE, Studentská unie UK,...)
- Spolky spravující studentské časopisy, či portály (Helena v krabici, ...)



- Spolky poskytující specializované služby studentům (Studentští poradci, ...)

Dále by se daly spolky rozdělit dle přístupu k členství:

- Spolky, kde je členství (pro určité skupiny) automatické (MUNIE)
- Spolky, kde je nutno požádat o členství (většina ostatních)
- Spolky, kde není běžné přijímat nové členy (redakce časopisů, apod.)

Dle aktivity členů:

- Všichni členové se aktivně podílejí na chodu spolku
- Spolek má aktivní členy, kteří jej řídí a členy využívající služeb spolku bez aktivní participace

Dle cílové skupiny:

- Spolky, které poskytují své služby široké veřejnosti
- Spolky, které poskytují své služby všem studentům univerzity (i nečlenům)
- Spolky, které poskytují služby primárně studentům dle svého zaměření (fakulta, katedra, zájmy)
- Spolky, které poskytují služby pouze svým členům

Samozřejmě existují spolky, které spadají do více kategorií zároveň a spolky, které se těmto rozdělení vymykají. Nic není černobílé a toto rozdělení beru spíše jako orientační. Uvedla jsem ho v této kapitole proto, že logicky vyplynulo z předchozího bádání v kapitole I. a hodlám jej využít pro vymezení a lepší pochopení toho, jak bych si představovala studentskou organizaci fungující na KVV.

## 1. Struktura studentské organizace

Moje představa ideální studentské organizace se asi nejvíce blíží popisu studentské unie, tedy organizace poskytující různé služby studentům celé univerzity. Avšak bylo by poněkud naivní zakládat takovouto organizaci jako katederní spolek. Studentské unie se věnují především podpoře dalších dílčích aktivit studentů, kteří působí v rámci menších spolků. Toto se většinou na katedrách realizovat nedá. Dalo by se předpokládat, že každý ročník a typ studia na katedře by měl své aktivní jádro, které by se dalo chápat jako spolek, jehož činnost by tato studentská unie podporovala, ale věřím, že i toto je v reálu neproveditelné. Budu se tedy snažit tyto ideály převést a zredukovat do formy, která by mohla na katedře fungovat.

V první řadě se nabízí rozhodnutí o legální stránce spolku. K tomuto se většinou spolky dopracují až v průběhu své činnosti. Např. zjistí, že by si rádi na svou činnost nějakým způsobem vydělávali, oslovovali potenciální sponzory apod. Nejjednodušší řešení je v tomto případě vytvoření, či ustálení spolku jakožto občanského sdružení.

Další rozhodnutí se týká přijímání členů. Jak jsem v průběhu práce již několikrát zmínila, chci vytvořit návrh spolku, který bude tvořen studenty pro studenty, a je více než jasné, že spolek bude otevřený každému, kdo se bude chtít na jeho chodu podílet. Zároveň si ovšem myslím, že členství by se mělo omezit na studenty KVV. Jednak proto, že se jedná o velmi specifickou skupinu studentů UP a také proto, že bude snazší takto profilovaný spolek uchopit v rámci propagace a oslovování veřejnosti, sponzorů, apod. Nepřeji si zakládat jen tak nějaký zájmový spolek, nýbrž organizaci, která bude hrdě reprezentovat svou katedru a aktivně se podílet na dění na ní i kolem. Z tohoto vyplývá také fakt, že o členství bude nutno požádat, resp. projevit zájem o členství podložený nabídkou účasti na chodu organizace.

Zároveň chci, aby byli všichni studenti KVV plně informováni o chodu organizace a měli slovo v rozhodování o projektech, službách, financování aktivit, atd. Proto je součástí mého návrhu také zvolení zástupců jednotlivých ročníků, kteří budou zájmy své skupiny zastupovat při schůzkách organizace. Také bude díky tomuto snazší kontaktovat jednotlivé studenty a skupiny. Zástupce si zvolí studenti sami, případně bude vybrán z dobrovolníků členy studentské organizace. Účast na poradách a

činnosti spolku je samozřejmě dobrovolná, proto není možné studenty nutit, aby si zástupce zvolili, ani aby se jakkoli účastnili.

Co se týče poskytování služeb, primární cílová skupina jsou samozřejmě studenti KVV, protože ve věcech studijních i jiných problémů je těžké radit, pokud člověk nemá patřičné zkušenosti. Zároveň bych ale nerada spolek uzavírala a omezovala jeho služby, tudíž primární zacílení na studenty KVV bych oficiálně rozšířila na všechny studenty UP včetně uchazečů o studium.

Studentská organizace také potřebuje svého zástupce na veřejnosti. Tím je u větších organizací prezident a jeho zástupce. U menších organizací většinou vystupují jejich členové jako jeden celek. Pro účely organizace na KVV tedy navrhuji systém volby a odvolání prezidenta a jeho zástupce. Myslím si ovšem, že by prezident neměl mít žádné zvláštní pravomoci a o činnosti organizace by měli rozhodovat všichni aktivní členové a studentští zástupci rovným dílem.

Pokud shrnu poslední dva odstavce – spolek se bude skládat z aktivních členů z řad studentů KVV a zástupců jednotlivých ročníků a poskytovat služby širšímu studenstvu a uchazečům o studium.

V neposlední řadě bych chtěla zmínit, že spolek bude pořádat pravidelné schůzky aktivních členů přístupné veřejnosti a bude sídlit v prostorách katedry či v budově uměleckého centra UP. Toto je velmi zásadní pro fungování a plnění všech výše zmíněných funkcí a poskytování služeb. Jen těžko si lze představit, jak by fungovala např. poradenská činnost, kterou budu probírat v následující kapitole bez určitého místa, kde by tuto službu mohli studenti vyhledat. Chápu, že není v mé moci rozhodovat o přidělení pracovny studentské organizaci. Ovšem v rámci návrhu modelu této organizace je vhodné zmínit, že by měla mít také nějaké sídlo. Do jaké míry je toto reálné, je již pro účely této práce nepodstatné.



Obr. 122 Plánek funkce studentské organizace. Zdroj: vlastní

Pro názornost zde uvádím plánek struktury studentské organizace na KVV (Obr. 122) a krátký popis funkcí a pravomocí jejích jednotlivých součástí:

- **Aktivní členové organizace** – studenti, kteří se podílí na chodu organizace, tedy obětují svůj volný čas práci v organizaci. Členové plní různé funkce. Základní složení organizace je prezident, viceprezident, tajemník, PR manažer a jednotliví poradci. Další funkce, které mohou členové organizace zastávat, jsou například – grafik, manažer kulturních akcí, manažer vzdělávacích akcí, HR manažer, manažer sociálních sítí, účetní, fundraiser apod.
- **Další členové organizace** - jsou jimi externí konzultanti a čestní členové. Nemají hlasovací právo ale mohou se účastnit shromáždění valné hromady.
- **Prezident, viceprezident** – reprezentují organizaci navenek, kandidatura je schvalována valnou hromadou, voleni jsou studenty, funkční období je jeden akademický rok s možností opakované volby.
- **Zástupci ročníků** - zástupci voleni ze studentů jednotlivých ročníků a oborů studia na KVV. Volba je dobrovolná. Z každého ročníku a oboru je volen jeden zástupce a jeden náhradník. Tito tlumočí požadavky studentů na zasedání valné hromady.
- **Valná hromada** – nejvyšší orgán organizace. Shromáždění všech členů organizace a zástupců ročníků. Rozhoduje o chodu a hospodaření organizace, schvaluje plány, schvaluje kandidáty na prezidenta a viceprezidenta, odvolává prezidenta a viceprezidenta.
- **Studenti KVV** – volí své zástupce, volí prezidenta a viceprezidenta organizace.

Podíl hlasů na valné hromadě

- **Zástupci ročníků** – každý jeden hlas

- **Aktivní členové organizace** – každý jeden hlas

V případě nerozhodného výsledku připadá nejvyšší hodnota hlasu prezidenta, pokud se shoduje s hlasem viceprezidenta, pokud ne, hlasování se opakuje.

Ve volbě prezidenta a viceprezidenta má každý student KVV jeden hlas bez ohledu na funkci v organizaci.

Tento výčet je samozřejmě jen návrhem a v průběhu fungování organizace se může měnit. Zásadní slovo, co se týče plánování činnosti organizace, by mělo zůstat aktivním členům a studentským zástupcům. Ovšem studentská organizace na KVV má být ku prospěchu všem studentům, nejen těm, kteří mají čas se na jejím chodu podílet, proto je myslím důležité zachovat pravomoci volených zástupců ročníků.

## **2. Činnost studentské organizace**

Studentské organizace se většinou věnují především pořádání kulturních akcí, jako jsou plesy, večírky apod. Další oblastí je organizace vzdělávací akcí, tedy různých exkurzí a přednášek. Málo organizací poskytuje komplexní služby pro studenty. Chybí především zájem o studijní problémy studentů, jejich propagaci a s tím související uplatnění v praxi. V následujících podkapitolách rozeberu návrh jednotlivých činností a služeb, které bude organizace při KVV svým studentům poskytovat.

Jednotlivé činnosti se v mnohém prolínají. Dá se na ně nahlížet z různých hledisek. Například autoedukační hledisko, které jsem zmínila teoretické části práce (viz. kap. 6) zahrnuje téměř všechnu aktivitu organizace. Stejně tak poradenství v sobě může zahrnovat materiály, které organizace za tímto účelem vydává. Rozhodla jsem se proto rozdělit činnost organizace na poradenskou, propagační, autoedukační a pořádání kulturních akcí. V každá z podkapitol navrhnu hlavní aktivity spadající pod toto téma, případně odkážu na průřezová témata, kterými se zabývám jinde.

## **2.1. Poradenská činnost**

Myslím si, že poradenská činnost je pro studenty zásadní služba. Je důležité mít v průběhu studia místo, kde je možné řešit téměř jakýkoli problém. Tímto místem může být studijní oddělení, sekretariát katedry nebo právě studentská organizace. Ta se totiž skládá ze studentů a ti pravděpodobně umí se studentskými problémy poradit nejlépe.

Poradenská činnost vlastně probíhá mezi studenty téměř nepřetržitě. Každý den v průběhu studia se naskytnou situace, které studenti potřebují řešit. Většinou si vystačí mezi sebou, ale když se jedná o záležitost, se kterou nemají zkušenosti (zvláště v prvních ročnících), není od věci se pojistit a zeptat se někoho pověřeného.

### **2.1.1. Studijní poradenství pro současné studenty**

Kvalitní studijní poradenství pro současné studenty by měl být jeden z největších přínosů studentské organizace na KVV. Z vlastní zkušenosti vím, že ne se vším člověku na studijním oddělení poradí a někdy se raději než riskovat nějaká nedorozumění obrátím na své spolužáky. Na druhou stranu je otázek někdy mnoho a obtěžování neustálými dotazy není příjemné ani pro jednoho. Proto je důležité vědět, že existuje místo, kde jsou schopní s úsměvem (a zasvěceně) poradit v jakékoli situaci. Netvrdím, že by studijní referentky neměly potřebné znalosti a neposkytovaly kvalitní služby, ale myslím si, že nejlépe člověku vždy poradí někdo, kdo je ve stejné situaci, tzn. student stejného oboru, který stejnou situaci už řešil, či ví, kam člověka odkázat. Samozřejmě ne všichni studenti mají vědomosti a zkušenosti se všemi oblastmi studia, nezajímají se o např. o všechny studijní nařízení a nevyznají se ve směrnících a právních záležitostech doprovázející studium na UP.

Proto bych navrhovala pro studentskou organizaci vytvořit systém, či seznam studentů, kteří jsou schopní (a ochotní) v různých situacích poradit. Znamenalo by to tedy, že v konkrétním čase nebude sedět v kanceláři organizace deset členů, aby byli

schopní poradit všem studentům zároveň, nýbrž bych zavedla práci na směny s možností poskytnutí kontaktů na další osoby, které poradí v otázkách, na něž aktuálně přítomní nestačí.

Považuji za nereálné, aby byl vždy někdo v kanceláři přítomen, proto bych zavedla konzultační hodiny, včetně rozpisu, kdo kdy bude přítomen a s čím primárně je schopen poradit (včetně ročníku a oboru). Rozpis konzultačních hodin by mohl vypadat například takto:

PO 13-15 Jandásková (2.roč. NMgr UAJ-UVV, komb. MGP, Erasmus, uznávání předmětů)

ÚT 14-16 Nováčková (3.roč. Bc ZUŠ, přestup, přerušování studia)

ST 10-12 Sečtělý (2. roč. Bc FF-VV, mezifakultní studia, studijní řád)

S poradenskou činností souvisí i příručky pro první ročníky, případně obecné průvodce studiem. Tímto tématem se více zabývám v části o autoedukaci (viz. podkap. 2.4)

### **2.1.2. Poradenská činnost pro uchazeče o studium**

Další skupinou, na kterou lze cílit poradenskou činnost, jsou uchazeči o studium. Z vlastní zkušenosti vím, že rad ohledně výběru vysoké školy není nikdy dost. Studenti středních škol většinou nemají moc dobrou představu o tom, jak to na vysoké škole chodí ani kde tyto informace získat. Na sociálních sítích se pak hromadí dotazy uchazečů, kteří se snaží zjistit, jak probíhá studium jejich vybraného oboru, jak se připravit na přijímací zkoušky nebo jaká je šance na přijetí.

Poskytování rad uchazečům o studium je trochu ztíženo faktem, že pravděpodobně nemají přístup do prostor školy, tedy není možné toto poradenství provozovat přímo v kanceláři organizace. Pro tuto situaci je ovšem ideální využívat webových stránek či sociálních sítí. Stejně tak jako vydávat materiály podobné příručkám pro první ročníky, které by informovaly případné uchazeče o možnostech a požadavcích studia

na KVV. Také organizace programu v rámci dnů otevřených dveří by mohla spadat pod činnost studentské organizace. Myslím si, že uchazeči ocení mnohem více zkušenosti a názory z praxe od studentů KVV, než oficiální prohlídku budovy s výkladem.

### **2.1.3. Poradenství v otázkách praxe a dalšího vzdělávání**

Otázka praxe a dalšího vzdělávání je myslím také zásadní problém, který vysokoškolští studenti nemají kde řešit. Úkolem studentské organizace je samozřejmě další vzdělávání studentů v rámci přednášek, besed, exkurzí apod. Studentská organizace by se ovšem také mohla zaměřit na pomoc s navazováním kontaktů mezi studenty a zaměstnavateli. Někteří zaměstnavatelé kontaktují vysoké školy a inzerují tímto způsobem volná pracovní místa, ale tento systém není příliš efektivní, inzeráty visící různě po škole jsou často neaktuální, neúplné a velmi špatně hledají cestu ke správnému čtenáři. Studentská organizace na KVV by měla mít za úkol nejen shromažďovat tyto inzeráty, ale také aktivně vyhledávat pracovní nabídky a oslovovat zaměstnavatele. Dále by měla organizovat setkání s odborníky i absolventy KVV, kde by se studenti dověděli, jaké mají možnosti, co se týče zaměstnání a kariéry. V neposlední řadě by měla fungovat poradenské činnosti v tomto směru také v podobě individuálních konzultací v kanceláři organizace.

## **2.2. Propagační činnost**

Propagační činností mám na mysli komunikaci organizace s okolím, kde je jasným hlavním záměrem rozšíření povědomí o organizaci, její činnosti, případně také celé KVV a jejích studentů. Studentská organizace svou činností totiž propaguje nejen sebe, ale také katedru (příp. školu) a její studenty. Původně jsem chtěla popisovat jednotlivé typy propagace právě podle toho, zda primárně propagují organizaci, katedru nebo studenty. Avšak toto rozdělení nebylo příliš jasně vymezené. Např. prodejem upomínkových předmětů organizace propaguje katedru, sebe a jednotlivé



studenty, kteří se na jejich návrhu podíleli. Proto volím raději rozdělení propagace dle média, tedy na propagaci na internetu, pomocí předmětů a osobním kontaktem.

### **2.2.1. Webové stránky a sociální sítě**

Strukturu webových stránek organizací jsem již rozebrala v první části této práce (viz. kap. 5.1.). Zde tedy jen shrnu hlavní body, které považuji za důležité. Webová stránka organizace by měla mít jasnou cílovou skupinu pro svá sdělení a tomu přizpůsobený jak obsah, tak grafické zpracování. Pokud si organizace nemůže dovolit práci profesionála, měla by stránka obsahovat minimum grafických prvků a barev. Toto zaručí její přehlednost a snadné předání obsahu návštěvníkům.

Organizace na KVV by se také měla těchto zásad držet. Na návrhu webu organizace stejně jako loga by se měli podílet především studenti. A také rozhodovat o tom, jak bude ve finální verzi vypadat. I tak je ovšem nutno dbát na zásady, které jsem zmínila výše a tedy, aby grafické zpracování nepřehlušilo obsah sdělení.

Webové stránky by měly sloužit především studentům, ale také poskytovat základní informace o organizaci, KVV a studentech veřejnosti. Z tohoto důvodu by měly být stránky rozděleny na část pro veřejnost a teprve po přihlášení poskytovat rozšířený obsah studentům. Takto je možné prezentovat veřejnosti jednoduchým způsobem potřebné informace a zbytečně případného návštěvníka nezahltovat informacemi, které jej velmi pravděpodobně nezajímají.

Veřejná část stránek organizace by tedy měla obsahovat především informace o organizaci, oficiální materiály, informace o členech a kontakty. Dále také odkaz na možnost zakoupení propagačních materiálů, či dokonce přímo e-shop. V neposlední řadě by měla obsahovat informace o studentech katedry. Toto je velmi často zanedbávaný aspekt propagace. V prostředí KVV je tato otázka ještě závažnější než v případě kateder čistě teoretických studií, ale i v těchto prostředích je nutné dbát na zprostředkování dílčích úspěchů studentů, popisu jejich činnosti a kontaktů na ně. Je to prospěšné jak pro propagaci a šíření dobrého jména samotné katedry, tak pro pomoc studentům s budoucím uplatněním.

Sami studenti se také o propagaci své osoby mnoho nezajímají. Otázka, proč tomu tak je, by jistě stála za delší zamyšlení či výzkum. Pro účely této práce se budu ovšem dále zabývat raději přesnější otázkou, a to jak se o svou propagaci starají studenti KVV.

Z vlastní zkušenosti vím, že když po nás při nástupu do prvního ročníku bakalářského studia některý z vyučujících vyžadoval, abychom si vedli své autorské portfolio, připadalo mi to jakožto absolventce všeobecného gymnázia poněkud zvláštní. Zvláště proto, že práce v rámci odborných disciplín v bakalářském studiu byly především studijního charakteru a má představa obsahu autorského portfolio se s tímto moc nespojovala. Vlastní tvorbě jsem se v té době věnovala jen okrajově, neměla jsem potřebnou motivaci ani návyk, jako ostatní studenti z uměleckých a prakticky zaměřených škol. V průběhu bakalářského studia jsem získala trochu od každého a dalo by se říci, že jsem se i více profilovala, co se jednotlivých disciplín týče. Konečně jsem získala pocit, že mám něco hodnotného, co by se do portfolio hodilo. Pravdou je, že tato moje představa se v průběhu těch let mnohokrát změnila a moje někdy až přehnaná sebekritika mi také příliš nepomohla. K vytvoření reálného - fyzického portfolio mě tedy donutila až blížící se státní zkouška. Na webové verzi portfolio pomýšlím až nyní.

Myslím si, mnoho mých bývalých kolegů i současných studentů bakalářského studia sdílí tyto mé pocity a to jim možná brání ve snaze se jakkoli prezentovat. Současně jsem si jistá, že existuje mnoho studentů, kteří by se rádi prezentovali, ale zase neví, jak na to.

Proto jsem se rozhodla soustředit se ve své práci taky na tuto otázku. Částečně se otázka propagace studentů promítá i do poradenské činnosti organizace. Studentská organizace na KVV by měla být schopná studentům poradit, jak nejefektivněji dosáhnout toho, co od propagace očekávají. Napřed je tedy nutné probrat v rámci veřejného setkání či prozkoumat pomocí např. dotazníků, jestli mají studenti o pomoc s propagací zájem a jaké jsou jejich očekávání.

Vhodná míra angažovanosti studentské organizace v tomto problému je diskutabilní. Má představa je, že studentská organizace bude zabezpečovat v rámci svých webových stránek i jednoduchou propagaci studentů. Pod samostatnou záložkou na webu organizace by se nacházel seznam studentů dle jednotlivých ročníků a oborů a forem studia. Dále by bylo možné prohlédnout si základní informace o studentech, tedy informace o studiích, výstavách, oceněních,

disciplínách, kterým se věnuje, a odkaz na studentovy soukromé stránky. Zde vyvstává otázka, do jaké míry je tímto zasahováno do studentova soukromí. Samozřejmě by byli studenti vyzváni k poskytnutí těchto údajů a bylo by na nich se svobodně rozhodnout, zda o toto mají zájem, či nikoli. Je přitom důležité si uvědomit, že tyto informace jsou často běžně na internetu dohledatelné i jinými způsoby (např. pokud má student veřejný profil na Facebooku), tudíž se nejedná o tak velký zásah do soukromí, ale toto rozhodnutí samozřejmě náleží každému jednotlivci.

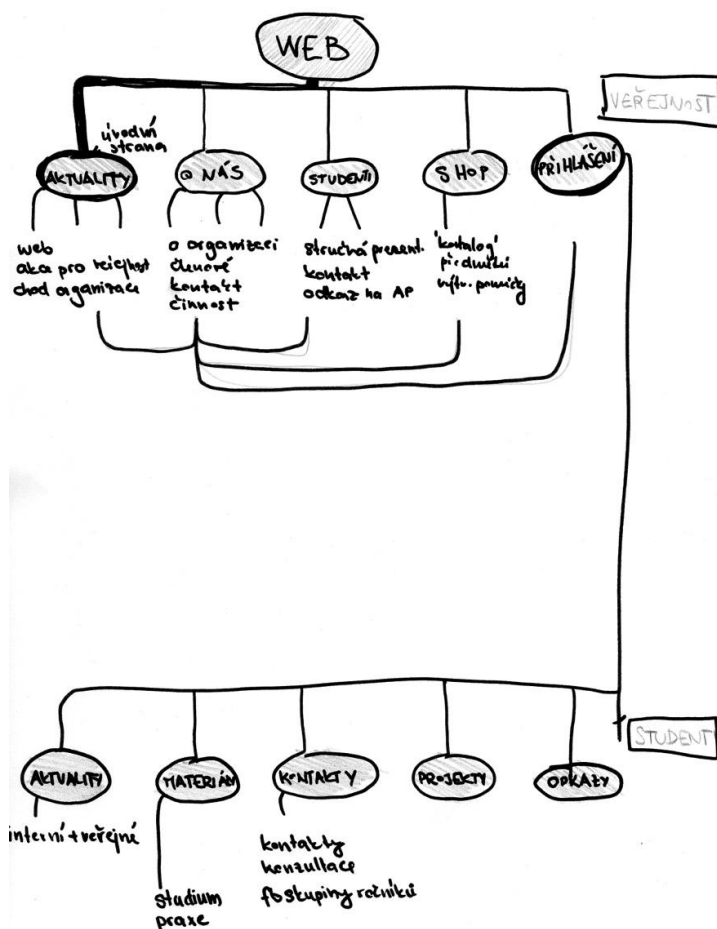
Udržování aktuálních informací na webových stránkách je další stránka věci, nad kterou je nutné se zamyslet. Určitě nemá smysl se pouštět do propagace studentů tímto způsobem, pokud by byl sběr informací a obsluha příliš časově a kupříkladu i finančně náročná, proto bych se omezila právě na stručný obsah s odkazem na další zdroj informací, jako jsou právě soukromé webové stránky, či portfolia. Dělení studentů dle ročníků studia je v souvislosti s aktuálností informací také ošemetná věc, jelikož studenti přerušují studium, opakují ročníky apod. Rozhodně bych ovšem pro přehlednost stránek od dělení neupouštěla úplně. Chytrým řešením se mi zdá rozdělení dle roku nástupu do studia, kdy není nutné se dále zabývat aktualizací a „posouváním“ jednotlivých ročníků, nýbrž stačí přidávat ročníky nové k těm existujícím a starat se pouze o případy ukončení studia apod.

Dále bude web obsahovat také informace určené pouze pro studenty KVV. Ty bude možné prohlížet pouze po zadání uživatelského jména a hesla.<sup>34</sup> Heslo bude studentům individuálně přiděleno v kanceláři organizace, případně bude fungovat jedno heslo pro celý ročník studia. Přidávání materiálů bude omezeno na zástupce ročníků a aktivní členy organizace, aby byla zachována kontrola nad obsahem a kvalitou. Tito budou také zodpovědní za udržování pořádku v této části webu. Studentský „interní“ web bude tedy umožňovat již zmíněné sdílení studijních materiálů, dále bude poskytovat rozšířené informace z chodu organizace, katedry a školy jako jsou konzultační hodiny vyučujících a organizace a studijní aktuality. Zde bude také místo pro vyvěšování inzerátů souvisejících se studiem a praxí.

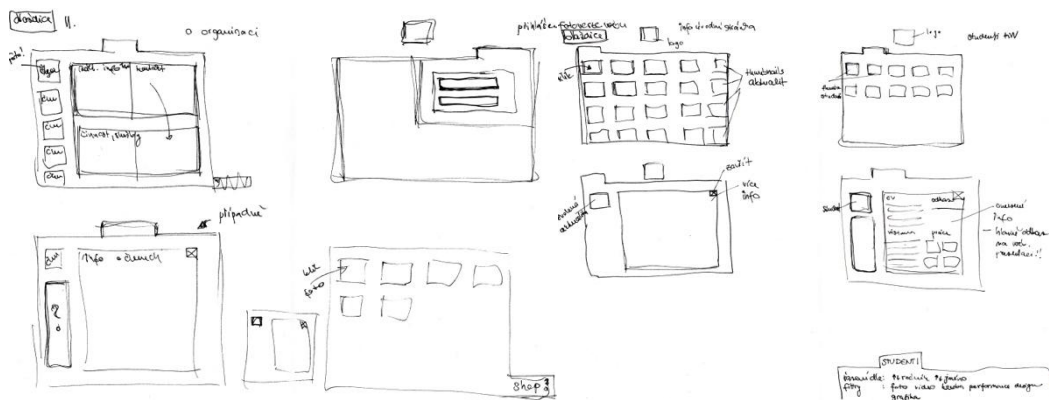
---

<sup>34</sup> Toto téma spadá více pod pojem autoedukace, ale protože se jedná o obsah webových stránek, stručně zde rozeberu alespoň způsob, jakým bude tato část webu fungovat. Obsahu se budu věnovat více v podkapitole o autoedukační činnosti organizace.

Ve veřejné části bude web obsahovat aktuality z chodu organizace a katedry, informace o organizaci, jejích členech a činnosti. Dále prezentaci studentů KVV, obchod, kde bude možné si prohlédnout a případně zakoupit materiály a upomínkové předměty, a v neposlední řadě odkazy na sociální sítě, adresu a kontakty. Pro lepší představu jsem vytvořila návrh tohoto webu. Nejdříve jsem vytvořila mapu webu a náčrtky pouze za pomoci tužky a papíru, poté jsem návrh převedla do elektronické podoby pomocí grafických programů Adobe Photoshop a Corel Draw. Jako ukázkový obrazový materiál na web jsem použila výhradně fotografie a obrázky, které jsem sama vytvořila. Při práci v grafických programech jsem se postupně poněkud vzdálila od prvotních náčrtů a výsledek se nese ve velmi minimalistickém duchu. Myslím si, že toto odráží ducha studentského sdružení, jehož stránky slouží primárně pro účely studentů. Omezená grafická podoba s minimem výrazných obrazových prvků je dle mého názoru příjemným osvěžením pro studenty, kteří mohou být vizuálními vjemy někdy až přesyceni.



Obr. 123 Mapa webu organizace. Zdroj: vlastní



Obr. 124, 125 Náčrtky vzhledu webových stránek organizace. Zdroj: vlastní



Obr. 126 Hlavní stránka webu organizace. Zdroj: vlastní

## ORGANIZACE STUDENTŮ KVV PDF UP

---

aktuality  
o nás  
studenti  
e-shop

---

přihlásit

---

Unělecké centrum UP  
Universitní 3-5  
77100 Olomouc  
tel. 585123456  
os.kvv@gmail.com  
po-pá 9-15h

facebook  
instagram  
twitter

---

### O organizaci

---

[více](#)

---

### Činnost

---

[více](#)

---

### Členové

---

[více](#)

Obr. 127 Příspěvky v kategorii „o nás“. Zdroj: vlastní

## ORGANIZACE STUDENTŮ KVV PDF UP

---

aktuality  
o nás  
studenti  
e-shop

---

přihlásit

---

Unělecké centrum UP  
Universitní 3-5  
77100 Olomouc  
tel. 585123456  
os.kvv@gmail.com  
po-pá 9-15h

facebook  
instagram  
twitter

### O organizaci

---

Organizace studentů KVV PdF UP je dobrovolné občanské sdružení studentů Katedry výzavné výchovy Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.

Účelem organizace je především skvalitňování studentského života.

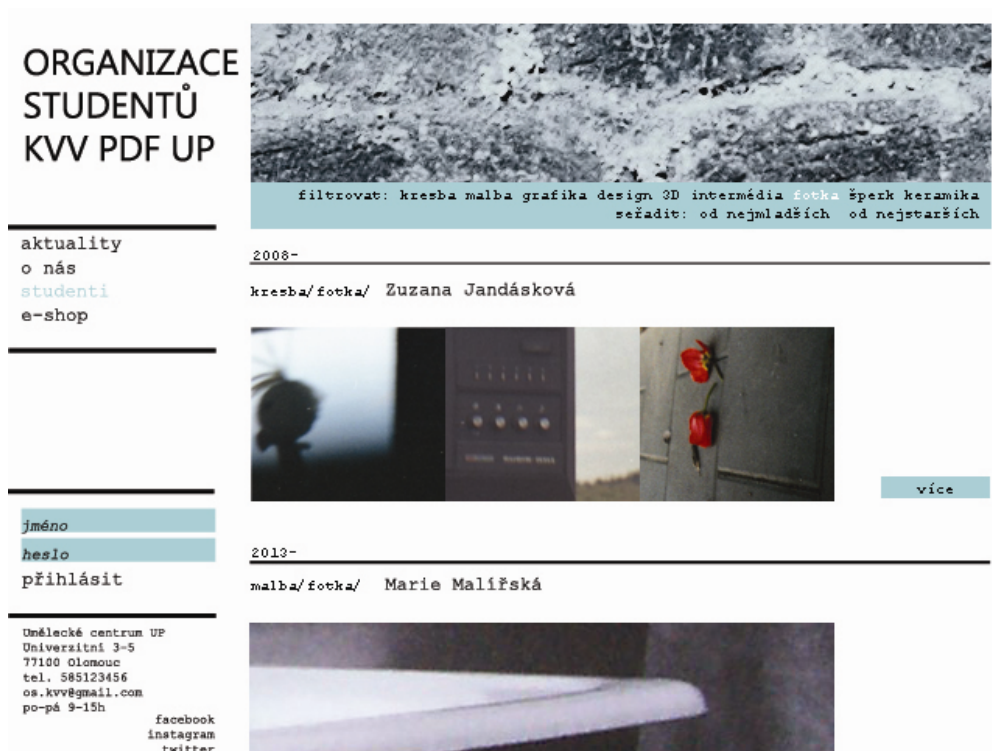
Organizace se věnuje:

- poradenské činnosti pro studenty a uchazeče
- pořádání kulturních a vzdělávacích akcí
- propagaci a podpoře studentských aktivit
- šíření dobrého jména KVV

Členem organizace se může stát student KVV, který projeví zájem o aktivní účast na chodu organizace.

Pro více informací sledujte naše sociální sítě, napiště nám e-mail, či nás navštivte v naší kanceláři.

Obr. 128 Plné znění příspěvku „O organizaci“. Zdroj: vlastní



Obr. 129 Prezentace studentů na webu organizace. Zdroj: vlastní



Obr. 130 Prezentace konkrétního studenta na webu organizace. Zdroj: vlastní

V interní části bude web obsahovat rozšířené množství aktualit, studijní materiály, projekty, kontakty a užitečné studijní odkazy. Příspěvky na webu bude možné třídit dle tématu a data vložení, jak v interní, tak veřejné části stránky.

# ORGANIZACE STUDENTŮ KVV PDF UP

veřejné

aktuality  
o nás  
studenti  
e-shop

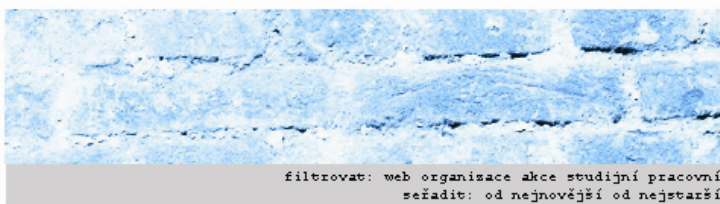
interní

aktuality  
materiály  
projekty  
kontakty  
odkazy

Zuzana  
Jandásková  
odhlásit

Umělecké centrum UP  
Univerzitní 3-5  
77100 Olomouc  
tel. 585123456  
os.kvv@gmail.com  
po-pá 9-15h

facebook  
instagram  
twitter



15 březen 2014 Zuzana Jandásková

organizace/ Shromáždění OS 25/4/2014, 20h, lektorium

10 březen 2014 Jan Novák

pracovní/ Volná pozice učitele VV na ZŠ Blabla OL, více info 585654585

28 únor 2014 Zuzana Jandásková

studijní/web/ Nové KH vyučujících KVV v záložce kontakty

15 únor 2014 Marie Nová

studijní/web/ Nové materiály pro společný základ v záložce materiály

11 leden 2014 Zuzana Jandásková

web/ Nové profily studentů v záložce studenti

1 leden 2014 Jan Novák

akce/ Ples KVV proběhne 20/2/2014, vstupenky v předprodeji v kanceláři OS

29 prosinec 2013 Marie Nová

akce/studijní/ Workshop origami 21/1/2014, 14-16h, lektorium

10 prosinec 2013 Zuzana Jandásková

akce/ Vánoční setkání proběhne 20/12/2013, 16h, ateliér malby

5 prosinec 2013 Marie Nová

studijní/web/ Nové studijní opory pro KVV z záložce materiály

25 listopad 2013 Jan Novák

pracovní/ Brigáda prodej u stánku na vánočních trzích, více info v kanceláři

Obr. 131 Interní část webu organizace přístupná po přihlášení. Zdroj: vlastní

# ORGANIZACE STUDENTŮ KVV PDF UP

veřejné

aktuality  
o nás  
studenti  
e-shop

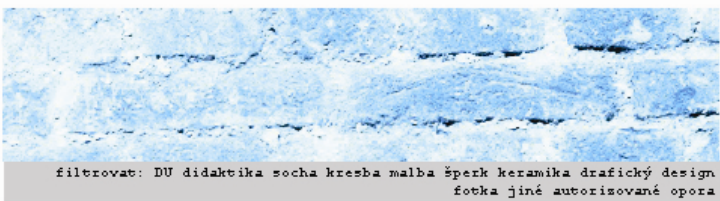
interní

aktuality  
materiály  
projekty  
kontakty  
odkazy

Zuzana  
Jandásková  
odhlásit

Umělecké centrum UP  
Univerzitní 3-5  
77100 Olomouc  
tel. 585123456  
os.kvv@gmail.com  
po-pá 9-15h

facebook  
instagram  
twitter



15 březen 2014 Zuzana Jandásková

autorizované/DU/ Dějiny umění 1

10 březen 2014 Jan Novák

DU/ Zápisky z přednášek DU 1

28 únor 2014 Zuzana Jandásková

opora/kresba/ Studijní opora KRESBA

15 únor 2014 Marie Nová

studijní/jiné/ Skripta didaktika, pedagogika

11 leden 2014 Zuzana Jandásková

socha/ Zápisky z přednášek

1 leden 2014 Jan Novák

didaktika/ Presentace 1. roč. NMgr

29 prosinec 2013 Marie Nová

autorizované/fotka/ Studijní opora FOTKA

10 prosinec 2013 Zuzana Jandásková

autorizované/ didaktika/ Sbirka učebních plánů 2. roč. Nmgr

Obr. 132 Příspěvky v kategorii „materiály“ na webu organizace. Zdroj: vlastní



Co se týče sociálních sítí, bude studentská organizace využívat veřejnou skupinu na Facebooku k oficiálním prohlášením a pozvánkám a také Twitter, kde bude zveřejňovat krátké příspěvky z chodu organizace a oznámení, které je třeba distribuovat mezi odběratele rychle. Z dalších sociálních sítí a platforem bude organizace využívat Flickr, především k prezentaci fotografií z akcí a Instagram, podobně jako u Twitteru k rychlým oznámením s vizuálním doprovodem. Pro účely správy sociálních sítí bude nutné vytvořit místo správce pro jednoho člena organizace či malý operační tým. Je důležité, aby sdělení měla jednotný styl a formát, proto není vhodné, aby měl ke správě přístup každý člen organizace. Myslím si, že využití Instagramu a Twitteru je v podmínkách UP něčím novým a pro organizaci studentů výtvarné výchovy mohou být tyto sítě velmi užitečným pomocníkem.

### **2.2.2. Propagační předměty**

Propagačním materiálům jsem se z teoretického hlediska věnovala v teoretické části práce (viz. kap. 5.4). Pro propagační materiály organizace považuji za důležité stejné aspekty, které jsem probírala obecně u propagačních materiálů jednotlivých škol. Cílovou skupinou pro propagační materiály organizace na KVV by ovšem byli především její studenti, dále také uchazeči o studium a až pak širší veřejnost. Proto je dle mého názoru důležité, aby se na jejich tvorbě podíleli a měli hlavní slovo v rozhodování o jejich vzhledu. To se týká především upomínkových předmětů. Upomínkové předměty by měly oslovit především studenty – výtvarníky. Proto bych mezi ně zařadila především předměty, které studenti běžně při výuce na KVV využívají, jako jsou psací, kancelářské a především výtvarné potřeby. Jelikož se jedná o předměty, které studenti nakupují znovu a znovu, bylo by dobré také obměňovat jejich design. Myslím si, že ideálním řešením by bylo zapojit do návrhů těchto motivů studenty v jednotlivých ateliérech. Například využít společných témat a z výsledných prací všech studentů vybrat menší množství, ze kterých by si poté sami studenti zvolili svého „favorita“ (např. prostřednictvím hlasování na Facebooku). Základní design obalů a rozvržení prvků (loga organizace a katedry,

odkazy na webové stránky apod.) by zůstalo zachováno, obměňoval by se pouze hlavní motiv. Tímto by se prostřednictvím upomínkových předmětů propagovali jak sami studenti, tak organizace i katedra.

Prodej upomínkových předmětů organizace zajistí v rámci své kanceláře, případně v určených dnech a u speciálních příležitostí jinde (např. stánek při Majálesu UP apod.) Ceny těchto předmětů by se samozřejmě pohybovaly v pro studenty přijatelném rozmezí. Výtěžek z prodeje by sloužil na financování chodu organizace, případně nákup dalších pomůcek a obecně zlepšení podmínek studentů KVV. Toto by nejlépe fungovalo za předpokladu, že by se podařilo na výrobu předmětů sehnat sponzora, a tudíž veškeré peníze z prodeje by putovaly zpátky ke studentům. Nákup upomínkových předmětů se, dle mého názoru, může zdát zbytečnou investicí, ač je jejich design sebelepší. Myslím si, že toto by byl velmi důmyslný způsob, jak přimět studenty, aby vlastně sami přispívali ke zlepšení podmínek svého studia.

Co se týče propagačních materiálů organizace a jejich členů, považuji za důležité, aby měl každý člen, který se bude věnovat poradenské činnosti, svou vizitku, a také aby organizace disponovala obecnými vizitkami pro potenciální partnery či uchazeče o studium. Jelikož je tisk těchto materiálů finančně náročný, zvláště protože je nutné je často obměňovat, mohly by mít také podobu předmětů denní potřeby studentů. Například zápisník s přebalem obsahujícím informace o organizaci.

Z dalších materiálů bude organizace vydávat také tematické brožury ze studia na KVV zaměřené především na uchazeče o studium, průvodce studiem a studijní opory.

### **2.2.3. Osobní kontakt**

Na propagaci studentské organizace prostřednictvím osobního kontaktu se dá dívat dvěma způsoby. Jedním z nich je propagace nezáměrná. Za nezáměrnou by se dala označit propagace organizace prostřednictvím akcí a dalších činností, které nemají primární propagační účel. Například hlavním účelem pořádání vzdělávacích akcí je případné zájemce vzdělávat, ne šířit povědomí o organizaci. Stejně tak poskytování studijních opor pro studenty má primárně vzdělávací funkci. Druhý typ propagace je propagace záměrná, tedy taková činnost organizace, která má primárně propagační

účel. Za tu považuji poskytování informací prostřednictvím internetových stránek organizace, sociálních sítí a přímé oslovování. Právě přímé oslovování tedy spadá do kategorie osobního kontaktu.

Cílovou skupinou propagace jsou, jak už jsem výše zmínila, jak studenti KVV, tak uchazeči o studium. Dále také firmy, instituce a sdružení, se kterými by mohla organizace při svých projektech spolupracovat. Co se týče přímého oslovování „zákazníků“, tedy osob z řad studentů KVV, kteří budou služeb organizace využívat, bude toto probíhat především prostřednictvím veřejných shromáždění a akcí pořádaných organizací. K oslovování uchazečů o studium by mohla organizace zvolit sociální sítě, e-maily s nabídkami pro školy, apod. K oslovování potenciálních sponzorů a partnerů bude v počátcích pravděpodobně nutné využít metod tzv. „cold mailingu“<sup>35</sup>. Myslím si, že organizace může velmi dobře využít ve svůj prospěch fakt, že se jedná o spolek výtvarníků, ale zároveň také pedagogů a studentů dalších oborů v kombinaci s výtvarnou výchovou. Proto je možné tímto způsobem oslovit nejen tiskárny a obchody s výtvarnými potřebami, ale také školy a další vzdělávací instituce. Co se týče materiálního sponzoringu, zaměřila bych se hlavně na menší společnosti a místní podnikatele, kteří uvítají jakoukoli reklamu, kterou jim spolupráce přinese. Spolupráce se vzdělávacími institucemi může být také pro obě strany velmi prospěšná. Jedná se o bohužel ne příliš prozkoumanou tematiku, která se ale do kapitoly o propagaci příliš nehodí.

Propagační strategii organizace z hlediska přímého kontaktu bych tedy rozdělila na navazování kontaktů se studenty prostřednictvím akcí a shromáždění, případně také e-mailem a na Facebooku, a oslovování potenciálních partnerů metodami cold a warm mailingu. Hlavním cílem oslovování studentů je získání nových členů pro svou činnost a také rozšíření povědomí mezi studenty-„zákazníky“, tedy těmi, kteří by mohli využívat služeb organizace. Oslovováním firem a institucí organizace získá jak další „zákazníky“ (v případě škol, muzeí, apod.) tak partnery, sponzory a možná i budoucí zaměstnavatele.

---

<sup>35</sup> „Cold mailing“ nebo také „cold mail promotion“ či „cold calling“ je praktika, při které společnost kontaktuje nové potenciální zákazníky a sponzory se kterými zatím nepřišla do styku. Jedná se vlastně o formu nevyžádaných zpráv, či telefonátů. Opakem tohoto je tzv. „warm mailing“ či „warm calling“, kdy společnost kontaktuje své stávající či bývalé zákazníky například s novými nabídkami. (Marketing and Your Community Group, 2013)

## **2.3. Pořádání kulturních akcí**

Pořádáním kulturních a jiných akcí se zabývá téměř každá studentská organizace. Dalo by se říci, že mnoho spolků vzniká právě proto, aby nějakým způsobem zaštitily organizování těchto akcí a daly jim tím jasnou tvář. Jméno organizace se totiž ve spojitosti s akcí pamatuje mnohem lépe a vyvolává méně otázek než konkrétní jméno osoby, která je skutečným pořadatelem. Protože je toto téma již poněkud vyčerpané, zmíním zde pouze stručně, jaké z akcí (které již na KVV běžně probíhají) by mohla mít organizace na starost a jakým způsobem by mohly být zajištěny.

Protože je KVV katedrou výtvarníků, nabízí se v první řadě organizování výstav. Tyto by mohly vznikat pravidelně k různým příležitostem a mohly by mít vždy společné téma, tedy i práce by vznikaly speciálně pro tyto výstavy. Samozřejmě je možné, aby se organizace věnovala také výstavám volných prací jednotlivců, ale myslím si, že jasné společné téma pravidelných výstav by mohlo být pro studenty zajímavou motivací k tvorbě. Podobné společné výstavy různých ateliérů probíhaly za dob mého bakalářského studia a myslím si, že velmi úspěšně.

Dalším tématem kulturních akcí je samozřejmě každoroční vítání studentů prvních ročníků. Je tradicí, že o organizaci těchto večírků se starají studenti třetích ročníků, ale stejně tak by mohly fungovat pod záštitou studentské organizace. Myslím si také, že by se večírky nemusely omezovat jen na příležitost vítání nových studentů. Vánoční večírek či setkání studentů by mohl být také zajímavým tématem.

V neposlední řadě by se studentská organizace měla podílet také na pořádání plesu či menších akcí v podobném duchu.

## **2.4. Autoedukační činnost**

Souvislostí pojmu autoedukace s činností studentských organizací jsem se již zabývala v teoretické části práce (viz. kap. 6.). Proto pouze zopakuji, že za autoedukační považuji jakoukoli činnost, kterou studenti v souvislosti s organizací

vykonávají. Proto do této podkapitoly zahrnu jen oblasti, které mají jasný edukační potenciál.

Sem patří samozřejmě pořádání akcí edukačního charakteru, jako jsou besedy s umělci a odborníky z různých oborů. Dále také exkurze, workshopy, dílny, výměnné pobyty apod. Tyto akce na vysokých školách běžně probíhají, třebaže ne vždy pod záštitou studentské organizace. Tyto akce bude organizace samozřejmě pořádát, ale je zbytečné zde uvádět nějaký konkrétní plán. Studentská organizace bude reagovat na aktuální potřeby a poptávku z řad svých studentů a také nabídky spolupráce spřátelených institucí, organizací a partnerů. Nebudu těmto akcím tedy zde věnovat tolik prostoru.

Co je dle mého zajímavějším tématem souvisejícím s edukačními besedami a přednáškami, jsou akce, které pořádají studenti a sami jsou hlavními vystupujícími. Myslím si, že tyto akce jsou pro studenty mnohdy daleko atraktivnějšími a hlavně poskytují více motivace pro sebevzdělávání. Ač jsou významné osobnosti moderního umění či zkušené pedagogové jistě velmi ceněnými odborníky a jejich vystoupení jsou přínosem pro každého účastníka, například seminář se studentem, který se sám věnuje nějaké zajímavé technice či pracuje v netradičním odvětví oboru, je pro ostatní studenty jistě velmi zajímavým zpestřením. Tyto akce by se nemusely zaměřovat pouze na prezentaci vlastní osoby a činnosti studenta. Mohly by souviset také s poradenskou činností organizace. Například přednáška o studiu na UP a KVV pro první ročníky nebo úvod do využívání studijních portálů, STAGu, besedy se studenty, kteří absolvovali zahraniční pobyt, či naopak se zahraničními studenty, toho času na studijním pobytu v ČR.

Další příležitostí pro sebevzdělávání studentů je jistě tvoření obsahu webu organizace. Jak jsem již zmínila výše ( viz. 2.2.1.), interní část webu bude obsahovat studijní materiály. Kromě materiálů oficiálních, které by měl web sdružovat a poskytovat studentům, bude úkolem studentské organizace také materiály tvořit, nebo alespoň umožňovat sdílení kontrolovaných materiálů pomocí webu. Jak jsem již zmínila výše, přístup k zadávání informací na web budou mít pouze určití studentští zástupci a bude jejich zodpovědností, aby neobsahovaly nepovolený či nevhodný materiál. Studenti běžně mezi sebou sdílejí zápisky z přednášek nebo kopie skript a odborné literatury. Toto většinou probíhá prostřednictvím společných e-mailových schránek či studijních skupin na Facebooku. Úroveň těchto materiálů se velmi různí. Proto by bylo úkolem studentské organizace tyto materiály

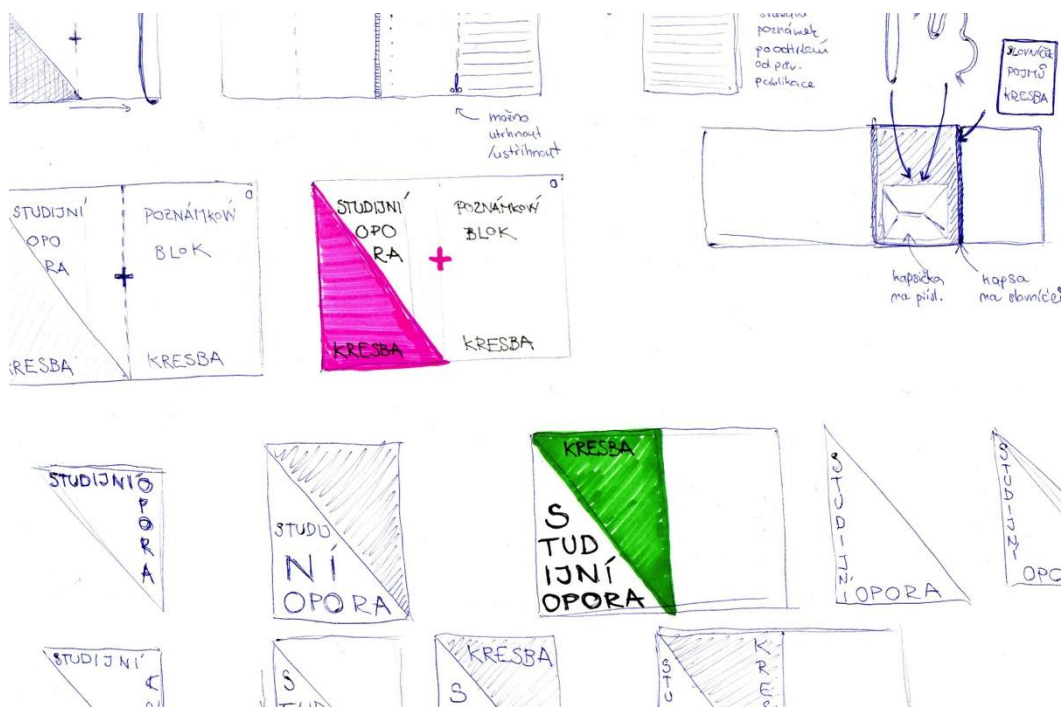
shromažďovat, kontrolovat, doplňovat a teprve kvalitní obsah se správně uvedenými zdroji sdílet pomocí webových stránek. Toto je samozřejmě velmi náročný úkol a je otázkou, jak přimět studenty, aby se na něm aktivně podíleli a nevyužívali pouze práce ostatních. Omezením přístupu k těmto hotovým materiálům pouze pro tvůrce a přispěvatele by organizace porušovala svou zásadu poskytování pomoci všem studentům. Řešením by mohlo být zpoplatnění upravených konečných forem materiálů s tím, že výtěžek by, stejně jako u upomínkových předmětů, znovu putoval na chod a práci organizace. Mnoho studentů ale už tak bojuje s otázkou financování svých studií. Ideální by tedy bylo umožnění sdílení neupravených materiálů prostřednictvím webových stránek s označením, že obsah nebyl kontrolován a organizace za něj nenesе žádnou odpovědnost. Pro práci na kontrolovaných a doplněných verzích by se zvolily pracovní skupiny jednotlivých ročníků, které by poté materiály nabízely za přiměřenou studentskou cenu ostatním. S tímto souvisí i další téma, kterému bych se zde chtěla věnovat a to tvorba studijních opor.

Nápad na návrh studijních opor pro studenty KVV přišel spíše v průběhu tvorby této práce, než že by byl jejím základním kamenem. Již dlouhou dobu mi ovšem v hlavě ležel nápad na projekt, kde by se žáci základních škol aktivně podíleli na tvorbě vlastních učebnic. Ovšem zatím jsem neměla příležitost zkoumat toto téma do větší hloubky. Proto když jsem uvažovala nad autoedukačními materiály pro studenty KVV, vybavilo se mi, jak jsme vždy v bakalářském studiu těžce sháněli kvalitní a stručné informace k jednotlivým výtvarným disciplínám jako je kresba, malba, keramika apod. Netvrdím, že neexistuje kvalitní odborná literatura v těchto oborech, ale v prvním ročníku studia na vysoké škole člověk málokdy ví, kam sáhnout a jak literaturu zpracovat do přehledných a užitečných poznámek. Z některých předmětů jsme měli k dispozici poznámky a studijní okruhy od samotných vyučujících a samozřejmě jsme si vedli vlastní poznámky z přednášek, ale skloubit tyto do smysluplného a uceleného studijního materiálu byl mnohdy nadlidský výkon.

Zde se tedy zrodil nápad na tvorbu přehledné studijní opory, zvláště pro nižší ročníky studia. Původně jsem přemýšlela pouze v rozmezí těchto výtvarných disciplín, protože tvoří logickou řadu, která by se dala dále rozšiřovat a vylepšovat. Poté přišla myšlenka vytvořit oporu také pro studenty, kteří se chystají na pedagogickou praxi, protože toto je další období v životě studenta-pedagoga, kdy se

srozumitelné, přehledné a ucelené materiály velmi hodí, avšak špatně a zdlouhavě hledají.

Vrátím se tedy k materiálům, které budu nazývat studijní opory praktických disciplín. Prvními z těchto disciplín, se kterými se student na KVV setká, je kresba, malba a sochařství. Navíc je na nich možné vysvětlit téměř všechny základní výtvarné zákonitosti, proto bych se věnovala návrhu obsahu především těchto tří studijních opor. Při úvahách o tom, do jaké hloubky tyto disciplíny a jejich teorii rozebrat tak, aby byly stručné, jednoduché, ale zároveň využitelné pro všechny studenty, jsem si uvědomila, že je to nemožný úkol. Některým studentům stačí ke studiu minimum informací, a jiní raději prostudují větší množství literatury. Další zase vyhledávají zajímavosti a díky těmto, možná nepodstatným maličkostem a perličkám si látku daleko lépe zapamatují. Autoři skript a studijní literatury tedy nemají vůbec jednoduchou práci. Já jsem se rozhodla, že studijní opora by měla být v první řadě stručná natolik, aby bylo možné ji mít vždy po ruce. S tímto samozřejmě souvisí také výběr formátu. Stručná opora by ovšem měla obsahovat dostatek odkazů na další literaturu, a to včetně jednoduchého popisu, co přesně v této literatuře student najde. Nic totiž neodradí víc než stručný studijní text bez odkazů s dlouhým seznamem doporučené literatury na konci bez bližšího upřesnění. Tomuto bych se chtěla vyhnout a využít raději poznámek pod čarou a odkazů přímo v textu. Zároveň si ale uvědomuji, že aby byla tato studijní opora využitelná ve výuce, je nutné ji přizpůsobit jednotlivým vyučujícím, což také není lehký úkol. Zvláště proto, že personální zajištění jednotlivých disciplín se od doby mého bakalářského studia už změnilo tolikrát, že není možné od knihy očekávat její každoroční přizpůsobování. Proto mě napadla spásná myšlenka - mnoho studentů si u přednášek dělá do skript poznámky. Toto je také mnohem příjemnější způsob zapisování než tvoření vlastních poznámek do sešitu. Proto jsem se rozhodla vytvořit studijní oporu, která bude stručná, přehledná a zároveň bude poskytovat prostor pro vlastní poznámky studentů. Vlastně by se tento typ materiálu dal nazvat pracovním sešitem, ač toto označení příliš připomíná základní školu. Bude se tedy jednat o spojení učební opory s poznámkovým blokem. A protože ne každému by mohlo vyhovovat nosit s sebou blok zapracovaný do učebnice, rozhodla jsem se, že bude možné tuto studijní oporu rozpůlit a získat tak učebnici a blok zvlášť. Zároveň bude tato studijní opora obsahovat vyjímatelný slovníček základních pojmů. Pro lepší představu zde uvádím náčrt, jak by tato opora mohla vypadat.



Obr. 133 Část náčrtů ke studijním oporám z praktických disciplín. Zdroj: vlastní

Posledním tématem, kterému bych se zde chtěla věnovat, je tvorba příruček pro první ročníky a obecných průvodců studiem. Velmi se mi líbí verze této brožury v provedení SU NCAD, kterou jsem uvedla jako příklad v teoretické části práce. Tematicky se jedná o spojení průvodce studiem s příručkou pro první ročníky, protože je zde možné nalézt jak obecné základní informace o škole, její struktuře, rozmístění budov, obecná pravidla apod., tak informace, které jsou specifické pro aktuální akademický rok a novinky z chodu školy a organizace týkající se také vyšších ročníků. Tyto brožury jsou dostupné v prostorách SU pro všechny studenty (včetně zahraničních) zdarma. Myslím si, že je dobré ponechat tvorbu těchto materiálů v režii samotných studentů. Škole to ušetří čas i peníze a uživatelům příručky poskytne náhled obohacený o cenné informace z praxe studia na škole, které mohou poskytnout jen sami studenti. Proto navrhuji, aby se studentská organizace zabývala také tvorbou obdobné brožury pro studenty, případně také pro uchazeče o studium na KVV. Obsahovat by měla jak informace podobné těm, které prezentuje Kudy Kam, ale také plánek budov, které studenti KVV využívají, informace o jednotlivých ateliérech, komunikaci na katedře, řešení problémů, apod. Dále také



užitečné odkazy pro výtvarníky např. seznam muzeí, galerií, kontakty a mapy obchodů s výtvarnými potřebami, ale také třeba seznam památek v Olomouci. Pro uchazeče o studium by se daly zařadit informace o přijímacím procesu na KVV, jak zpracovávat portfolia, jak se připravit na talentové zkoušky, kde se ubytovat v jejich průběhu a v první řadě proč si zvolit právě KVV PdF UP.

Tento výčet autoedukačních příležitostí pro studenty v souvislosti se studentskou organizací zcela jistě není úplný. Hlavním účelem této práce je především poukázat na aktivity a služby, které nejsou v našich podmínkách u studentských organizací příliš obvyklé, stejně tak jako upozornit na příležitosti, které může organizace KVV využít pro vzdělávání svých studentů právě díky specifickému zaměření studia.

### **3. Povědomí studentů KVV o studentských organizacích a zájem studentů o služby navrhované pro organizaci na KVV**

Pro zjištění míry informovanosti studentů KVV o studentských organizacích jsem se nejprve rozhodla vytvořit dotazník, jehož výsledky jsem měla v úmyslu zde vyhodnotit. Poučila jsem o tvorbě dotazníků v odborné literatuře a zjistila jsem, že účelu mé práce nejlépe vyhovují otevřené otázky. Dotazník tedy ve výsledku obsahoval dvacet šest otevřených otázek. Tyto dotazníky jsem měla v plánu zadat k vyplnění různým ročníkům studia na KVV, protože jsem předpokládala, že míra informovanosti se mění především s délkou studia. Rozhodla jsem se zadávat dotazníky osobně v jednotlivých vyučovacích hodinách, kde se setkává vždy větší množství studentů. Protože zodpovídání otevřených otázek trvá delší dobu, ukázalo se, že celý dotazník zabere studentům asi dvacet minut a není proto reálné jej vyplňovat ve vyučování. Požádala jsem tedy studenty, aby si dotazníky vzali domů a v příští hodině je odevzdali. Toto také nebyl dobrý tah, protože návratnost dotazníků se snížila téměř na nulu. Je zajímavé, že návratnost se ukázala být v nepřímé úměře k ročníku studia. Tedy čím vyšší ročník, tím menší návratnost. Z toho důvodu a také proto, že velká část studentů plnila v době zadávání dotazníků povinnou praxi, rozhodla jsem se zadat dotazník také elektronicky. Využila jsem platformy Google Docs<sup>36</sup>, kde jsem vytvořila dotazníky, a oslovila studenty pomocí sociálních sítí. Musím říci, že jsem neočekávala nějaké závratné sumy vyplněných dotazníků. Sama ale občas nějaký ten průzkum někomu vyplním, pokud mám chvíli času. Vždy mi toto přijde jako lépe využitý čas než bezcílné prohlížení sociálních sítí. Do tohoto dne mi online dotazník nevyplnil ani jeden student. Myslím si, že důvodem malé návratnosti je také velmi omezená cílová skupina. Pokud počítám, že studentů prezenčního studia na KVV je (alespoň podle STAGu) 185, na přednášky a semináře jich v daný termín přišly dvě třetiny, polovina jich dotazníky nevrátila a polovina z navrácených nebyla čitelná, dostávám se k číslu třicet, což odpovídá reálnému počtu navrácených dotazníků.

---

<sup>36</sup> „Google Docs (zkráceně GDocs nebo česky "Dokumenty Google") jsou vedle známého Gmailu asi nejvýraznějším představitelem rodiny webových aplikací Google. Slouží k individuálnímu, ale především kolektivnímu editování textových dokumentů, souborů tabulkového kalkulátoru, prezentací a dotazníkových formulářů.“ (Pitner, 2009)

Proto jsem se rozhodla nezpracovávat tuto tematiku formou výzkumu, ale prezentovat zde pouze výčet zajímavých odpovědí na jednotlivé otázky.

Otázky v dotazníku jsem se snažila formulovat konkrétně, ale zároveň tak, abych nepodstrkovala respondentům své názory. Pokud jsem se dotazovala například na zájem o služby, formulovala jsem otázku více obecně, tedy neuváděla jsem, jak by služba měla přesně vypadat a za jakých podmínek by měla fungovat. Předpokládala jsem, že právě tyto detaily respondenti doplní dle vlastních představ. Abych uvedla konkrétní situaci, vyberu otázku ohledně prezentace vlastní osoby. Jedná se vlastně o dvojici otázek. První zní: „Vedete si autorské portfolio?“. Na tuto navazuje otázka: „Uvítali byste i jiný způsob prezentace vlastní tvorby a úspěchů? Pokud ano, jaký? Pokud ne, proč ne?“. Touto otázkou jsem mířila na plánovanou prezentaci studentů na webových stránkách organizace a samozřejmě pořádání výstav. Očekávala jsem, že studenti sami přijdou s návrhy, jaký způsob propagace by jim vyhovoval, a případně se jejich nápady budou shodovat s mými. Z třiceti navracených dotazníků deset obsahovalo odpověď podobnou této, kterou zde vybírám pro ukázkou: „Online – vlastní stránky/blog“. Je to tedy pro mě důkaz toho, že studenti mají o tuto službu zájem.

Dotazník tedy obsahoval kromě obecných otázek zaměřených na povědomí studentů o organizacích již fungujících také otázky týkající se studijního poradenství, poradenství v oblasti praxe, zdrojů informací ke studiu, propagace vlastní osoby, dostupnosti výtvarných pomůcek, zájmu o propagační předměty katedry, obecného zájmu o služby organizace, zájmu o podílení se na chodu organizace a v neposlední řadě otázku přínosnosti studentské organizace pro studentstvo.

V první části dotazníku se studentů ptám, jestli znají nějaké studentské organizace na UP. Dva z navracených dotazníků odpovídají na tuto otázku kladně a zároveň jsou schopni jmenovat tyto organizace. Myslím si, že důvodem tolika záporných odpovědí je na jednu stranu fakt, že se většině respondentů spíše nechtělo přemýšlet nad názvy organizací, případně nechtěli uvést chybný název nebo organizaci, která do této skupiny nepatří. Druhým důvodem je právě neangažovanost a nezájem studentů o dění na škole. Toto je také obsahem další části dotazníku. Táži se zde, jestli se sami účastní akcí a využívají služeb těchto organizací. Většina odpovědí se nese v duchu nedostatku času či informovanosti. Toto myslím přesně vystihuje atmosféru na vysokých školách. Studenti jsou, dle mého názoru, zavaleni povinnostmi jak školními, tak pracovními a nezbývá jim příliš mnoho času na

případné sebevzdělávání a další aktivity. Nebudu se zde ale dále zabývat každou jednotlivou otázkou dotazníku, protože, jak jsem již uvedla, není možné z tohoto počtu navrácených dotazníků vyvozovat obecné závěry o studentech na KVV. Uvedu pouze konkrétní odpovědi z oblastí činnosti organizace, na které jsem se ve své práci nejvíce zaměřila, a to na autoedukaci, konkrétně systém sdílení materiálů a dále propagaci studentů a katedry.

Z odpovědí na otázku ohledně sdílení studijních materiálů bych vybrala tyto:

**Uvítali byste určitý systém sdílení studijních poznámek s ostatními studenty?  
Pokud ano, jak by měl vypadat? Pokud ne, proč ne?**

*„Ne- sdílíme na Facebooku v naší skupině.“* Studentka 1. ročníku

*„Ano, srozumitelná forma webových stránek.“* Studentka 1. ročníku

*„Ano, tak že by to napřed někdo zkontroloval.“* Studentka 1. Ročníku

*„Ne- internet a Facebook je dostatečný“* Student 3. ročníku

*„Ano. V podstatě existuje. Mezi sebou si vypracováváme otázky ke zkouškám, které pak sdílíme na společném mailu. Ale mohlo by to být celokatederní - cokoli by někdo napsal a bylo to schváleno odborníkem, to by mohlo být zavěšeno na internetových stránkách katedry.“* Studentka 3. ročníku

Tyto odpovědi jsem vybrala jako nejobsáhlejší a nejlépe vystihující různé pohledy na problém. Myslím si, že sdílení studijních materiálů by vesměs většina uvítala, a to za předpokladu, že by se dalo jejich kvalitě důvěřovat, což v podstatě odpovídá mému návrhu kontroly a doplnění materiálů před zveřejněním na webu.

Co se týče propagace studentů, pak jsem položila tyto dvě otázky:

**Vedete si autorské portfolio? Pokud ano, jakou formou? (fotky v pc, tištěná brožura, online,...) Pokud ne, proč ne?**

**Uvítali byste i jiný způsob propagace vlastní tvorby? Pokud ano, jaký? Pokud ne, proč ne?**

„Ano – fotky v PC“

„Ano - nevím jaký“ Studentka 1. ročníku

„Ano. Fotky, tištěná forma ve vazbě.“

„Ano, Výstavy, šíření po internetu.“ Studentka 1. ročníku

„Fotky v pc.“

„Ano- vlastní stránky/blog.“ Studentka 1. ročníku

„Nevedu.“

„Ano, například prodejní jarmark v rámci univerzity.“ Studentka 1. ročníku

„Ano- fotky v pc.“

„ne- výstavy a prezentace jsou dostačující.“ Student 3. ročníku

„Ano. Fotky v pc.“

„Ano. Vlastní internetové stránky s dobrým designovým zpracováním.“ Studentka 5. ročníku

Myslím si, že většina studentů by uvítala, kdyby jim s propagací někdo pomohl. Tudíž by jim pravděpodobně můj návrh základních informací o studentech na webu organizace vyhovoval. Vyskytovaly se zde i návrhy, že by se každý aktivní student postaral o svou propagaci sám, což je samozřejmě pravda. Zároveň si myslím, že propagace není nikdy dost a poskytování uceleného pohledu na všechny studenty katedry v rámci jednoho webu může sloužit jako jednoduchý přehled právě o studentské aktivitě a zároveň jako křižovatka pro případné zájemce o více informací.

Z odpovědí studentů k tématu výtvarných potřeb a upomínkových nebo propagačních předmětů bych vybrala a okomentovala tyto:

**Máte dostatečné možnosti, co se týče pořízení školních a výtvarných pomůcek?**

**(víte kam jít, mají vše, co potřebujete, je to za přiměřenou cenu,...?)**

**Uvítali byste možnost pořízení některých pomůcek přímo ve škole?**

**Uvítali byste možnost zakoupení upomínkových předmětů na KVV? (tašky, tužky, hrníčky apod.)**

*„Ne – ani nevím kam jít, protože v krámu často nic nemají, a na internetu je to dost nekvalitní.“*

*„Ano – skoro všech – barvy, bloky... i hlína třeba.“*

*„Ano- už teď mám propisku UPOL, je to prima.“* Studentka 1. ročníku

*„Ano“*

*„Ano – barvy, papíry“*

*„Ne – zbytečnost.“* Studentka 1. ročníku

*„(nezodpovězeno),“*

*„Ne, není potřeba, když se dá vše lehce sehnat v obchodech.“*

*„Ano, kdyby byly přiměřeně výtvarně navrženy.“* Studentka 1. ročníku

*„Ano.“*

*„Možná ani ne pomůcky, ale studovny přímo na katedrách by se hodily – ne chodby s několika lavkami či židlemi. Prostor se stoly a „elektrikou“.“*

*„Asi ne – fotky jsou na památku lepší ať už pro studenta či návštěvníka např. výstavy“* Studentka 1. ročníku

*„Ano škola poskytuje informace i materiály.“*

*„Máme vše potřebné“*

*„Zbytečné“* Student 3. ročníku

*„Ano. Zatím jsem nenarazila na překážku.“*

*„Ano. Některé máme i k dispozici. Ale mohl by mezi ně patřit i papír.“*

*„Upomínkových ani ne, ale uvítala bych prodej našich prací.“* Studentka 3. ročníku

*„Papírnictví jsou všude, ale nelíbí se mi, že si musíme každou prkotinu shánět sami, včetně materiálu k práci (základního). Jiné univerzity to dotují.“*

*„Jistě. Barvy pro tisk, papíry pro malbu, materiál pro sochařství a šperk...“*

*„Určitě ano. Praktické s hezkým logem, cenová dostupnost.“* Studentka 5. ročníku

*„Ano“*

*„Ano- papíry, mal. a kresl. potřeby ve velkém za výhodnější cenu. V některých školách to funguje (už i v ČR).“*

*„Ano, vtipné, výtvarně zpracované, adekvátní KVV- ráda budu reprezentovat.“*

Studentka 5. ročníku

Dle výsledků tohoto průzkumu mohu říci jen, že názoru studentů se velmi různí. Je to možné dáno nepříliš jasnou formulací otázek, při jejichž čtení si studenti nevybavili přesně ty konkrétní situace a podmínky, pro které jsem činnost a služby organizace navrhovala. I přesto je patrné, že nápady některých studentů se příliš neliší od těch, které stály na počátku tvorby mé práce.

## Závěr

V práci jsem se zabývala studentskými organizacemi na vysokých školách v ČR a zahraničí z hlediska struktury, zapojení studentů, činnosti a služeb. Soustředila jsem se především na složku komunikační a autoedukační. Tyto pojmy, stejně jako ostatní z činnosti organizací jsem definovala a s příklady konkrétních organizací uvedla v části I. Při popisu činností a služeb jsem čerpala z veřejně dostupných informací, především na webových stránkách, odborné literatury a vlastních zkušeností z kontaktu se zahraničními organizacemi. Z první části práce vyplývá, že zapojení studentů v ČR do činností kolem vysokých škol se velmi liší od zahraničních institucí, kde studenti cítí mnohem silnější sounáležitost se svou alma mater. Také studentská činnost na Univerzitě Palackého se liší od ostatních univerzit v ČR. Neexistuje zde celouniverzitní organizace typu studentské unie a počet fakultních a katederních spolků je podstatně nižší. Příčinu tohoto jevu je těžké dohledat. Jedná se pravděpodobně o stejné důvody, které brání studentům na všech školách v ČR ve větší angažovanosti – velké množství školních povinností, nutnost pracovat při škole a z toho plynoucí nedostatek času na další aktivity. Myslím si, že nedostatek času na sebevzdělávací aktivity studentů je závažný problém, avšak rozsah této práce mi bohužel neumožňuje jeho bližší prozkoumání.

V druhé části práce jsem v návaznosti na tato zjištění podala návrh struktury a činnosti studentské organizace na KVV PdF UP. Zabývala jsem se především její poradenskou, propagační a autoedukační činností. Poskytla jsem také návrh grafického zpracování webových stránek organizace a popis jejich obsahu a způsobu jejich plnění. Jedná se o základní návrh, na základě kterého je možné navrhnout další činnost a úpravy organizace v případě jejího skutečného realizování.

Při pokusech o kontaktování studentů za účelem realizace organizace jsem se nesetkala s velkým ohlasem. Potvrdil se tedy můj předpoklad, že studenti na UP nemají zájem o to zapojit se do zakládání studentské organizace. Z výsledků dotazování v jednotlivých ročnících dále vyplynulo, že důvodem je právě nedostatek volného času. Nápad na realizaci organizace, včetně konkrétních služeb ale hodnotili studenti veskrze pozitivně. Domnívám se tedy, že studenti by ocenili možnost využít služeb a akcí organizace, ale angažovat se příliš nechtějí.



Tato práce tedy zejména poukázala na přínosnost studentských organizací pro rozvoj, vzdělávání a vytváření sounáležitosti studentů s vysokou školou a připravila prostor pro další práce i aktivity související s tímto tématem.

## Seznam vyobrazení

Obr. 1	str. 21
Obr. 2, 3	str. 34
Obr. 4	str. 35
Obr. 5, 6	str. 37
Obr. 7	str. 38
Obr. 8, 9	str. 39
Obr. 10, 11	str. 41
Obr. 12, 13	str. 42
Obr. 14	str. 43
Obr. 15	str. 44
Obr. 16, 17	str. 45
Obr. 18	str. 46
Obr. 19, 20	str. 47
Obr. 21, 22	str. 48
Obr. 23	str. 49
Obr. 24, 25	str. 50
Obr. 26	str. 51
Obr. 27, 28, 29	str. 52
Obr. 30, 31	str. 53
Obr. 32	str. 54
Obr. 33, 34	str. 56
Obr. 35, 36, 37	str. 57
Obr. 38	str. 58
Obr. 39, 40	str. 59
Obr. 41, 42	str. 60
Obr. 43, 44	str. 61
Obr. 45, 46	str. 62
Obr. 47, 48	str. 63
Obr. 49, 50	str. 64
Obr. 50, 51	str. 65
Obr. 52	str. 70

Obr. 53	str. 71
Obr. 54, 55	str. 72
Obr. 56, 57, 58	str. 74
Obr. 59, 60, 61, 62	str. 75
Obr. 63, 64	str. 76
Obr. 65, 66, 67	str. 78
Obr. 68, 69	str. 79
Obr. 70, 71, 72, 79, 74, 75	str. 80
Obr. 76, 77, 78, 79	str. 81
Obr. 80	str. 82
Obr. 81	str. 83
Obr. 82, 83	str. 84
Obr. 84	str. 85
Obr. 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91	str. 86
Obr. 92, 93, 94, 95, 96	str. 87
Obr. 97	str. 88
Obr. 98, 99	str. 89
Obr. 100, 101, 102, 103	str. 90
Obr. 104	str. 91
Obr. 105, 106, 107, 108, 109, 110	str. 96
Obr. 111, 112	str. 97
Obr. 113	str. 98
Obr. 114, 115, 116	str. 99
Obr. 117, 118	str. 100
Obr. 119, 120	str. 101
Obr. 121	str. 102
Obr. 122	str. 107
Obr. 123	str. 116
Obr. 124, 125, 126	str. 117
Obr. 127, 128	str. 118
Obr. 129, 130	str. 119
Obr. 131, 132	str. 120
Obr. 133	str. 128

## Použité zkratky

aj.	a jiné, a jinak
apod.	a podobně
ASSP	Asociace studentů speciální pedagogiky
atd.	a tak dále
AVU	Akademie výtvarných umění
CSC	Central Societies Committee
CUSU	Cambridge University Students' Union
ČR	Česká republika
e-shop	online/internetový obchod
EUSA	Edinburgh University Students' Association
FF	filosofická fakulta
FHS	fakulta humanitních studií
FI	fakulta informatiky
FMK	fakulta multimediálních komunikací
FSS	fakulta sociálních studií
GSA	Glasgow School of Art
JU	Jihočeská univerzita
KDU	katedra dějin umění
KHI	katedra historie
KVV	katedra výtvarné výchovy
LF	lékařská fakulta
MetSU	Student Union London Metropolitan University
MFF	matematicko- fyzikální fakulta
MU	Masarykova univerzita
MUNIE	Masarykova univerzitní unie

NCAD	National College of Art and Design
NUS	National Union of Students
o.s.	občanské sdružení
OUSU	Oxford University Student Union
PdF	pedagogická fakulta
PDF	Portable Document Format
PedF	Pedagogická fakulta, UK
překl. aut.	překlad autorky práce
PřF	přírodovědecká fakulta
SA	Students' Association
SRC	Students' Representative Council
St Andrews	University of St Andrews
StARs	Student Academic Representatives
str.	strana
SU	Student Union, studentská unie
SUUK	Studentská unie Univezity Karlovy
UCD	University College Dublin
UK	Univerzita Karlova
ULU	University of London Student s' Union
Umprum	Vysoká škola uměleckoprůmyslová
UP	Univerzita Palackého
ÚSS	ústav speciálněpedagogických studií
UTB	Univerzita Tomáše Bati
VŠ	vysoká škola

## Použitá literatura a prameny

### Publikace

HORNÝ, Stanislav, 2004. *Vizuální komunikace firem*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica. ISBN 80-245-0762-5.

*The American heritage dictionary of the English language*, 2009. Editor William Morris. Boston: American Heritage Publishing Co. Updated in 2009, c1970, 1, 1550 p. Fourth Edition copyright ©2000. ISBN 03-950-9070-9.

### Internetové zdroje

AGNEW, Daniel, 2011. Redakce. *Univerzita Palackého v Olomouci* [online]. aktualizováno: 25. 01. 2011 [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.upol.cz/skupiny/verejnosti-a-mediim/zurnal-up/redakce/>

AGNEW, Daniel, 2013. Studentské organizace. *Univerzita Palackého v Olomouci* [online]. aktualizována: 07. 10. 2013 [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: <http://www.upol.cz/skupiny/studentum/studentske-organizace/>

ALIMPEX, [2014]. *Milkin* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://www.alimpex.cz/znacky/milkin/>

ASSP, © 2009. Asociace studentů speciální pedagogiky. In: *Archive* [online]. [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20090923175018/http://www.assp.upol.cz/>

BIOMANIA, [2013]. Vítejte na stránkách Biomania.cz. *Biomania* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.biomania.cz/>

CECH INVALIDŮ STŘEDOEVROPSKÉ HISTORIOGRAFIE, © 2013. Tajemství Cechu. *Cech invalidů středoevropské historiografie* [online]. [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://cish.bloger.cz/Tajemstvi-Cechu>

CENTRAL SOCIETIES COMMITTEE, © 2012. College Historical Society (HIST). *Central Societies Committee* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.trinitysocieties.ie/society/7/college-historical-society-hist>

CREATION, [2014]. MILKIN. *Creation* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://www.creation.cz/cz/www/redakcni-system/reference/milkin/>

CUSU, 2010. Societies Directory. *CUSU* [online]. Page last saved: 12th January 2010 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.cusu.cam.ac.uk/societies/directory/>

CUSU, 2012. History. *CUSU* [online]. Page last saved: 12th April 2012 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.cusu.cam.ac.uk/union/history/>

CUSU, 2013. Fair. *CUSU* [online]. Page last saved: 21st June 2013 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.cusu.cam.ac.uk/societies/fair/>

CUSU, 2013. Services. *CUSU* [online]. Page last saved: 16th September 2013 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.cusu.cam.ac.uk/services/http://www.cusu.cam.ac.uk/services/>

CUSU, 2013. Structure of CUSU. *CUSU* [online]. Page last saved: 10th July 2013 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.cusu.cam.ac.uk/union/structure/>

ESU, © 2011. History of ESU. *European Students' Union* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.esu-online.org/about/history/>

EUSA, [2013]. Eat & Drink. *EUSA* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.eusa.ed.ac.uk/eatdrink/>

EUSA, [2013]. *EUSA Home* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.eusa.ed.ac.uk/>

EUSA, [2013]. Online Shop. *EUSA* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.eusa.ed.ac.uk/shop/>

EUSA, 2011. Societies Wiki. *EUSA* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: [http://socwiki.eusa.ed.ac.uk/wiki/Main\\_Page](http://socwiki.eusa.ed.ac.uk/wiki/Main_Page)

GSA, [2013]. History and Future. *Glasgow School of Art* [online]., [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://www.gsa.ac.uk/about-gsa/history-and-future/>

HALAS, © 2014. O Halasu. *Halas* [online]. © 2014 [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.casopishalas.cz/-o-halasu/>

HALAS, © 2014. Titulní strana. *Halas* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://www.casopishalas.cz/>

HELENA V KRABICI, © 2013. Redakce. *Helena v krabici* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.helenavkrabici.cz/kontakt/>

Instagram, 2001. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Instagram>

IS/STAG, 2001. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/IS/STAG>

JANSSEN, Cory, © 2010 – 2014. What is Tumblr. In: *Technopedia* [online]. [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.techopedia.com/definition/27517/tumblr>

JAPOSKÝ KLUB OLOMOUC, © 2013. O nás. *Japonský klub Olomouc* [online]. [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://www.japonskyklub.cz/index.php/o-nas>

KOHOUTEK, Rudolf, 2009. Sebevýchova, sebeřízení a edukace. In: *Psychologie v teorii a praxi* [online]. [cit. 2014-02-25]. Dostupné z: <http://rudolfkohoutek.blog.cz/0911/psychologie-seberizeni-a-sebevychovy>

KOPECNY, Tomas, 2013. Upomínkové předměty. *Lékařská fakulta UP* [online]. 30. 04. 2013 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://www.lf.upol.cz/skupiny/verejnosti/upominkove-predmety/>

KUBÁK, Vladimír, 2013. Žurnál UP. *Univerzita Palackého v Olomouci* [online]. aktualizováno: 17. 12. 2013 [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.upol.cz/skupiny/verejnosti-a-mediim/zurnal-up>



LÁZŇOVSKÝ, Matouš, © 1999–2014. Facebook se musí bránit. Ohrožuje ho u nás neznámá sociální síť Pinterest. In: *IDnes.cz* [online]. [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: [http://technet.idnes.cz/facebook-se-musi-branit-socialni-sit-pinterest-poskocila-na-3-misto-1db-/sw\\_internet.aspx?c=A120410\\_115406\\_sw\\_internet\\_vse](http://technet.idnes.cz/facebook-se-musi-branit-socialni-sit-pinterest-poskocila-na-3-misto-1db-/sw_internet.aspx?c=A120410_115406_sw_internet_vse)

LEMUR, © 2014. Redakce. *LeMUr* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://lemur.mu/redakce/redakce>

LONDON METROPOLITAN UNIVERSITY, [2013]. Our History. *London Metropolitan University* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.londonmet.ac.uk/why-london-met/about-the-university/our-history/>

Lord Kitchener Wants You, 2014. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, [2006], 4 March 2014 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/Lord\\_Kitchener\\_Wants\\_You](http://en.wikipedia.org/wiki/Lord_Kitchener_Wants_You)

MASARYKOVA UNIVERZITA, © 1996–2014. Propagační tiskoviny MU. *Masarykova univerzita* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: [http://www.muni.cz/general/mu\\_presentation/publicity/prints](http://www.muni.cz/general/mu_presentation/publicity/prints)

MASARYKOVA UNIVERZITA, © 1996–2014. Reklamní předměty MU. *Masarykova univerzita* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: [http://www.muni.cz/general/mu\\_presentation/publicity/articles](http://www.muni.cz/general/mu_presentation/publicity/articles)

MASARYKOVA UNIVERZITA, © 2013. Studentské spolky a aktivity. *Masarykova univerzita* [online]. [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.muni.cz/admission/student/clubs>

MATFYZAK, [2013]. Základní informace. *Matfyzák* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.matfyzak.cz/wp/o-spolku/zakladni-informace/>

METSU, [2013]. Student Academic Reps. *MetSU* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.londonmetsu.org.uk/union/rep/>

METSU, [2013]. Your Union. *MetSU* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.londonmetsu.org.uk/union/>

MILKIN – ZNAČKA S NOVOU ATRAKTIVNÍ TVÁŘÍ, 2012. In: *Crest* [online].  
Vydáno dne: 19-7-2012 [cit. 2014-02-05]. Dostupné z:

[http://www.crestcom.cz/tiskove\\_stredisko/presscenter.php?p=text\\_detail&idfirmy=114&idslozky=1784&idtextu=16363](http://www.crestcom.cz/tiskove_stredisko/presscenter.php?p=text_detail&idfirmy=114&idslozky=1784&idtextu=16363)

Milkin jde do rádia, © 2014. In: *IHNED.cz* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z:  
<http://mam.ihned.cz/c1-39967930-milkin-jde-do-radia>

MOTOLÁK, [2013]. Kluby a projekty. *Motolák* [online]. [cit. 2013-12-01].

Dostupné z: <http://www.motolak.org/kluby>

MOTOLÁK, [2013]. *Motolák* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z:

<http://www.motolak.org/>

MOTOLÁK, [2013]. O nás. *Motolák* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z:

<http://www.motolak.org/o-nas>

MOTOLÁK, [2013]. Propagace. *Motolák* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z:

<http://www.motolak.org/propagace>

MOTOLÁK, [2014]. Motolácká trička. *Motolák* [online]. [cit. 2014-02-05].

Dostupné z: <http://motolak.lf2.cuni.cz/motolacka-tricka>

MOTOLÁK, [2014]. Úvod. *Motolák* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z:

<http://motolak.lf2.cuni.cz/>

MUNIE, © 2013. Co je MUNIE. *MUNIE* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z:

<http://www.munie.cz/co-je-munie>

MUNIE, © 2013. E-shop. *MUNIE* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z:

<http://www.munie.cz/eshop>

MUNIPOINT, © 2014. O projektu. *Muniport* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z:

<http://www.muniport.cz/o-projektu>

NCAD, © 2014. About. *NCAD* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z:

<http://www.ncad.ie/about/>

NUS, [2013]. Setting up a union in further education In: *National Union of Students* [online]. [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: <http://www.nus.org.uk/en/students-unions/setting-up-a-students-union/setting-up-a-union-in-further-education/>

OKRÁŠLOVACÍ SPOLEK, © 2011. O spolku. *Okrašlovací spolek: při Katedře enviromentálních studií FSS MU* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://okrspolek.webnode.cz/o-nas/>

OUR COMMUNITY, 2013. Marketing and your Community Group: Hot lists, Warm lists, Cold lists. *Our Community* [online]. [cit. 2014-04-04]. Dostupné z: [http://www.ourcommunity.com.au/marketing/marketing\\_article.jsp?articleId=1655](http://www.ourcommunity.com.au/marketing/marketing_article.jsp?articleId=1655)

OUSU, [2013] Shopping. *OUSU* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://ousu.org/shopping/>

OUSU, [2013]. How it all works. *OUSU* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://ousu.org/your-union/how-it-all-works/>

OUSU, [2013]. OUSU Stash. *OUSU* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.ousustash.com/>

OUSU, [2013]. Welcome to OUSU Freshers' Fair 2013!. *Freshers' Fair* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://oxfordfreshersfair.org/>

OUSU, [2013]. What's On. *Freshers' Fair* [online]. [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://oxfordfreshersfair.org/sections.php>

OXFORD LIMITED, © 2009-12. About us: The Shop. *Oxford Limited* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://www.oxfordlimited.co.uk/retail-the-shop.php>

PERSONALISTIKA PRAKTICKY, © 2009. O nás. *Personalistika prakticky* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://personalistika.webnode.cz/o-nas/>

PITNER, Tomáš, 2009. Nástroje Google. 6. Google Docs. In: *Zpravodaj ÚVT MU* [online]. [cit. 2014-04-04]. Dostupné z:

<http://www.ics.muni.cz/bulletin/articles/627.html>

PLATKO, Ondřej, 2009a. Sociální síť 1.díl. Owebu.cz [online]. [cit. 2014-03-25]. Dostupné z : <http://owebu.blogger.cz/Internet/Socialni-site-1-dil>

PLATKO, Ondřej, 2009b. Sociální síť 4.díl. Owebu.cz [online]. [cit. 2014-03-25]. Dostupné z : <http://www.banan.cz/serialy/Socialni-site/Socialni-site-4-dil-Facebook-zakladni-funkce>

PLATKO, Ondřej, 2010a. Sociální síť 7.díl. Owebu.cz [online]. [cit. 2014-03-25]. Dostupné z : <http://www.banan.cz/serialy/Socialni-site/Socialni-site-7-dil-Twitter>

PLATKO, Ondřej, 2010b. Sociální síť 19.díl. Owebu.cz [online]. [cit. 2014-03-25]. Dostupné z : <http://www.banan.cz/serialy/Socialni-site/Socialni-site-19-dil-Flicker>

POLIS, [2013]. Kdo jsme. *POLIS* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.i-polis.cz/view.php?cisloclanku=2005040103>

Portable Document Format, 2014. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2011, 10. 2. 2014 [cit. 2014-03-03]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Portable\\_Document\\_Format](http://cs.wikipedia.org/wiki/Portable_Document_Format)

POSPÍŠIL, Radek, 2009. *Úvod do pedagogiky* [online]. Brno: Pedagogická fakulta, Masarykova univerzita, [cit. 2014-02-24]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/ps09/uvod\\_ped/web/formy.html](http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/ps09/uvod_ped/web/formy.html)

POSPOL, © 2013. *POSPOL* [online]. [cit. 2013-11-10]. Dostupné z: <http://pospol.upol.cz/>

SPOLEK PŘÍRODOVĚDCŮ, [2013]. *Spolek přírodovědců* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://spolek.sci.muni.cz/>

SR FF UK, [2013]. Co je SR. *Studentská rada FF UK* [online]. [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://strada.ff.cuni.cz/studentska-rada-ff-uk>

ST ANDREWS, [2013]. *Retail Store* [online]. [2013] [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://standrewsuniversitystore.com/>

STRAKA, Mike, 2013. Srovnání: YouTube vs. Vimeo.

In: *VideoZrcadlovkou* [online]. [cit. 2014-04-02]. Dostupné z: <http://zrcadlovkou.cz/srovnani-youtube-vs-vimeo>

STUART, © 2014. O nás. *Stuart* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://stuart05.webnode.cz/>

STUDENTI FHS UK, [2013]. O studentském spolku. *Studenti FHS UK* [online]. [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.studentifhs.cz/o-studentskem-spolku/>

STUDENTI FHS UK, [2013]. Projekty. *Studenti FHS UK* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.studentifhs.cz/projekty/obchudek-u-nalezeneho-smyslu/>

STUDENTSKÁ KOMORA AKADEMICKÉHO SENÁTU PŘÍRODOVĚDECKÉ FAKULTY UNIVERZITY KARLOVY V PRAZE, [2013]. Domovská stránka. *Studentský web* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <https://web.natur.cuni.cz/student/>

STUDENTŠTÍ PORADCI, © 2009. Naše zásady. *Studentští poradci* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://poradci.muni.cz/domu/nase-zasady>

STUDENTŠTÍ PORADCI, © 2009. O nás. *Studentští poradci* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://poradci.muni.cz/>

STUDENTŠTÍ PORADCI, © 2009. Tým poradců. *Studentští poradci* [online]. [cit. 2014-02-05]. Dostupné z: <http://poradci.muni.cz/domu/nas-tym>

SUFI, [2013]. *SUFI* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://su.fi.muni.cz/>

SUUK, [2013]. O Unii. *Studentská unie Univerzity Karlovy* [online]. [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://suuk.cz/o-studentske-unii>

SUUK, [2013]. Studentský jarmark 2012. *Studentská unie Univerzita Karlovy* [online]. [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://suuk.cz/o-studentske-unii/projekty/studentsky-jarmark-2012>

TRINITY COLLEGE, © 2012. About us. *Central Societies Committee* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.trinitysocieties.ie/page/art/2/about-central-societies-committee-trinity-college>

TRINITY COLLEGE, © 2012. Philosophical Society (TCD Phil). *Central Societies Committee* [online]. [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.trinitysocieties.ie/society/7/college-historical-society-hist>

TRINITY COLLEGE, 2010. Societies, Clubs and the Students' Union. *Trinity College Dublin* [online]. 25 May 2010 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.tcd.ie/Community/students/volunteering/campus/clubs.php>

TRINITY COLLEGE, 2013. Trinity College Dublin: A Short History. *Trinity College Dublin* [online]. [2013], Feb 19 2013 [cit. 2014-03-05]. Dostupné z: <http://www.tcd.ie/about/history/>

UK MEDIA, © 2010. O UK media. *UK Media* [online]. © 2010 [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.ukmedia.cz/>

UKÁČKO, [2013]. Redakce. *UKáčko* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <http://www.ukacko.cz/redakce>

ULU, [2013]. About Us. *ULU* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.ulucol.ac.uk/about/>

ULU, [2013]. Shop Online. *ULU* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.ulucol.ac.uk/services/shoponline/>

ULU, [2013]. Sports and Societies. *ULU* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.ulucol.ac.uk/activities/sportssocs/>

UNIVERSITY OF EDINBURGH, 2013. Students' Association. *The University of Edinburgh* [online]. published on Feb 18, 2013 [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.ed.ac.uk/staff-students/students/student-services/eusa>

UNIVERSITY OF LONDON, [2013]. About Us. *University of London* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.london.ac.uk/aboutus.html>

UNIVERSITY OF LONDON, [2013]. Student Unions. *University of London* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.london.ac.uk/377.html>

UNIVERSITY OF OXFORD SHOP, © 2011. Company Information. *University of Oxford Shop* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://www.oushop.com/company-information>

UNIVERSITY OF OXFORD, [2013]. Oxford University Student Union (OUSU). *University of Oxford* [online]. Last updated 24 Sep 13 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.ox.ac.uk/students/living/ousu/>

UNIVERSITY OF OXFORD, 2013. Your first few weeks. *University of Oxford* [online]. Last updated 24 Sep 13 [cit. 2013-11-15]. Dostupné z: <http://www.ox.ac.uk/students/new/yourfirstfewweeks/>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS STUDENTS ASSOCIATION, [2013]. SA History. *Your Union* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.yourunion.net/union/howeare/sahistory/>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS STUDENTS ASSOCIATION, [2013]. Shop. *Your Union* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <https://www.yourunion.net/shop/>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS STUDENTS ASSOCIATION, [2013]. Societies. *Your Union* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://societies.yourunion.net/>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS STUDENTS ASSOCIATION, [2013]. Societies: Crafts. *Your Union* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://societies.yourunion.net/soc.php?id=33>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS STUDENTS ASSOCIATION, [2013]. Societies: Czech and Slovak. *Your Union* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z: <http://societies.yourunion.net/soc.php?id=34>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS STUDENTS ASSOCIATION, [2013].

Union. *Your Union* [online]. [cit. 2013-11-14]. Dostupné z:

<http://www.yourunion.net/union/>

UNIVERSITY OF ST ANDREWS, © 2013. *University of St Andrews* [online]. [cit.

2013-11-14]. Dostupné z: <http://www.st-andrews.ac.uk/>

University Society, 2013. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San

Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001, 24 March 2013 [cit. 2014-03-05].

Dostupné z: [http://en.wikipedia.org/wiki/University\\_society](http://en.wikipedia.org/wiki/University_society)

UNIVERZITA KARLOVA, © 2013. *Propagační předměty Univerzity Karlovy*.

Dostupné z: <http://cuni.cz/UK-1684-version1-katalog.pdf>

UNIVERZITA KARLOVA, © 2013. Spolky. *Univerzita Karlova* [online]. Poslední

změna: 26. duben 2013 17:27 [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: [http://cuni.cz/UK-](http://cuni.cz/UK-4015.html)

[4015.html](http://cuni.cz/UK-4015.html)

UNIVERZITA KARLOVA, 2013. Publikace o UK. *Univerzita Karlova* [online]. 4.

prosinec 2013 [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://cuni.cz/UK-4050.html>

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI, 2007. *Úplné znění Volebního a  
jednacího řádu Akademického senátu Univerzity Palackého v Olomouci ze dne 20.*

*prosince 2010*. Olomouc, 2007. Dostupné z:

[http://www.upol.cz/fileadmin/user\\_upload/dokumenty/2011/VJR\\_AS\\_UP-  
20.12.2010.pdf](http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/dokumenty/2011/VJR_AS_UP-20.12.2010.pdf)

UP BOREC, [2012]. *UP Borec* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z:

<http://www.upborec.cz/>

UP BOREC, [2013]. O projektu. *UP Borec* [online]. [cit. 2014-02-01]. Dostupné z:

<http://www.upborec.cz/?action=about&presenter=Public%3ADefault>

UTB, © 2000 – 2014. Propagační předměty. *Univerzita Tomáše Bati ve*

*Zlíně* [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: [http://www.utb.cz/o-](http://www.utb.cz/o-univerzite/propagacni-predmety)

[univerzite/propagacni-predmety](http://www.utb.cz/o-univerzite/propagacni-predmety)



VYDAVATELSTVÍ UP, [2013]. Propagační předměty. *Vydavatelství UP* [online], [cit. 2014-03-04]. Dostupné z:

[http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com\\_virtuemart&page=shop.browse&category\\_id=8&keyword=&manufacturer\\_id=0&Itemid=121&orderby=product\\_name&cat\\_1=-1&cat\\_2=-1&limitstart=0&lang=cs](http://www.evup.upol.cz/index.php?option=com_virtuemart&page=shop.browse&category_id=8&keyword=&manufacturer_id=0&Itemid=121&orderby=product_name&cat_1=-1&cat_2=-1&limitstart=0&lang=cs)

WEDUSIMA, [2013]. *WeDuSiMa* [online]. [cit. 2013-12-01]. Dostupné z:

<http://wedusima.wz.cz/>