

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

Pedagogická fakulta

Katedra technické a informační výchovy

Studijní program: Předškolní pedagogika



Diplomová práce

Možnosti online komunikace mezi MŠ a rodinou a jejich hodnocení z pohledu uživatelů

Bc. Kristýna Nová

Univerzita Palackého v Olomouci
Pedagogická fakulta

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Olomouci dne Podpis

Univerzita Palackého v Olomouci

Pedagogická fakulta

Poděkování

Zde bych ráda poděkovala Mgr. Haně Bučkové, Ph.D. za odborné vedení při psaní této diplomové práce. Paní doktorka Bučková mi byla vždy při práci oporou.

Obsah

ÚVOD	5
1. RODINA A MATEŘSKÁ ŠKOLA	8
1.1. MOŽNÁ ÚSKALÍ PŘI SPOLUPRÁCI MATEŘSKÉ ŠKOLY S RODIČI.....	10
1.2. FORMY SPOLUPRÁCE RODINY A MATEŘSKÉ ŠKOLY	10
2. KOMUNIKACE.....	13
2.1. KOMUNIKAČNÍ STYLY	14
2.2. KOMUNIKACE MEZI MATEŘSKOU ŠKOLOU A RODINOU.....	15
2.3. EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE MEZI PEDAGOGEM A RODIČEM.....	17
2.4. KOMUNIKACE MATEŘSKÉ ŠKOLY S VEŘEJNOSTÍ	18
2.5. KOMUNIKACE SE ZŘIZOVATELEM	22
3. ON-LINE SVĚT.....	23
3.1. DIGITÁLNÍ TECHNOLOGIE	23
3.2. STRATEGIE DIGITÁLNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ	25
3.3. ZPRACOVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ	26
3.4. KOMUNIKACE V ON-LINE PROSTŘEDÍ A JEJÍ MOŽNOSTI	26
3.5. SOCIÁLNÍ MÉDIA.....	30
3.6. APLIKACE.....	32
4. VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ	42
4.1. METODA SBĚRU DAT	42
4.2. CHARAKTERISTIKA VÝZKUMNÉHO VZORKU	44
4.3. PRŮBĚH SBĚRU DAT.....	44
4.4. VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	45
4.5. ZÁVĚR ŠETŘENÍ	56
ZÁVĚR	58
POUŽITÁ LITERATURA	60
INTERNETOVÉ ZDROJE	62
SEZNAM TABULEK	63
SEZNAM OBRÁZKŮ	64
SEZNAM GRAFŮ	65
PŘÍLOHY	66
ANOTACE	69

Úvod

Jedním z hlavních záměrů zpracování tohoto tématu bylo prozkoumat problematiku online komunikace v prostředí mateřské školy. Moderní doba vyžaduje digitalizaci napříč mnohými odvětvími a očekávaně se tento trend promítá i ve školní sféře. Je tedy na místě podrobněji poznat vliv moderních technologií i zde. Samotná digitalizace obsahuje nespočet možností a nástrojů ke zjednodušení, zlepšení i zefektivnění provozu školy, ze kterých lze vybírat. Byť je dnes digitalizace často skloňovaným tématem, mnoho lidí si pod tímto výrazem stále nedokáže nic konkrétního představit. Právě komunikace je téma, které se dotýká každého z nás, a dokonce i laik si dokáže vybavit její důležitou roli v každodenním životě. Ten by se aktuálně dal mimo jiné charakterizovat jako velice uspěchaný, kdy někteří rodiče bez prostoru a volného času nemohou navázat pravidelný kontakt s pedagogy svých dětí.

Digitalizace si jistě neklade za cíl vynechat osobní schůzky s pedagogy. Zde platí pravidlo: „osobní kontakt nic nenahradí“. Díky technologiím jednáme rychleji a přesněji, ale přímý kontakt podstatným způsobem zasahuje do charakteru každého jedince, a stává se tak nepostradatelnou součástí, která částečně utváří celou společnost. On-line prostředí je ochuzené například o emoce i neverbální projev. Mohou tak vznikat komunikační šумы, nesrovnalosti a mylné domněnky. Účelem je zejména rozumným způsobem integrovat technologie ke svému prospěchu, bez toho, aniž by se staly rušivým elementem. Například ulehčením předávání informací mezi učiteli a rodiči.

Diplomová práce se člení na dvě části. Na teoretickou a empirickou. Hlavním cílem práce je zmapovat komunikaci v on-line světě a zjistit využití on-line komunikačních prostředků v mateřské škole. Text první části, teoretické, se opírá o odbornou literaturu. Na základě odborné literatury je text rozdělen do třech větších kapitol s několika podkapitolami. Dílčím cílem teoretické části je popsat komunikaci rodiny a mateřské školy, dále představit aplikace Digiškolku a Twigsee. První kapitola popisuje rodinu s mateřskou školou, její možné formy spolupráce a úskalí vznikající při spolupráci. Je zde popsán vývoj spolupráce rodiny s mateřskou školou v průběhu let. Skutečnosti, které se stále mění a pedagog si jich musí být vědom, aby na ně dokázal v mateřské škole reagovat. Druhá kapitola se zabývá komunikací. Pojem komunikace je zde odborně vysvětlen a je stručně popsána také komunikace mezi mateřskou školou a rodinou, to vše doplněno doporučeními, jak lze ze strany pedagoga efektivně s rodiči komunikovat a vytvořit si partnerský vztah. Mateřská škola nekomunikuje jen s rodiči dětí, ale i s širokou veřejností a tento fakt je rozebrán v jedné z podkapitol, na kterou

navazuje i podkapitola věnovaná komunikaci se zřizovatelem. Poslední velká kapitola on-line svět nabízí náhled do historie a dnešní problematiky internetu, přičemž vycházíme také z nedávno provedených výzkumů. Práce neopomíjí ani zpracování osobních dat, což je v dnešní době hodně diskutované téma. Komunikace v on-line prostředí poskytuje přehled nástrojů, které můžeme využívat. Na tuto kapitolu navazují sociální média a aplikace. Podkapitola aplikace představuje vybrané aplikace pro komunikaci ze strany mateřské školy k rodičům.

Empirická část si klade za hlavní cíl zmapovat možnosti a využití dvou vybraných aplikací v praxi – Twigsee a Digiškolku. Dílčím cílem je zjistit spokojenost a potenciální možnosti zlepšení z pohledu rodičů. Závěrečné shrnutí je podloženo dotazníkovým šetřením, které je sestaveno na základě poznatků odborné literatury. Dotazník, který byl výzkumnému vzorku rozeslán, je součástí přílohy této práce. V poslední části diplomové práce nechybí stručný popis výzkumného vzorku a postup sběru dat. Výsledky dotazníkového šetření jsme pro větší přehlednost zaznamenali do grafů, které jsou doplněny komentáři. Na závěr práce vyhodnotíme, zda došlo k naplnění předpokladů, které jsme si v diplomové práci stanovili.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Rodina a mateřská škola

„Úkolem institucionálního předškolního vzdělávání je doplňovat a podporovat rodinnou výchovu a v úzké vazbě na ni pomáhat zajistit dítěti prostředí s dostatkem mnohostranných a přiměřených podnětů k jeho aktivnímu rozvoji a učení.“ (RVP PV, 2021, s. 6)

Pro dítě je žádoucí, když mateřská škola spolupracuje s rodiči. Díky vzájemné spolupráci získávají obě strany důležité informace k následnému vzdělávání dítěte. Pro učitele je dobré znát aktuální stav a prostředí, které dítě ovlivňuje, následně na vzniklé situace může lépe reagovat. Na druhé straně pak stojí aktivní rodič, který má zájem o informace k probíhající výchově jeho dítěte. Takto by vypadal ideální stav, který je však často vzdálený realitě (Sedláčková a kol., 2012).

Rabušicová (2004) mapuje vývoj dřívějších vztahů mezi mateřskou školou a rodinou až do roku vydání její publikace. Dříve se rodiče dětí do výchovy ve školských zařízeních moc nezapojovali a jednalo se spíše o předávání informací ze strany školy. Dnes je trendem vzájemnou vazbu posilovat, a proto se setkáváme s pojmem *„partnerství mezi školou a rodinou.“*

Autorka ve své knize představuje *„čtyři základní modely vztahů mezi rodinami/rodiči a školami/učiteli:*

- *kompensační model,*
- *konsenzuální model,*
- *participační model,*
- *model sdílené odpovědnosti.“ (Rabušicová, 2004, s. 10-11)*

Kompensační model se objevoval v 60. a 70. letech a školy zde přebíraly právo určovat rodičům, jak mají být jejich děti vzdělávány. V následném modelu, a to v konsenzuálním, byli rodiče bráni na stejnou úroveň jako škola. Učitelé museli od rodičů získávat informace o dětech, aby následně mohli lépe s dětmi ve třídách pracovat. Participační model nahlíží na rodiče jako na někoho, kdo hraje důležitou roli v rozhodování o vzdělávání svých dětí. Poslední model sdílené odpovědnosti ještě více přesouvá rozhodování na stranu rodičů (Rabušicová, 2004).

V publikaci Syslové a kol. (2015) nalezneme odkaz na vyhlášku o předškolním vzdělávání, která nám sděluje součinnost mateřské školy s rodiči a odpovědnými osobami za dítě. Součinnost spočívá v cíleném vytváření činností a aktivit, které na dítě působí za cílem ho vzdělávat a vychovávat.

Syslová (2012) upozorňuje, že úkolem mateřské školy není jen sledovat změny v předškolním vzdělávání, ale také se soustředit na změny ve společnosti. V současné době se setkáváme s modely a situacemi v rodinách, které před lety nebyly vůbec aktuální. Konkrétní příklady:

- *„bilingvní manželství;*
- *rodiny, které několikrát ve svém vývoji změni lokální kulturu;*
- *rodiny, ve kterých kromě společných dětí žijí děti partnera, partnerky, nebo které o děti partnera, partnerky pečují;*
- *rodiny formálně nesezdané;*
- *homosexuální páry pečující o děti;*
- *neúplné rodiny vzniklé rozvodem, úmrtím;*
- *rodiny od počátku monoparentální.“* (Sedláčková a kol., 2012, s. 70)

Učitel musí být na takovéto možnosti připraven a schopen se všemi dětmi adekvátně pracovat vzhledem k jejich rodinnému zázemí. V minulosti se nebral minimální zřetel na jedince jako takového, až dnes se setkáváme s individualizací ve vzdělávání.

Krejčová (2015, s. 164-165) se dotazovala učitelek z mateřské školy, jak by popsaly dnešní rodiče. Odpovědi byly následující:

- *„Někteří mají velký zájem o to, co se v MŠ děje, a o své dítě.*
- *Spolupracují s MŠ, slyší na oslovení, že je potřeba pomoc a spolupráce.*
- *Mají zájem, aby dítě bylo spokojené a vzdělávalo se – takové rodiče vnímáme jako partnery, nevyvyšujeme se nad ně.*
- *Někteří nechápou rozdíl mezi vzděláváním a hlídáním.*
- *Obtížně přijímají návrhy učitelky v zájmu dítěte (logopedie, pedagogicko-psychologická poradna, odklad školní docházky), vnímají návrh jako kritiku, ne jako pomoc.“*

1.1. Možná úskalí při spolupráci mateřské školy s rodiči

Rabušicová (2004, s. 16) uvádí již známý fakt, že je žádoucí udržovat dobré vztahy mezi mateřskou školou a rodinou, přičemž je třeba se vyvarovat následujícímu. V praxi se setkáváme se skutečností, že jak učitel, tak i rodič se snaží společně co nejlépe vycházet. Tento postup je samozřejmě velmi žádoucí, ale nese s sebou také určitá rizika. Jedná se zejména o snahu rodičů získat si přízeň pedagoga tak, aby jeho dítě oproti ostatním mohlo čerpat benefity. Tuto skutečnost ale mohou ostatní rodiče vnímat velmi negativně a obávat se protěžování ostatních dětí na úkor vlastních. Takové jednání rozhodně nepřidává na důvěryhodnosti a příznivému klimatu mezi rodiči. Cílem učitele, který chce navázat fungující spolupráci s rodičem, je přistupovat ke každému z nich individuálně, respektovat jeho sociální a ekonomické začlenění a další aspekty, nicméně se mu nesnažit za každou cenu zalíbit, protože může tímto opustit svou koncepci.

Lažová (2013) říká, že je dobré se rodičů zeptat jakým způsobem a zda se chtějí podílet na chodu třídy. Je několik způsobů a možností, jak rodiče mohou přispět svou pomocí, například peněžním darem nebo nabídnout škole profesní pomoc. Někteří mohou vymyslet program s výletem nebo návštěvou kulturních akcí.

Dále upozorňuje na úskalí soukromých dárků pro pedagogy. Rodiče těchto dětí většinou očekávají nadstandardní péči o jejich potomky. Každý rodič má jinou potřebu intenzity informací o vývoji a potřebách jeho dítěte. Obecně ke komunikaci každý přistupuje jinak, některé maminky by byly rády informované každý den, ale na druhé straně jsou rodiče, kteří se na své dítě v zásadě neptají. Pokaždé, když pedagog sděluje informace o dítěti, měl by zajistit pro rozmluvu dostatečné soukromí. Při negativních poznámkách by navíc nemělo být přítomno dítě, o kterém se hovoří. Na konec rozhovoru vždy patří pochvala nebo pozitivní zpráva.

1.2. Formy spolupráce rodiny a mateřské školy

Rabušicová (2004, s. 17) vyzdvihuje pojem rodičovské zapojení. „V literatuře se v různé míře obecnosti opakovaně objevuje celá řada takových oblastí. Můžeme je shrnout následovně:

- *Podoby zapojení rodičů do vzdělávacího procesu ve škole – rodičovské.*
- *Role ve vztahu ke škole.*
- *Komunikace mezi rodinou a školou, respektive mezi rodiči a učiteli.*

- *Aktivity školy vůči rodině a formy spolupráce mezi školou a rodinou.*
- *Rodiče jako přímí účastníci vzdělávacího procesu ve škole.*
- *Rodičovské vzdělávání (vzdělávání rodičů).“*

Svobodová (2010, s. 67-69) jmenuje několik možností, kdy se rodiče mohou podílet na spolupráci s mateřskou školou.

- **Společné tvoření** – může se jednat o návštěvu jednoho z rodičů, kdy rodič přebírá roli učitele nebo dětem ukazuje svou profesi. Příkladem může také být ranní tvoření dětí s rodiči nebo vánoční pečení perníčků a následné zdobení. Zde s rodiči navazujeme a tvoříme přátelskou atmosféru.
- **Školní slavnosti** – nemusí být nutně jen nacvičená besídka, ale může se jednat například o zahradní slavnost, vynášení Morany nebo třeba pálení čarodějnic. Na tomto druhu setkání můžeme s rodiči navázat neformální komunikaci, při které rodiče více poznáme.
- **Společné cesty do přírody či kamkoli do světa** – tato forma může sloužit jako efektivní způsob tmelení kolektivu. Může se jednat pouze o návštěvu zoologické zahrady, divadla a podobné snadno dostupné aktivity. Nebo je tu také možnost společné cesty k moři – cesty do zahraničí mohou být dobrým řešením pro rodiny, které si nemohou dovolit společně strávený čas na dovolené kvůli své práci. Myšleno tak, že jeden z rodičů musí pracovat nebo si nemohou oba rodiče vzít dovolenou v práci zároveň. Proto někteří rodiče mohou přivítat tuto možnost jet společně s mateřskou školou. Pro učitele je takto strávený čas dobrým ukazatelem, jak rodina funguje.
- **Rada školy** – tato činnost školy není nijak povinná, ale pokud mateřská škola vidí zájem rodičů o spolupráci, může tato rada vzniknout. Fungování rady je umocněno tím, když rodiče se školou navazují neformální až přátelské vztahy. V této funkci mohou rodiče usnadnit práci ředitelce a komunikovat se zřizovatelem či jinými partnery mateřské školy. Ředitelka a učitelky mohou dostávat užitečné podněty od rodičů.

Krejčová (2015, s. 165-167) ve své publikaci uvádí deset základních pravidel pro dobrou spolupráci s rodiči.

1. *„Respektujeme úlohu rodičů“* – pedagogové musí mít vždy na paměti, že konečné rozhodnutí a celkově veškerá rozhodnutí týkající se dítěte jsou na zákonných zástupcích. Nutností pro komunikaci s rodiči je vzájemný respekt, díky kterému lze efektivně komunikovat.

2. *„Zachováme důvěrnost“* – pro práci s dítětem je zapotřebí mít důvěrné informace jak o něm samotném, tak i o jeho rodičích. Mateřské škole nenáleží právo získávat příliš podrobné informace, ale pouze ty nutné ke vzdělávání. Úkolem školy je tyto informace chránit i po delší dobu, než je dítě přítomno ve vzdělávací instituci.

3. *„Mluvíme s rodinami o očekáváních, která vůči sobě máme“* – před nástupem do mateřské školy nám rodiče sdělují jejich očekávání od mateřské školy, tedy i v oblasti spolupráce. Toto platí i ze strany pedagogického sboru, učitelé rodičům sdělují záměry ve vzdělávání a v očekávané spolupráci s nimi.

4. *„Podporujeme spolupráci s rodiči nabídkou více strategií k jejich zapojení“* – pro uspokojení všech rodičů je nutností vytvořit pestrou škálu nabídky spolupráce, aby si každý rodič vybral cestu, která mu bude nejvíce vyhovovat.

5. *„Respektujeme, že konkrétní způsob spolupráce si volí rodina sama“* – není žádoucí rodinu do spolupráce tlačit násilím, a proto je našim cílem ponechat výběr na rodině a tuto volbu plně respektovat.

6. *„Usilujeme o zapojení celé rodiny“* – spolupráce s rodinou se nemusí orientovat pouze na rodiče dítěte, ale lze zapojit i širší rodinu, která se na výchově dítěte podílí a má zájem spolupracovat.

7. *„Plánujeme rodičovské setkání a konzultace v době, která rodině vyhovuje“* – pro rodiče je určitě příjemnější si vybrat z několika možností, kdy se s paní učitelkou mohou setkat.

8. *„Zaměřujeme se na silné stránky rodiny a poskytujeme jí pozitivní zpětnou vazbu“* – vždy je zapotřebí rodinu pozitivně motivovat a dávat najevo, že si vzájemné spolupráce vážíme.

9. *„Spolupracujeme s dalšími partnery školy“* – při pedagogické práci můžeme využít služeb různých organizací, které mohou být v určitých ohledech nápomocné.

10. *„Víme, že všechno nejde hned...“* – důležité je se smířit s faktem, že na perfektní spolupráci s rodiči je nutné dlouhodobě pracovat a měli bychom ocenit, byť i malé, pokroky.

2. Komunikace

„Komunikace se skládá z více vrstev: ten, kdo mluví, říká nejen to, CO říká; svým způsobem řeči a celkovým verbálním a nonverbálním chováním zprostředkovává posluchači, případně partnerovi v rozhovoru, další (a často rozhodující) informace.“ (Allhoff, 2008, s. 16)

Komunikace je nedílnou součástí našeho života, přičemž nás provází už od útlého dětství. Dle Bytešnickové (2012) nám komunikace umožňuje vést vztahy s ostatními lidmi a zvládat různé nepříjemné konfrontace. Komunikačním kompetencím se každý člověk učí už v předškolním věku, proto je nezbytně nutné se jim v tomto období věnovat. To, jakým způsobem dokážeme komunikovat, podstatně ovlivňuje celý náš život.

Komunikaci uplatňujeme v různých situacích, například ve škole, v kanceláři nebo na kávě s kamarádkou. Společným rysem je to, že vždy probíhá interakce minimálně dvou osob – komunikantů. Jedna ze zúčastněných osob směřuje tok informací ke druhé osobě, jež informaci přijímá. Je důležité si uvědomit, že informace se mezi účastníky nešíří automaticky. Příjemce vždy musí informace vstřebat prostřednictvím zraku, sluchu nebo také doteky. Kontakt s ostatními lidmi není jen o tom, že se něco děje v danou chvíli, ale my komunikujeme s nějakým záměrem. Tudíž chceme zjistit nějaké informace nebo k dané věci vyjádřit vlastní názor. Ovlivňují nás naše pocity, myšlenky nebo očekávání. Vyjadřovat se můžeme verbálně, tedy slovy, nebo také neverbálně. Neverbální komunikace také z velké části ovlivňuje význam celkového sdělení pro příjemce. Řadíme sem zejména úsměv během projevu nebo podání či mávnutí rukou. Historicky byla spojována komunikace se situací, kdy se její účastníci fyzicky setkávají, v dnešní době lze ale bez potíží komunikovat, i když se nevidíme, a to například e-mailem nebo přes sociální sítě (Plaňava, 2005).

Vybíral (2005, s. 25) vymezuje další význam lidské komunikace následovně: *„Komunikujeme, i když jen přihlížíme slovní výměně mezi dvěma účastníky: kdybychom přítomni nebyli, kdybychom nebyli svědky jejich výměny, informace by proudily jinak nebo by byly jiné.“* Dále představuje pět hlavních funkcí, které běžně používáme: vyjednat, přesvědčit, pobavit, instruovat a informovat.

Syslová (2015, s. 51) uvádí druhy komunikace:

- *„Jednosměrná komunikace, jednoduchá – bez zpětné vazby, bez porovnání informace odeslané a přijaté.*
- *Dvousměrná komunikace – zajišťuje zpětnou vazbu.*

Formy:

- *přímá (mezilidská interakce) X nepřímá (prostřednictvím médií),*
- *vnější (s okolním prostředím) X vnitřní (v rámci organizace),*
- *verbální (slovní) X neverbální (beze slov),*
- *ústní (výhodou ústní komunikace je rychlost s okamžitou zpětnou vazbou – lze vnímat i výrazy obličeje a jiné prvky) X písemná (je spíše formální a zpětná vazba bývá kontrolována).“*

2.1. Komunikační styly

Každý člověk, když se snaží sdělit informaci, zaujme určitou roli. Většina lidí si v průběhu let osvojila jednu konkrétní roli, kterou aplikuje v komunikaci s druhými lidmi. Tudiž každý z nás využívá převážně jeden komunikační styl. V některých situacích je možné dostat se do potíží, přičemž mohou špatně zvolenou komunikací vznikat neshody.

Příklady komunikačních stylů:

- **Pseudoobjektivně strážlivý** – „Místo: „Rád bych...“ říká: „Lepší je...“ Místo: „Vadí mi, když...“ řekne: „Raději by se mělo...“
- **Ublížený a uražený** – Bezduvodně se stahuje do defenzivního postoje, brání se (často zbytečně) formulacemi typu: „Nebyla to moje vina...“
- **Podsouvající přání** – „Místo „Rád bych si teď dal kávu!“ řekne: „Myslím, že teď by nám prospělo trochu kávy!“
- **Agresivně napadající** – „Ty, ty jsi přece vždycky...“, nebo když má jiný názor, začne většinou stroze s protestem: „Ne, já to vidím právě opačně...“
- **Vyhýbavý** – „Pokud je přímo osloven, obrací se na partnery rozhovoru s dalšími problémy, například: „Teď mě právě napadá...“, „V této souvislosti jsme vlastně...“ nebo „Ještě jsem chtěl říct, že...“
- **Neschopný odporu** – „Zdánlivě souhlasí se vším. Neklade odpor, nemá žádné vlastní návrhy, souhlasí i s protiklady. Teprve po sléze vysloví „Ne“ – nebo nechápavě „Co?“

- **Nepřímý** – „Místo: „Mně je zima, mohu zavřít okno?“ řekne třeba: „Večer bývá venku už docela zima.“
- **Emocionálně přímý** – „Pokud mu něco vadí, řekne, že mu to vadí.“ (Allhoff, 2008, s. 165-166)

Odborníci nicméně uvádějí řadu dalších dělení komunikačních stylů, Plaňava (2005, s. 47) ve své publikaci zmiňuje níže uvedené komunikační styly. Jako definici komunikačních stylů uvádí: „**Označením „komunikační styl“ spojujeme účel, způsob i okolnosti mezilidského komunikování.**“

- **Konvenční styl** – ve zkratce se jedná o situaci, kdy se dva lidé baví na neutrální rovině, až by se dalo říci, že vůbec neprojevují emoce. Pouze se pozdraví a na otázku, jak se mají, jen ledabyle odpoví.
- **Konverzační styl** – při použití tohoto stylu se zúčastnění chtějí pouze pobavit a zjistit novinky od svých přátel či rodiny. V tomto komunikačním stylu je důležité, aby každý, kdo je do komunikace zapojen, měl stejné možnosti se k tématu vyjádřit.
- **Operativní styl** – před používáním tohoto stylu je nutné si uvědomit nebo předem určit role. V tomto typu komunikace je vždy někdo podřízený a nadřízený. Účastníci si po celou dobu své role uvědomují a jednají spolu spíše formálně.
- **Vyjednávací styl** – tento styl na rozdíl od operativního vyžaduje na obou stranách stejnou pozici. Cílem vyjednávací komunikace je domluvit se a shodnout se na řešení dané situace.
- **Osobní až intimní styl** – tento styl se liší od předešlých tím, že je založený na našich emocích. V této rovině jsme nejvíce zranitelní. Nezastupitelnou roli hraje také empatie, která je důležitá v rozvíjení osobních a intimních rovinách (Plaňava, 2005, s. 49-72)

2.2. Komunikace mezi mateřskou školou a rodinou

Jedna z prvních komunikací mezi učitelem a rodiči dětí se odehrává na úvodní seznamovací schůzce. Všichni zúčastnění zde mají možnost se seznámit. Lažová (2013) radí učitelkám se na schůzku s rodiči připravit. Představuje několik otázek, kterými lze efektivně zjistit potřebné informace o dítěti. Pomocí těchto připravených otázek a rozhovoru lze rodiče

zbavit jistých obav a strachu z nástupu do mateřské školy. Díky těmto otázkám rodič nabyde dojmu, že učitel má opravdový zájem.

Na třídní schůzce k začátku školního roku je dobré se s rodiči domluvit, jaký způsob komunikace jim bude vyhovovat a v jaké termíny se budou pořádat třídní schůzky. Je například žádoucí si uvědomit, že není úplně vhodné pořádat schůzky v úřední dny. Jako další vstřícný krok pro navození dobré atmosféry, a tudíž dobrého vztahu s rodičem, je nabídnutí čaje či kávy. Přesto nejvíce záleží na vystupování učitelek. Učitelka by si měla dávat pozor, jak s rodiči komunikuje, protože v případě proslovů a neohlížení se na potřeby rodičů může docházet k situacím, kdy rodič odchází ze schůzky s negativními pocity. Tyto pocity může později přenést na dítě, a to si už samo spojí, že rodič přišel domů s takovouto náladou z mateřské školy.

Když učitelka předává rodičům informace o jejich dětech, je podle Svobodové (2010) dobré jim především sdělovat pozitivní zprávy. Svobodová (2010) tím ale neříká, aby učitelka nesdělovala negativní věci, ba naopak je dobré negativní a pozitivní sdělení kombinovat, například: „Vaše dcera Leontýnka dnes neměla dobrý den se svojí kamarádkou Petrou a obě z toho byly moc špatné. Nás všechny moc mrzí, že Petra odešla domů s roztrženým obrázkem. Naštěstí jsme si společně o všem promluvily a dívky si vše vyříkaly a slíbily si, že už na sebe budou hodné a milé.“ Pokud chce pedagog předávat rodiči konstruktivní sdělení, je dobré nezasahovat do výchovy a v žádném případě nerozdávat nevyžádané rady. Vyjadřovat se o dítěti, že zlobí, není úplně žádoucí a mívá se to účinkem. Pro rozvinutí debaty s rodičem je vhodné popsat celou situaci, podle které jsme usoudili, že dítě zlobí, a toto společně s rodiči dál rozebrat.

Čapek (2013) poukazuje na dva typy vedení komunikace. Pokud se k druhé osobě už zpočátku stavíme odtažitě a nenasloucháme, co nám chce sdělit, takovýto postoj se nazývá defenzivní. Opakem je postoj suportivní, kdy se snažíme o porozumění. Rodiče mohou zaujmout jeden z postojů už kvůli tomu, že jejich dítě se doma o učiteli nějakým způsobem vyjadřuje (Čapek, 2013).

Horká (2011) se dotýká tématu předávání informací. V první řadě poukazuje na třídní schůzky s rodiči nebo sdělování informací skrze nástěnky. Za moderní způsob komunikace považuje komunikaci prostřednictvím webových stránek mateřské školy. Pro sdělování informací týkajících se vývoje dítěte poukazuje na individuální konzultace s rodiči.

Krejčová (2015) také dodává, že v dnešní uspěchané době jsou rodiče více zaneprázdnění, a proto jsou učitelé rádi i za možnost komunikace ráno při příchodu nebo při vyzvedávání dětí. Jako neformální komunikaci pro rodiče, kteří se nemohou účastnit školních aktivit, lze využívat telefonní hovory, SMS zprávy a e-mailovou komunikaci. Všechny tyto technické možnosti rodiče oceňují.

2.3. Efektivní komunikace mezi pedagogem a rodičem

„Efektivita (případně účinnost) je takový přístup, kdy vložené prostředky přináší maximální možný výsledek. P.F. Drucker definuje efektivitu tímto známým výrokem: „Účelnost je o děláni správných věcí a efektivnost je děláni věcí správně.“ (Svobodová, 2021, s. 33)

Podle Vybírala (2000) vyplývá z průzkumů, které prováděli komunikační psychologové, že pokud komunikant přeformuluje svou myšlenku do pozitivního rázu, jedná se o efektivnější přenos informací. V podstatě vše negativní, co chceme někomu sdělit, lze přeformulovat pozitivně. Pokud chceme tento způsob pozitivní formulace využívat v běžném životě, je zapotřebí ho natrénovat.

Pravidla vedoucí k efektivní komunikaci

Efektivní komunikace má řadu pravidel. Obě strany mají společný cíl, a tím je spokojené dítě. Pokud chceme zajistit maximální přenos informací, je podle Lindnera (2019, s. 9) nutné dodržet následující:

„Předpoklady pro úspěšnou komunikaci:

- *pravidelná informace o pedagogické práci,*
- *pravidelné rozhovory se všemi rodiči,*
- *upřímná ochota k zapojení rodičů.“*

Učitelka by měla komunikovat s rodičem dětí rovnocenně a partnersky a stejný postoj se očekává i od druhé strany. I v partnerském vztahu je zapotřebí jednat jako rovný s rovným. Z velké části rozhovory slouží k výměně informací, ale také k vytváření vzájemného vztahu, jenž je pro efektivní komunikaci zapotřebí.

Vymětal (2008, s. 27) ve své publikaci uvádí hned několik různých doporučení pro efektivní komunikaci. „*Základní požadavky*:

- *zřetelnost,*
- *stručnost,*
- *správnost,*
- *úplnost,*
- *zdvořilost.*“

Dalšími doporučeními jsou následující příklady. Když komunikujeme s jinými lidmi, neměli bychom se nad ně povyšovat a snižovat jejich schopnosti a dovednosti. Naopak je vhodné jim ukázat, jak si jich vážíme. V každém případě je velice dobré uznat vlastní chybu. Při oslovování lidí není špatné je oslovit jejich křestním jménem. Vždy přináší benefity se na lidi usmívat a být pozitivní.

Svobodová (2021) také upozorňuje na komunikační stopky, které nám brání v tom efektivně komunikovat a doporučuje místo nich používat výroky. Například když rodiče konfrontujeme s nějakou negativní skutečností, která se v mateřské škole stala, třeba nevhodné chování jejich dítěte. Nejprve bychom se měli zamyslet, jakým způsobem informaci sdělíme. Namísto negativních emocí a moralizování je vhodné si s rodiči v klidném prostředí promluvit a celou situaci s nimi prokonzultovat a nabídnout pomoc.

„*Komunikační stopky definuje Komárková, Slaměnik a Výrost (2001) jako výroky, které nám brání v efektivní komunikaci. Jedná se například o přikazování, poučování, moralizování, napominání, nevyžádané rady, relativizace pocitů komunikačního partnera, strhávání pozornosti na sebe, nemístné vtipkování, unikání od tématu či nevyžádané analýzy a interpretace.*“ (Svobodová, 2021, s. 33) Již zmíněné stopky ve většině případech vedou ke konfliktům mezi komunikačními partnery.

2.4. Komunikace mateřské školy s veřejností

Pro mateřskou školu, stejně jako pro každou firmu, je důležité oslovit své potenciální klienty. Lepší pozici má ta mateřská škola, která má vybudovanou dobrou image. „*Image mateřské školy lze chápat jako souhrn představ, myšlenek a dojmů, které o ní lidé (klienti, obyvatelé obce a blízkého okolí, veřejnost atd.) mají.*“ (Prášilová, 2004, s. 156) Tato skutečnost je ovlivněna také tím, jak se pracovníci prezentují a chovají jak v mateřské škole, tak i mimo

ni. V rámci získávání nových klientů je zapotřebí mateřskou školu prezentovat. Například ji lze prezentovat na vlastních webových stránkách, na sociálních sítích nebo osobně na různých veletrzích. Při prezentaci je důležité vhodné oblečení, chování a volba efektivní komunikace s budoucími klienty. Dalším faktorem, který přispívá k pozitivní image školy, je to, že děti navštěvující mateřskou školu vykazují určité chování – například si osvojují pozitivní návyky, které umějí uplatňovat v různých životních situacích a pedagogický sbor je viditelně rozvíjí tak, že jsou tyto dovednosti schopné aplikovat v běžném životě. Logicky pak preference rodiče směřuje k tomu, umístit své dítě do školky, jež tuto vizi naplňuje.

Světlík (2009, s. 212) poukazuje na důležitost toho, aby škola o svém působení dávala veřejně vědět. Pokud komunikaci s veřejností budeme brát pouze jako jednu z forem, jak školu propagovat a získávat nové zákazníky (klienty), tak to je bohužel špatně. Správný model je tedy takový, že komunikace probíhá oboustranně, tudíž škola reaguje na podněty veřejnosti. Takto je možné dosáhnout kladných vztahů s veřejností, ale také dobrého klimatu uvnitř školy. Základním pilířem pro dosažení takového stavu je, že škola využívá efektivní komunikaci. *„Komunikace není samoučelnou záležitostí, dala vzniknout důležitému nástroji – marketingové komunikaci. Marketingovou komunikací ve školním prostředí rozumíme systematické využívání principů, prvků a postupů marketingu při navazování, prohlubování a upevňování vztahů mezi školou a jejími zákazníky.“*

Komunikaci v mateřské škole lze rozdělit na vnější a vnitřní. Do vnitřní spadá například komunikace učitel a žák nebo také nadřízený a podřízený. Vnější komunikaci chápeme jako komunikaci školy s veřejností, což jsou klienti dané školy. Je třeba vnímat rozdíl mezi propagací a marketingovou komunikací – propagace nemá tak široké rozpětí jako marketingová komunikace, pod kterou spadá i ústní propagace. *„V marketingu existuje pět základních forem komunikace, které nazýváme komunikační mix: reklama, podpora prodeje, přímý marketing, public relations a osobní prodej.“* Pokud chceme pochopit marketingovou komunikaci, musíme se soustředit a pochopit jednotlivé prvky modelu komunikačního procesu. *„Ten má osm prvků: zdroj, zakódování, zprávu, přenos, dekodování, příjemce, zpětnou vazbu a komunikační šum.“* Vůbec nejčastější formou komunikace, s níž se denně setkáváme v prostředí mateřské školy, je přímá komunikace. Učitelka každý den hovoří s rodiči dětí a se samotnými dětmi (Světlík, 2009, s. 213).

Prášilová (2004) ve své publikaci pojednává o marketingové komunikaci jako o nástroji marketingového mixu. Mateřská škola si musí udržovat postavení na trhu vzdělávacích příležitostí. Kdyby se nesnažila informovat veřejnost o své službě, tak by mohlo dojít k jejímu uzavření. Buď ze strany zřizovatele nebo ze strany zákazníků, ti by dávali své děti do jiné mateřské školy. Mezi formy komunikace patří:

- Osobní komunikace – hraje velkou roli v navázání vztahů. Osobní komunikaci lze navázat v mnoha rovinách a při řadě příležitostí. Lze například zařídit spolupráci mateřské a základní školy, kdy se budou setkávat děti z mateřské školy a žáci základní školy a pedagogické sbory, může se jednat o společné vánoční besídky, letní posezení, děti z mateřské školy mohou vytvořit drobné dárky pro seniory, pro zřizovatele a podobně a předat jim je za účasti vedení mateřské školy osobně.
- Vztah k veřejnosti – do této kategorie může mateřská škola zařadit například pozvání sponzorů a zřizovatele na prohlídku mateřské školy. Obecně je zde cílem více informovat veřejnost, co se v mateřské škole děje.
- Reklama – řeší situaci, kdy se mateřská škola potýká s nedostatkem dětí – je možné vytvořit například propagační letáčky, které nalákají potenciální zákazníky. Propagační materiály pro zákazníky mohou mít různou podobu, například klíčenky, placky a podobně.
- On-line komunikace – online prostředí nabízí ideální prostor pro prezentace, sdílení informací a fotek z průběhu školního roku. Na sociálních platformách je možné vytvořit portfolia aktivit pro děti a jejich rodiče, například návody na rozvoj jemné motoriky, zrakového vnímání nebo jen tipy na trávení volného času s dětmi. Tímto způsobem je možné rodiče edukovat a zároveň posilovat dobrou image mateřské školy.
- „www komunikace“ – webové stránky lze využít také k tomu, aby rodiče lépe poznali pedagogický sbor, předat skrze ně informace o vzdělání jednotlivých kantorů. V tu chvíli získávají mimo jiné přehled o tom, na koho se mohou vzhledem k jeho zaměření obrátit. Je zde možné také zmapovat, o jaké informace by měli rodiče zájem, a to formou formuláře k odběru informací o dění v mateřské škole – například konání akcí jako jsou besídky, jarmarky, faktické informace typu zápisy do mateřských škol, spektrum volnočasových aktivit, které mateřská škola pro děti nabízí a podobně.

Důležitým faktorem pro dobrou pověst školy je podle Světlíka (2009) i to, že pracovník, který za školu v dané situaci vystupuje, má na paměti, že posluchač se zaměřuje jak na verbální projev, tak i na ten neverbální. Většina lidí je schopna rozeznat, když se na něj zástupce školy neusměje upřímně nebo není vhodně oblečen a upraven, tento faktor ovlivní i celý obsah sdělení. Jednou z nejdůležitějších kvalit mluvčího je empatie. Díky empatii jsme schopni se vcítit do osoby, se kterou vedeme rozhovor. Na základě toho můžeme navázat kladný vztah, který ovlivní i celkový pohled na mateřskou školu. Během komunikace s veřejností je také důležité odpovídat na otázky, které veřejnost zajímají. Díky některým konstruktivním otázkám lze získat zpětnou vazbu. Někdy může dojít i k provozní slepotě a vedení školy se díky těmto dotazům může danou věcí zaobírat.

Světlík (2009) ve své publikaci zmiňuje také public relations, známé pod zkratkou PR. PR lze přirovnat k reklamě. Rozdíl spočívá v tom, že PR je relativně řečeno zadarmo. Kdežto u reklamy za propagaci platíme – jde například o reklamu v televizi, v rádiu nebo na internetu. U PR jde především o využití masmédií a osob, které pro ně tvoří, k tomu, že o mateřské škole napíší kladné informace. Proto říkáme relativně zdarma, ale tato aktivita samozřejmě stojí mnoho úsilí a času. PR má své plusy a mínusy, mezi mínusy řadíme to, že my v tomto případě jako mateřská škola nemůžeme regulovat obsah, který se dostane na veřejnost. Určitě ale PR budí větší důvěru než placená reklama. V případě klasické reklamy si je konzument vědom, že byla vytvořena mateřskou školou, a proto může být sdělení zkreslené.

„Mezi hlavní cíle PR školy patří:

- *Budování povědomí školy, vzdělávacího programu nebo jeho částí.*
- *Pomoc při uvádění nového programu na vzdělávací trh.*
- *Budování důvěryhodnosti školy.*
- *Stimulování zájmu zákazníků o služby školy, jakož i možné spolupráci, popřípadě sponzorství.*
- *Snižování nákladů na efektivní komunikaci školy s veřejností.“* (Světlík, 2009, s. 221)

2.5. Komunikace se zřizovatelem

Syslová (2015) uvádí možné zřizovatele mateřských škol, mezi které patří:

- kraj,
- obec a dobrovolný svazek obcí,
- ministerstvo,
- registrované církve a náboženské společnosti,
- ostatní právnické osoby,
- fyzické osoby.

Dobré fungování celé organizace závisí na tom, jaký vztah panuje mezi zřizovatelem a mateřskou školou. Od tohoto se odvíjí i následná komunikace. Pokud však obě strany soupeří o to, kdo má větší pravomoc a čí rozhodnutí je mocnější, neplyne z toho pro školu nic dobrého.

Ředitel mateřské školy se poprvé setkává se svým přímým nadřízeným při konkurzním řízení, poté kontakt stabilně přetrvává. To, jaký dokáží navázat vztah, ovlivňuje celkovou spolupráci. Především si obě strany musí uvědomit, co je pro ně nejdůležitější. V první řadě by to mělo být dobré fungování školy.

3. On-line svět

Internet je běžnou součástí života, jen málokdo si dokáže představit každodenní fungování bez internetu a jeho vymožeností. Brdička (2003) se ve své publikaci zabývá historií internetu a jeho fungováním. Vyspělé země využívaly internet již v 90. letech 20. století. Zdaleka nešlo ještě o tak propracovanou síť, jak ji známe dnes, přístup měli především vědecké instituce, knihovny nebo vysoké školy. Původně tvůrci měli trochu jinou vizi toho, jak bude dnešní internet fungovat. Primární myšlenka byla taková, že se vytvoří celosvětové propojení, které poskytne takzvanou světovou encyklopedii, jejímž cílem bude uživatelům poskytovat smysluplné a pravdivé informace. Tento směr se relativně dařilo držet do roku 1993, kdy síť fungovala pouze na akademické půdě, téhož roku se internet vyskytl i u nás v České republice, také pouze na akademické půdě. Každopádně je evidentní, že od původní myšlenky se dnešní podoba internetu výrazně odklonila.

Online svět nabízí řadu možností, ale také přináší spoustu úskalí – zvláště pro méně obezřetné uživatele. Problémy začínají nevyžádanými spamy a reklamou, na internetu řadí podvodníci, kteří chtějí okrást důvěřivce o peníze, samostatnou kapitolou je pak anonymita, která obzvláště na sociálních sítích představuje v mnohých ohledech riziko. Značný problém spojený s využíváním internetu tvoří dezinformace, tedy takové informace, které se nezakládají na pravdě. Internetové stránky na problémy s dezinformacemi upozorňují, například webová stránka Vysvětlí (2022). Jak Brdička (2003) uvádí ve své publikaci, tak i autoři článku o „fake news“ zmiňují problém dnešního internetu a důvěryhodnost informací na něm. Nutností každého uživatele by mělo být si informace ověřovat a přemýšlet nad jejich skutečným obsahem. Většinou autoři takzvaných „fake news“ přidávají na důvěryhodnosti tím, že do celého příběhu zakomponují několik pravdivých skutečností, které pak ve čtenáři vzbudí dojem věrohodnosti. Bohužel ale obsah sdělení je založený na nepravdě, kterou autor vytvořil za určitým záměrem. Převážně jde autorům o moc a peníze.

3.1. Digitální technologie

Kopecký a Szotkowski (2020) prováděli výzkum, který se nazývá „Český učitel ve světě technologií“. Ten reaguje na situaci odehrávající se v letech 2020 až 2022, tedy v době pandemie COVID-19. Školská zařízení se kvůli pandemii zavřela, na což učitelé museli reagovat. Doba COVIDU-19 byla zásadní v tom směru, že se začal řešit význam digitálních

technologií, protože ty byly v podstatě klíčovou formou komunikace v pandemii. Zapojení pedagogů mateřských škol do zmiňovaného výzkumu bylo však velmi nízké – pouze 2,3 % z oslovených respondentů.

Zapojení digitálních technologií do výuky je téma, kterým se již několik let zabývají odborníci z Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy nebo také Ministerstvo práce a sociálních věcí. Díky těmto podnětům Kopecký a Szotkowski začali svůj již zmiňovaný výzkum realizovat. V průběhu výzkumu vyplynulo několik skutečností, které negativně ovlivňují fungování digitálních technologií ve vzdělávání. Například pedagogové jsou nedostatečně proškolení, technologie ve školství jsou příliš zastaralé, a tudíž nemohou být plně využívány. V neposlední řadě se ukázalo, že financování tohoto sektoru je nedostatečné.

Pro komunikaci se žáky a jejich rodiči školy nejčastěji využívají formu e-mailů, webových stránek a také hovory skrze mobilní telefon nebo SMS zprávy. Modernější školy využívají sociální sítě a různé platformy, které jim komunikaci umožňují. Do následující tabulky autoři zaznamenali formy komunikace, díky nimž mohou pedagogové komunikovat s rodiči. V tabulce jsou zaznamenány nejen formy, ale také výsledky z výzkumného šetření. Z výsledků je patrné, který online komunikační kanál převládá (Kopecký a Szotkowski 2020).

Kategorie	Relativní četnost (%)
E-mail	83,93
Webové stránky školy	52,42
SMS/MMS	39,08
Whatsapp Messenger	19,21
Facebook Messenger	13,16
Webové stránky třídy	11,45
Bakaláři	11,18
Facebook	8,87
Nevyžívám	6,42

Tabulka 1: Online nástroje/slужby využívané učiteli k mimoškolnímu kontaktu s rodiči Kopecký a Szotkowski (2020, s. 10)

3.2.Strategie digitálního vzdělávání

Zakotvení digitálního vzdělávání v prostředí mateřské školy definuje Strategie vzdělávací politiky do roku 2030, která je vytvořena Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Tato strategie reaguje na neustálý vývoj digitálních technologií a nutnost se v této oblasti vzdělávat. V dokumentu Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy se uvádí cíle do roku 2030. V oblasti digitálního vzdělávání má za cíl, aby studenti zvládali efektivně využívat digitální technologie ve vzdělávání i při zábavě. Vychází se z předpokladu, že jsou v současné době žáci schopni sami kriticky hodnotit a vyhledávat informace. Důležitým faktorem je, aby pedagogové měli dostatečné vzdělání a uměli se v digitálním světě orientovat. Hlavně kvůli tomu, že oni sami jsou průvodci svých studentů. Dalším z cílů je, že Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy bude podporovat různé platformy určené pro vzdělávání, ale také ke komunikaci se žáky a jejich rodiči. (Fryč a kol., 2020)

Mnoho uživatelů digitálních technologií má pouze částečné znalosti o možnostech jejich využití, přitom kdybychom uměli využívat technologie v maximální možné míře, byl by náš život mnohem jednodušší. K mnoha činnostem, které každý den vykonáváme, je zapotřebí umět aktivně hledat, spojovat se s ostatními nebo také získávat informace z digitálních zdrojů. Stav digitální gramotnosti v České republice není zcela znám, protože se touto problematikou doposud mnoho odborníků nezabývalo. Obecně známým faktem je nicméně to, že mezi lidmi jsou v gramotnosti týkající se digitálních technologií velké rozdíly, tuto skutečnost ovlivňuje zejména dosažené vzdělání nebo věk (Strategie digitální gramotnosti ČR, 2015).

Redecker (2017) ve své příručce uvádí 6 skupin, které definují, jak pedagog může přispět svou prací k digitální gramotnosti dětí. Jednou z nich je kompetence ke komunikaci v digitálním prostředí. Každý pedagog, který je digitálně gramotný, by měl své vědomosti předávat svým žákům. Postupem času každý z nás potřebuje umět efektivně zacházet s digitálními technologiemi, proto je žádoucí začít již v útlém věku. Redecker (2017) rozdělil pedagogy do již zmíněných 6 skupin, podle toho, jak zvládají pracovat s ICT se svými žáky.

- První skupinu pojmenoval „nováček“, tento typ učitele pouze velmi málo zařazuje do své výuky komunikaci v online prostředí. Moc tedy neuvažuje, jak toto do výuky zařadit.
- Dalším typem je „objevitel“, ten už své žáky vybízí ke komunikaci skrze digitální technologie.

- Třetí skupinu tvoří „praktikové“, tento typ pedagogů již využívá aktivity na podporu rozvoje digitální gramotnosti.
- „Odborníci“ zařazují cíleně vícero strategií, které žákům pomohou při běžných potřebách v životě.
- Žáci od páté skupiny „lídrů“ dostávají úkoly a činnosti zaměřené na komunikaci v online prostředí.
- Poslední skupina „průkopníci“ do své výuky zařazuje inovativní formy komunikace, důsledně promýšlí strategie a způsoby předání informací za cílem studenty obohatit vědomostmi a dovednostmi v komunikaci v online prostředí.

3.3. Zpracování osobních údajů

„Zpracování osobních údajů se rozumí jakákoliv operace nebo soustava operací, které správce nebo zpracovatel systematicky provádějí, a to automatizovaně nebo jinými prostředky.“ (Bréda a kol., 2018, s. 117) Obecná definice je velice obsáhlá, ale ve stručnosti by se dalo shrnout, že se jedná o jakoukoliv činnost, kdy se zasahuje do získané informace. Podle autora jsou dva způsoby, jak lze informace zpracovávat, a to buď za pomoci technických prostředků (výpočetní techniky) nebo manuálně. V začátcích se polemizovalo o tom, zda rozlišit dva pojmy a to „nakládání“ a „zpracování“. Odborníci neshledali veliké odlišnosti, a proto se ponechal pojem zpracování osobních údajů.

Když hovoříme o zpracování osobních údajů, nelze opomenout ochranu těchto dat (GDPR) a zákon o ochraně osobních údajů (ZOU). *„Cílem GDPR je přizpůsobení právního rámce ochrany osobních údajů v dnešní době, dosažení větší jednoty právního rámce ve všech výše jmenovaných zemích a posílení práv subjektu údajů.“* (Bréda a kol., 2018, s. 131) Například vedení školy nebo vedení matriky školy může nakládat s osobními údaji pouze tehdy, kdy jim subjekt údajů udělil souhlas se zpracováním.

3.4. Komunikace v on-line prostředí a její možnosti

Lažová (2013) se ve své publikaci dotýká tématu moderních technologií při komunikaci v mateřské škole. Jako kladné stránky uvádí například rychlý přenos informace a informovanost všech. Apeluje však na to, aby se osobní kontakt s učitelkou zcela nevytratil. Přes on-line komunikaci nelze úplně do detailů sdělit veškeré informace. Další problém vidí v ochraně osobních dat, kdy je důležité dbát opatrnosti.

Webové stránky

V dnešní době je těžko představitelné, že by mateřská škola nevyužívala ke komunikaci internet. Eger (2021) uvádí, že většina mateřských škol využívá možnosti prezentace na svých webových stránkách. Eger provedl výzkum v Karlovarském a Plzeňském kraji v roce 2010 a z něho vyplývá, že žádná z vybraných škol nepoužívala oficiálně sociální sítě na svých webových stránkách. O deset let později provedl Eger stejný výzkum u totožného vzorku, ale s jiným výsledkem. V této době už některé školy propojily sociální sítě se svými webovými stránkami.

Prezentace školy na webových stránkách by neměla být pouze jednorázová záležitost. Samotné založení stránek nestačí. Je nutné si stanovit, zda tvorbu na webových stránkách zvládneme sami nebo tuto práci přenecháme někomu externímu, kdo se tvorbou webových stránek a obsahem na nich zabývá. Pokud škola zvolí první možnost, kdy si stránky bude tvořit sama, musí si uvědomit následující. Při tvorbě obsahu a samotné vizuální stránky je dobré vytvořit kolektiv z několika lidí, kteří budou mít na starost jednotlivé oblasti. V kolektivu by neměl chybět vedoucí projektu, programátor, analytik, grafik, copywriter a specialista na internetový marketing (Eger, 2021).

Webové stránky Scoolweb se zabývají hodnocením webů škol. Pořádají několik soutěží v různých hodnotících oblastech. Na svých stránkách uvádí kritéria dobrého webu. Sledují se následující prvky, které mají ještě další podkategorie.

- **Otevřenost školy vůči veřejnosti** – v této kategorii se sleduje, zda na webových stránkách jsou obsažené veškeré kontaktní údaje, obecné informace o škole a studiu, možnost komunikace se školou, pedagogické informace o způsobech vzdělávání.
- **Uživatelská přívětivost** – v této oblasti se zaměřují na informace, jak se lze orientovat na webu a jaké má ovládací prvky, jaké má texty a netextová sdělení a také hodnotí sílu webu.
- **Bezpečnost webu** – hodnotitelé zde sledují inovaci v bezpečnosti webu a kyberbezpečnost.
- **Grafické zpracování** – v neposlední řadě se zaměřují i na webdesign. (Scoolweb, 2022).

Pro udržování kontaktu s veřejností a oslovení nových potenciálních klientů (rodičů) je zapotřebí doplňovat aktuální dění týkající se života v mateřské škole. Je třeba si určit, jakých cílů chceme pomocí komunikace na webových stránkách dosáhnout. Následně si stanovíme nebo alespoň upřesníme, kdo je naše cílová skupina. V neposlední řadě provedeme i analýzu naší konkurence. V dnešní době se musíme soustředit i na mobilní telefony, proto je žádoucí, aby webové stránky byly kompatibilní pro prohlížení na mobilních zařízeních (Eger, 2021).

Polášková (2022, s. 67) poukazuje na fakt, že v dnešní době nestačí mít pouze nástěnku ve školní budově, ale je zapotřebí udržovat krok s dobou a zřídit školní webové stránky, na kterých se navazuje i následná spolupráce s rodiči. Mezi problémy řadí neznalost stávajících ředitelů v marketingové komunikaci, protože kvalita a vzhled webových stránek ovlivňuje image školy. Na druhou stranu nelze tento problém aplikovat na všechny, protože rozdíly jsou opravdu velké. Autorka vytvořila deset pravidel pro dobré webové stránky:

- *„Úvodní informace by měly být jasné, stručné, s identifikačními údaji školy, jejím zaměřením a charakteristikou obsahu výchovně-vzdělávací práce.*
- *Grafické zpracování a umístění fotografií by nemělo zastínit obsahovou stránku.*
- *Text by měl být bez gramatických chyb, vyvážený, bez zdobnělin.*
- *Na webových stránkách by měl být omezený počet fotografií s odkazem na externí zdroje.*
- *Základní menu musí být pro návštěvníky přehledné.*
- *Webový portál školy musí mít dostatek kontaktních informací.*
- *Je velmi důležité, aby docházelo k pravidelné aktualizaci.*
- *Profesionální webový portál by měl být bez reklamních sdělení externích firem a s příjemně vyhlížející grafikou.*
- *Školní web by měl nabízet možnost registrace pro zaslání pravidelného newsletteru.*
- *Nesmí být opomíjena stránka ochrany osobních a citlivých údajů.“*

E-mail

E-mailovou schránku si dnes může zřídit každý, opravdu jednoduše, zcela anonymně a zdarma. Uživatelé by měli být schopni nejen poštu odeslat a přijmout, ale obsluhovat i další funkce, mezi které patří například hromadné odesílání pošty. Bohužel často přes e-mailovou poštu lidé dostávají různé viry, které mohou nadělat mnoho škody – je zde proto potřeba,

tak jako v celém online světě, obezřetnosti a vzdělávání zaměstnanců instituce o rizicích práce na internetu. Pedagogové prostřednictvím e-mailů mají samozřejmě možnost komunikovat s rodiči. E-mail má jednu velkou výhodu oproti webovým stránkám, a to, že uživatelé nemusí být stále připojeni k internetu. Můžeme e-mail napsat, i když nejsme v danou chvíli připojeni k internetu, a až bude připojení k dispozici, stačí zprávu jedním kliknutím odeslat. Nebo si také e-maily můžeme stáhnout, když zrovna jsme na internetu a následně si je přečíst, když nemáme možnost se připojit. Brdička (2003, s. 36) shrnul několik pravidel, které je vhodné během e-mailové komunikace dodržovat:

- *„Srozumitelně shrň obsah dopisu v položce “věc“ (subjekt)!*
- *Nepoužívej nevhodná a urážející slova!*
- *Bud' stručný, formuluj jasně a drž se věci!“*
- *Před odesláním dopis zkontroluj! Co jednou odešleš, nemůžeš vzít zpět.*
- *Neposílej dopis, jsi-li rozzlobený!*
- *Nikdy neposílej nevyžádanou a obtěžující poštu (anglicky spam)!*
- *K dopisu nepřipojuj velký soubor bez předchozí domluvy s příjemcem!*
- *Respektuj soukromí ostatních!*
- *Pravidelně kontroluj došlou poštu a snaž se na dopisy odpovídat!“*

Dalším dobrým pravidlem je mít vhodně zvolené a reprezentující uživatelské jméno, někteří lidé totiž používají stále své v mládí založené e-maily, jejichž uživatelská jména jsou často nevhodná. E-mailová adresa by měla obsahovat jméno uživatele nebo společnosti, kterou člověk zastupuje. Je vhodné mít alespoň dvě adresy. Jednu adresu lze využívat pro zábavu, jako jsou nákupy a různé registrace na webových stránkách. Pro více důležité aktivity, jako je například banka, úřady nebo letenky je dobré mít e-mail jiný. Jako tomu je v reálném životě, tak i v e-mailovém prostředí je žádoucí mít uklizeno. Znamená to, že díky funkcím, které nám různé weby nabízejí, můžeme e-maily rozřadit a barevně označit pro lepší přehlednost (Tchuisseu a Straková, 2022).

3.5. Sociální média

Sociální média dala komunikaci nový rozměr a přinesla pro společnost výraznou změnu. Lidé při tomto druhu komunikace využívají především mobilní telefony. Díky webovým službám si každý může zřídit vlastní profil, který může být veřejný nebo pouze částečně veřejný. Na základě vytvořeného profilu může sdílet mezi uživateli různý obsah. Sociální média nebyla původně vytvořena pro marketing, ale díky tomu, že na sítích lze komunikovat s možnými potencionálními klienty, tak se tímto stávají součástí marketingu mateřské školy (Eger 2021).

Na sociálních sítích a celkově v online světě bychom se měli chovat podle následujících pravidel, které ve své publikaci uvádí Stowell (2017):

- Pokud někomu něco nedokážeme říct v reálném životě, neměli bychom mu to sdělovat ani skrze online prostředí.
- Když někdo negativně komentuje druhé, tak se nemusíme přidávat.
- Při sdílení cizích fotek nebo fotek s cizí osobou je vhodné požádat o svolení.
- Než něco do online světa přidáme, je důležité si to promyslet.

Lidé se většinou zapojují do skupin a konverzací, kde nachází jim blízká témata. Sociální sítě se do popředí dostaly v letech, kdy operátoři zavedli možnost neomezeného připojení k internetu.

Facebook

Sociální síť Facebook funguje po celém světě. Zakladatelem této platformy je Mark Zuckerberg. Primární využití je rychlý přenos informací od jednoho uživatele k druhému. Informace se zde nepředávají pouze písemnou formou, ale je možné sdílet s ostatními i fotografie. Pro registraci na Facebook musí uživatel splnit určitá kritéria, jedním z nich je věková hranice. Bohužel vyplněné informace nelze nijak ověřit. Lidé si často zakládají profily pod přezdívkami, což není nic neobvyklého, ale z psychologického hlediska je tato skutečnost může vybízet k vytváření neetického obsahu (Kožíšek a Písecký, 2016).

Na platformě jako je Facebook lze prezentovat obsah mateřské školy, stejně jako je tomu na webových stránkách. Otevírají se dveře novým možnostem, jak mateřskou školu zviditelnit a přilákat nové zákazníky a zvýšit povědomí o instituci. Facebookoví fanoušci dělají škole dobrou vizitku. Díky tomu, že potenciální zákazník může nahlížet, jak mateřská škola

skrze Facebookové stránky komunikuje se svými fanoušky, tak si budoucí zákazník udělá názor o dané mateřské škole. Pro uzavřenou komunitu, která je zde tvořená z “přátel“, může škola vytvářet obsah a snadněji komunikovat. Ukázalo se, že tento způsob komunikace je rychlý a efektivní. Každý z členů může „lajkovat“ příspěvky nebo se k nim vyjadřovat. Lidé často příspěvky sdílejí, a tím se jejich dosah zvyšuje. Využívání Facebooku má i svá úskalí, která nelze opomenout. Každý uživatel sociální sítě musí počítat s tím, že jeho profil může být napadený hackery nebo jedna z dalších možností jsou hejtrů, kteří negativně ovlivňují reputaci uživatele. Proto je důležité vždy včas a adekvátně reagovat na negativní komentáře od hejtrů. „Hejtrů“ je označení pro lidi, kteří negativně komentují obsah jak na Facebooku, tak i v reálném životě (Eger, 2021).

Již zmiňovaný autor Eger (2021) prováděl výzkum mezi vysokými školami, kdy zjišťoval evaluaci v komunikaci škol na Facebooku, přičemž prokázal následující:

- škola musí být velmi aktivní,
- na tvorbě obsahu se podílejí studenti i učitelé,
- textový obsah nemá až takový dosah jako fotky a videa,
- komunikace prostřednictvím Facebooku se stává více a více populární.

V Americe byl proveden výzkum ohledně toho, zda je pro školy efektivní investovat větší množství peněz do prezentace na webových stránkách či na sociálních sítích, jako je Facebook. Z výsledků vyplývá, že školy, které více investovaly do prezentace na sociálních sítích, měly viditelně zlepšenou image. Pro rodiče, investory, partnery i pro učitele byly více žádanou školou. Pro některé pedagogy je to sice jen těžko akceptovatelné, ale škola musí udržovat krok s dobou a sledovat moderní trendy (Eger, 2021).

Whatsapp

Platforma umožňuje komunikovat a sdílet videa nebo třeba fotografie ze všech koutů světa, stačí připojení k internetu. Aplikaci si lze stáhnout do svého mobilu, počítače či tabletu. Po přihlášení si lze na všech zařízeních účty propojit. Další funkcí aplikace jsou hovory, videohovory nebo třeba zasílání hlasových zpráv. Komunikace může probíhat s jedním uživatelem nebo lze také vytvořit skupinu lidí pro hromadnou komunikaci. Novější funkcí je mazání zpráv v konverzaci, kdy dotyčný napíše a odešle zprávu, ale náhle si její odeslání rozmyslí – má šanci smazat ji z chatového okna svého i příjemce zprávy. Každý den, na 24 hodin, si uživatel může vytvořit vlastní příběh, který se následně sám automaticky smaže. Lidé tak sdílejí se svými kontakty každodenní zážitky (Whatsapp, 2023).

3.6. Aplikace

V prostředí mateřské školy můžeme najít několik aplikací, které umožňují pedagogům komunikovat s rodiči plus usnadňují administrativu. Například aplikace LYFLE, Naše MŠ, Twigsee nebo Digiškolka. V této práci se budeme podrobněji zabývat aplikacemi Twigsee a Digiškolka.

Twigsee

Je český startup, jehož zakladatelkou je mladá maminka Vanda Horáčková Seidelová. Cílem aplikace není jen usnadnit mateřským školám komunikaci s rodiči, ale jde i o zefektivnění administrativních povinností. Startup dostal hned několik ocenění jako je například: „1. místo Women Startup Competition, Ocenění Innovators 20 od Hospodářských novin a CzechCrunch, Účast v akcelérátoru ČSOB Start it, Program Czech Invest CzechStarter“ (StartupJobs, 2023).

Podnětem pro vytvoření této aplikace bylo zjištění zastaralého a neefektivního procesu komunikace v mateřské škole. K tomuto autorka došla ve chvíli, kdy její syn nastoupil do mateřské školy. Před samotným vývojem aplikace nejprve udělala průzkum u 3000 rodičů dětí navštěvujících mateřskou školu. Z něj vyplynulo, že 96 % dotazovaných je velice nespokojeno s komunikací s mateřskou školou. Ale to byl jen začátek problému. V průběhu šetření došlo také ke zjištění, že celková komunikace je velice zastaralá, a přitom by šlo pedagogickému sboru v tomto ohledu lehce ulevit. Jelikož se v dnešní době stále mnoho věcí řeší papírovou formou, v tištěné podobě, přišla Seidelová s tím, že rozšíří software o další funkce, aby se paní učitelky mohly více věnovat dětem a nemusely být zahlceny papírováním. K založení došlo v roce 2019. Aplikace Twigsee v současnosti pomáhá nejen v českých mateřských školách, ale celkem ji využívá 650 mateřských škol v 17 zemích – například v Uzbekistánu, Nigérii nebo dokonce i Ghaně (Rádio Zet, 2022).

Podle webu Twigsee (2023) využívá tuto aplikaci 73.178 uživatelů. Zaregistrovaných dětí je zde 59.803. Administrativních úkonů bylo skrze aplikaci provedeno přes 9.000.000. Počet sdílených fotografií prostřednictvím Twigsee je vyčíslen na necelé 4.000.000.

Systém omluvenek je tak propracovaný, že rodičům stačí několik málo minut k tomu, aby odeslali učitelce omluvenku. Vzápětí rodičům přijde potvrzení o přijetí omluvenky. Učitelce se tato informace propíše do třídní knihy plus se dítěti odhlásí automaticky obědy

a přepočítá se výše stravného. Učitelka má přehled o přesném počtu dětí, které v ten den přijdou. Rodič má také přehled o tom, kolik dní v měsíci jeho dítě chybělo (Twigsee, 2023).

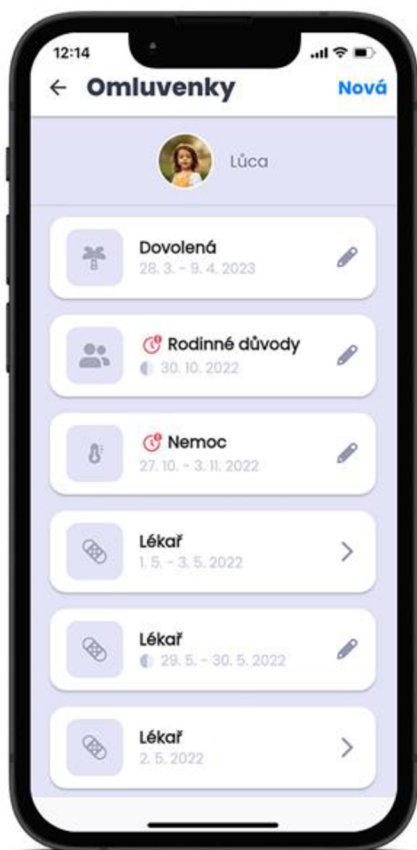
Vysoký důraz je kladen na zpracování osobních dat, veškeré nakládání s daty je v souladu s GDPR. Učitelé sdílejí fotky dětí skrze Twigsee, ale žádná z fotografií se neuloží příjemci do mobilního zařízení. Vše je bezpečně uloženo na cloudových serverech. Učitel také přehledně vidí, který rodič udělil souhlas se zpracováním osobních dat a který nikoli.

Velmi pozitivní je i skutečnost, že zápisy do mateřské školy lze provést online. Rodiče obdrží na e-mail požadované formuláře, které jednoduše vyplní a následně odešlou zpět. Mateřská škola pouze označí rozhodnutí o přijetí nebo o nepřijetí. Po tom, co rodiče vyplní požadované informace, se vše propíše do matriky. Tento postup je v souladu s GDPR a požadavky MŠMT. (Twigsee, 2023)

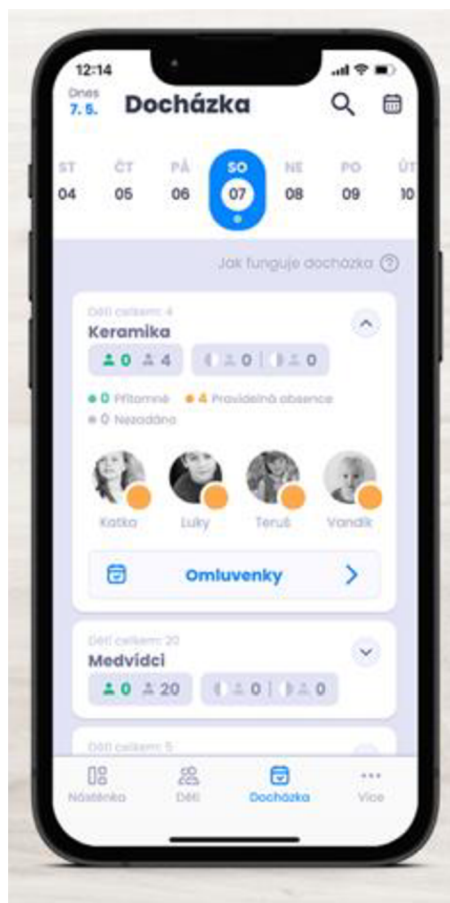
Díky celkové matrice, kterou aplikace nabízí a kde jsou shromážděné veškeré údaje o dítěti a jeho zdravotním stavu, může pedagog snadno zjistit případné alergie dítěte, není třeba nahlížet do papírových spisů. Rodiče mohou tyto informace sami editovat. Pedagog má také přehled o platbách za školné či stravné. (Twigsee, 2023)

Komunikace v Twigsee nabízí několik možností. Jednou z nich je, že personál zde může komunikovat mezi sebou. Učitel může psát informace jednotlivým rodičům nebo celé třídě. Rodič zase vidí pouze informace týkající se jeho dítěte a nic dalšího. Další funkcionalitou je anketa, díky které učitel dostane zpětnou vazbu. Součástí komunikace je i sdílení fotek a videí z běžného dění v mateřské škole nebo například z výletů a školních akcí. (Twigsee, 2023)

Vývojáři uvádějí, že díky využívání aplikace dochází také ke zlepšení vztahů mezi mateřskou školou a rodiči. Rodiče jsou díky sdílení fotek a videí více informovaní a mohou doma navázat na činnosti, které děti v mateřské škole dělaly. Rozvíjí se přátelský způsob komunikace. Přes online nástěnku má škola větší přehled o tom, zda si sdílenou informaci rodiče přečetli. Aplikace totiž zaznamenává i údaje o tom, zda si danou informaci rodič zobrazil, nebo ještě ne. Při každém vyvěšení informace na online nástěnku přijde rodičům upozornění a ti mají tak jistotu, že jim žádná novinka neunikne (Twigsee, 2023).



Obrázek 1: Omluvenky (Twigsee, 2023)



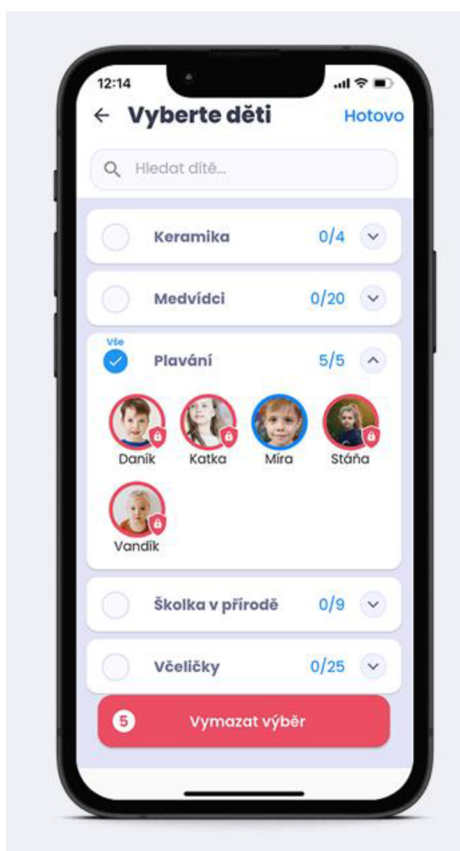
Obrázek 2: Docházka (Twigsee, 2023)

Školkové a stravné se lehce vypočítá z docházky, nad kterou mají kontrolu jak rodiče, tak i učitelé. Ekonomický úsek nemusí pracně zjišťovat informace pro výpočet za daný měsíc, ale stačí pouze informace z Twigsee. Následně se vyúčtování zašle rodičům do aplikace, kde mají vše pohromadě a dohledatelné.

Twigsee nabízí tři možné cenové balíčky.

- Free – tato verze je zcela zdarma, ale má omezené možnosti. Nabízí:
 - docházku,
 - omluvenky,
 - matriku,
 - online nástěnku,
 - sdílení fotek je omezeno na počet a velikost,
 - třídnice je omezená,
 - exporty jsou omezené.
- Pro – je zpoplatněna měsíční částkou 1499,- Kč, přičemž je možné si tuto verzi na 30 dní zdarma vyzkoušet. Její funkce jsou stejné jako u předešlé verze Free, plus obsahuje navíc:

- třídnici,
 - finance,
 - stravné a školkovné,
 - přijímací řízení,
 - evidence zaměstnanců,
 - archivace,
 - statistika,
 - vlastní dokumenty,
 - exporty,
 - pokročilé nastavení,
 - tisk dokumentů,
 - podpora Po – Pá.
- Enterprise – tato verze nabízí neomezený počet uživatelů, předchozí dvě verze měly omezenou kapacitu, a poskytuje klientům podporu 24/7. Cena se domlouvá individuálně (Twigsee, 2023).



Obrázek 3: Vyberte děti (Twigsee, 2023)



Obrázek 4: Informace pro rodiče (Twigsee, 2023)

Digiškolka

„Aplikace Digiškolka je určena pro mateřské školy, které chtějí přejít v klidu a včas na digitální správu a zároveň mít k dispozici kvalitní, moderní a zábavné didaktické materiály.

Informační systém Digiškolka poskytuje přehlednou a intuitivní správu agendy mateřské školy v jedné online aplikaci. Odráží se v ní více než 30 let zkušeností s informačními systémy základních a středních škol.

Systém obsahuje základní moduly jako:

- matrika,
- tiskové sestavy,
- třídní kniha,
- komunikace s rodiči,
- omluvenky,
- zápisy do škol. “(Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 10)

Třídní knihu lze využívat stejným způsobem jako papírovou třídní knihu, jen s tím rozdílem, že v digitální podobě už jsou uloženy předem nastavené vzdělávací bloky. Ze zápisu do třídní knihy se lze jednoduše přepnout do zápisu docházky. V docházce jsou označeny děti v předškolním věku, u kterých je předškolní docházka ze zákona povinná. Pro každé dítě si lze vytisknout docházkový list nebo si jej uložit do počítače ve formátu PDF. Je zde i prostor

Zápis docházky

Datum: 10. 1. 2022 Změnit datum nebo třídu

Třída: Medvidci

Seznam dětí ve třídě:

Příjmení a jméno (ČTVT)	Nastavení docházky pro celý den	Denní vzdělávací bloky		Poznámka
		DP	OB	
• Kadičik Ctibor (1)	▼	/ ▼	/ ▼	nemoc
Paprika Jaroslav (2)	▼	▼	▼	
• Papriková Jana (3)	▼	▼	▼	
• Smutný Stanislav (4)	▼	▼	▼	
• Tomanovský Tomáš (5)	▼	▼	▼	
• Vítězná Viktorie (6)	▼	▼	▼	
Celkem přítomných dětí:		0	0	

Celkem dětí: 6

Legenda:
• Dítě má nastaveno povinné předškolní vzdělávání

Přítomnost [-], Nepřítomnost [/], Omluvená nepřítomnost [O] nebo Nezadaná docházka [prázdná hodnota] se přepíná kliknutím v levé části pole denního vzdělávacího bloku, docházku pro celý den je možné hromadně nastavit výběrem ve sloupci "Nastavení docházky pro celý den".

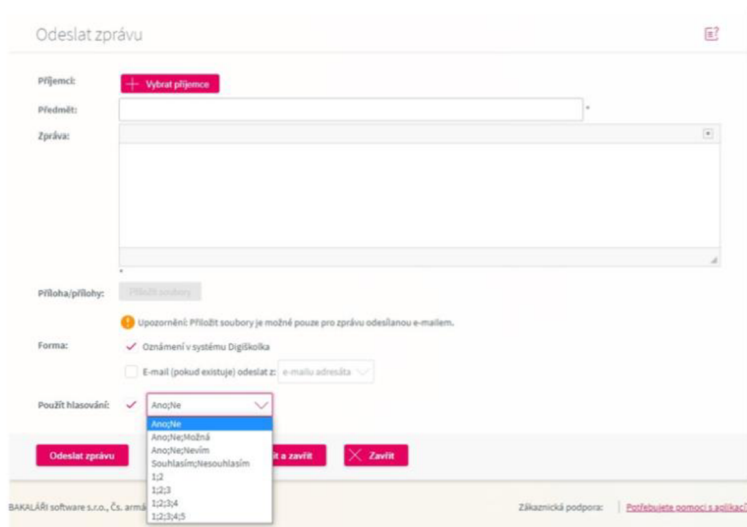
Uložit Uložit a přechod na třídní knihu Přechod na třídní knihu

Obrázek 5: Zápis docházky (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 19)

pro inspekci či hospitace. Do jedné z položek lze zapisovat, kdy byla hospitace provedena a lze i vložit záznamové archy (Bakaláři software s.r.o., 2022).

Evidence osob eviduje všechny děti a zaměstnance dané mateřské školy, díky tomu se lze snadno a rychle dozvědět informace o dítěti. Aplikace dokáže pracovat s filtry, a proto je možné si dle požadovaného filtru vyselektovat to, co v dané chvíli hledáme. Pro snadnou registraci rodičů je možné jim skrze aplikaci zaslat vygenerované kódy přímo do jejich e-mailu.

Aplikace umožňuje komunikaci s rodiči skrze zprávy, kdy zpráva přijde příjemci na jím uvedený e-mail. Součástí zprávy může být příloha s dokumenty o maximální velikosti 10 MB. Komunikace je možná jen za předpokladu, že dítě je uloženo v systému. Výběr příjemců je snadný díky možné filtraci, jako to mu je u vyhledávání dětí. Přes zprávy je možné vytvořit anketu a založit hlasování. Pro učitele je tato forma rychlou zpětnou vazbou při různém plánování. Příkladem může být školní akce, na kterou pedagog vytvoří anketu a vzápětí může sledovat, zda se děti budou účastnit či nikoli. Benefitem je, že pedagog přehledně vidí, který rodič již odpověděl a vidí dokonce přesný čas odpovědi (Bakaláři software s.r.o., 2022).



Obrázek 6 Zprávy (Bakaláři software s.r.o. 2022, s. 80)

Složka výstupy umožňuje tisk již uložených sestav jako je například docházkový list, doporučení ke vzdělávání žáka se speciálními vzdělávacími potřebami nebo také karty žáků. Opět je zde možnost využít funkci filtru a to tehdy, když chceme například vytisknout seznam dětí se zdravotním postižením. Tento seznam vyfiltruje všechny děti a rozdělí je do stejných kategorií, následně můžeme zvolit rozdělení dle pohlaví (Bakaláři software s.r.o., 2022).

Výkaz S1-01 o MŠ

Stav k datu: 3. 2. 2022 *
 Přečítat výkaz k vybranému datu Tato operace může trvat velmi dlouho!
 Škola: Mateřská škola Podpora
 Část školy: Základní část školy/zařízení
 Tabulka výkazu: IX. Děti se zdravotním postižením individuálně integrované v běžných třídách podle druhu postižení

Děti	Číslo řádku	Počet dětí	z toho dívky
a	b	2	3
S mentálním postižením	0901	1	0
z toho středně těžce postižené	0901a	1	0
těžce postižené	0902	0	0
Se sluchovým postižením	0904	0	0
z toho s těžkým	0905	0	0
Se zrakovým postižením	0906	2	2
z toho s těžkým	0907	0	0
Se závažnými vadami řeči	0908	0	0
z toho s těžkými	0908a	0	0
S tělesným postižením	0909	0	0
z toho s těžkým	0909a	0	0
S více vadami	0910	0	0
z toho hluchoslepé	0911	0	0
Se závažnými vývojovými poruchami učení	0914b	0	0
Se závažnými vývojovými poruchami chování	0914c	0	0
S poruchami autistického spektra	0915	0	0
Celkem	0918	3	2

Export výkazu pro část školy

Obrázek 7 Výkaz (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 117)

Záložka inventář slouží k evidenci majetku mateřské školy. Škola si zde přehledně eviduje veškeré skutečnosti týkající se majetku, výpočetní techniky nebo například audiovizuální techniky (Bakaláři software s.r.o., 2022).

Inventář

Název: Stůl kancelářský * Inventurní číslo: 003 *

Základní údaje

Druh majetku: Drobný hmotný majetek * Kategorie: Nábytek
 Cena za kus: 8000,00 * Sběrka:
 Počet kusů: 3 * Zodpovídá: Admin
 Celková cena: 24000,00 Místnost: Herna
 Datum pořízení: 9. 9. 2020 * Umístěno: Kancelář ředitele
 Číslo faktury:
 Způsob pořízení: nákup
 Datum odepsání:
 Způsob odepsání:
 Poznámka:

Uložit Uložit a nový Zavřít

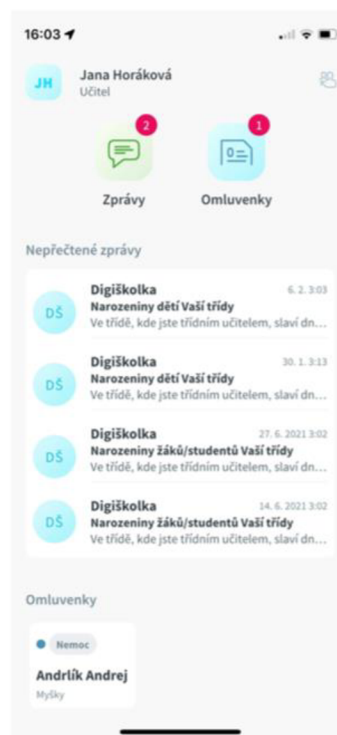
Obrázek 8 Inventář (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 161)

Modul GDPR uchovává podpisy v elektronické podobě za účelem zpracování údajů jak o dětech z mateřské školy, tak i o jejich zákonných zástupcích či zaměstnancích školy.

Digiškolka má i mobilní aplikaci, která je primárně určena pro rodiče. Záměrem této aplikace je ulehčit komunikaci mezi pedagogem a rodičem. Pedagog má možnost skrze tuto aplikaci informovat rodiče o dění v mateřské škole a na druhé straně rodič má možnost své dítě omlouvat. Přihlášení probíhá stejným způsobem jako u webového prohlížeče. Rodič může být stále přihlášen při zaškrtnutí této možnosti v aplikaci. Učitel vidí dvě sekce, tedy zprávy a omluvenky, pouze ale u třídy, kde je vedený jako třídní učitel. Omluvenky od předškoláků jsou označeny jiným způsobem než omluvenky ostatních, a to z toho důvodu, že jejich docházka je povinná (Bakaláři software s.r.o., 2022).



Obrázek 9: Zprávy (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 254)



Obrázek 10: Zprávy (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 261)

Digiškolka navazuje na systém Bakaláři a Škola. V nabídce není jen informační systém, ale také metodické příručky a pracovní sešity. Tyto věci byly konzultovány s metodikou, aby vše bylo v souladu s RVP PV. Informační systém vychází z požadavků MŠMT.

Cena za užívání aplikace Digiškolka se odvíjí od počtu dětí v mateřské škole a také od délky licence. Například pro 100 dětí na jeden rok vychází celková částka na 8.900,- Kč, tudíž 89,- Kč na jedno dítě. V ceně je zahrnuto:

- „Webová aplikace pro kompletní správu školy, práci s dětmi a komunikaci s rodiči.

- *Mobilní aplikace pro rodiče.*
- *Uložení veškerých uživatelských dat v cloudu, včetně jejich ochrany a zabezpečení.*
- *Úvodní online školení.*
- *Zákaznická podpora s možností vzdáleného přístupu IT specialistů.“ (Bakaláři software s.r.o., 2022)*

Dříve společnost BAKALÁŘI software s.r.o. cílila na základní a střední školy, ale nyní se zaměřila i na mateřské školy. Jedním z prvních měst, které začalo využívat Digiškolku od společnosti BAKALÁŘI software s.r.o. pro své mateřské školy, byla Plzeň. Cíl projektu v západočeské metropoli zní následovně: *„Ve spolupráci s BAKALÁŘI vyvinout, otestovat a nainstalovat aplikaci Digiškolka na všechny MŠ zřizované městem Plzeň. Poskytnout tak mateřským školám informační systém pro správu agendy (matrika, sestavy, třídní kniha, komunikace s rodiči, omluvenky, nástěnka, jídelníček, v budoucnu i zápisy do MŠ).“* Dosavadní výsledky jsou takové, že Plzeň poskytla všem svým mateřským školám od školního roku 2021/2022 aplikaci Digiškolka zdarma. Se zavedením nástroje Digiškolka do mateřské školy pomáhá institucím Správa Informačních Technologií města Plzně (SITMP), která se obecně v západočeské metropoli stará o výpočetní techniku ve všech městech zřizovaných MŠ a ZŠ. Pro lepší orientaci vytvořili pracovníci SITMP pedagogickému sboru také webináře, které slouží k osvojení si používání všech nabízených funkcí (Smart City Plzeň, 2018).

EMPIRICKÁ ČÁST

4. Výzkumné šetření

Hlavním cílem empirické části je pomocí dotazníkového šetření zjistit a porovnat funkčnost aplikace Twigsee a Digiškolka. Zjistit, zda tyto dvě aplikace ulehčují rodičům každodenní spojení s mateřskou školou, nebo je to pro rodiče jen další komunikační kanál, který je zatěžuje. Například oznamování absence dětí, odhlašování obědů v nepřítomnosti dítěte či sdělení o pozdním příchodu. Dílčím cílem je zjistit spokojenost a potenciální zlepšení z pohledu rodičů, získat zpětnou vazbu o tom, jak jsou spokojeni a které nedostatky během užívání shledali za potřebné vyřešit a upravit tak, aby byly aplikace plně funkční. Rodiče zajisté budou brát v potaz komplikovanost aplikace a preferovat uživatelsky přívětivé prostředí. Přece jen v dnešní uspěchané době dbáme na co největší efektivitu činností. Cílem není zjistit pouze negativa, ale zaměřit se i na pozitivní funkce, které aplikace Twigsee a Digiškolka pro rodiče přinášejí.

Empirická část popisuje s oporou odborné literatury metodu sběru dat. Metoda sběru dat pro tuto práci je dotazníkové šetření. V následující kapitole si přiblížíme charakteristiku výzkumného vzorku a její specifika. Pro lepší orientaci je uveden celkový průběh sběru dat a následné vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníku. Na závěr shrneme získané poznatky a vyhodnotíme předem stanovené výzkumné předpoklady.

4.1. Metoda sběru dat

Zvolenou metodou sběru dat byla kvantitativní metoda dotazníkového šetření, kdy dotazníky byly rodičům dětí navštěvující mateřskou školu distribuovány on-line prostřednictvím Google formuláře. Byly vytvořeny dva dotazníky ke každé aplikaci samostatně a jednalo se o aplikace Twigsee a Digiškolka. Dotazník cílil na respondenty, kterými byli rodiče dětí navštěvující vybrané mateřské školy v Plzni, kde je mateřskou školou využívána aplikace Twigsee nebo Digiškolka.

Dotazník

Tato metoda je velice žádaná a oblíbená. Může to být zapříčiněno tím, že dotazník se na první pohled zdá jako velice jednoduchá forma sběru dat. Dalším faktorem je možnost širokého rozsahu oslovených respondentů. Ať už do počtu, tak do jejich společenského postavení. Pro respondenta je velice cenné, že online dotazník lze vyplnit v době, kdy on sám uzná za vhodné. Tato okolnost může být pozitivně promítnuta do odpovědí.

Správný dotazník by měl podle odborné literatury obsahovat tři základní části. V první řadě by se měl výzkumník představit a napsat pár vět o sobě. Pro získání respondenta je vhodné stručně a jasně definovat záměr dotazníku. Úvod by měl také obsahovat, jak má respondent postupovat při vyplňování. Největším oslovovacím prostředkem může být to, když je respondentovi sdělený přínos pro něho samotného. Samotný obsah, otázky, mají také svá pravidla. Otázky nelze náhodně poskládat v libovolném pořadí. Zprvu jsou otázky lehčího rázu a postupně si výzkumník větví a selektuje další směr otázek. Dříve bývalo zvykem mezi první otázky vkládat otázky typu: „Uveďte prosím Vaše pohlaví.“ „Uveďte prosím, kolik je Vám let?“. V dnešní době už tento typ otázek – choulostivějších, vkládáme až na konec dotazníku. Tímto typem otázek můžeme respondenta odradit už na začátku. Jako poslední krok je žádoucí respondentům poděkovat za jejich čas strávený vyplněním dotazníku (Hlad'o, 2011).

Cohen a kol. (2018) také zmiňují důležitost respondenta a pohlížejí na jeho práva a potřeby plynoucí z poskytnutí dat výzkumníkovi. Mezi hlavní a důležitý fakt řadí to, že respondent nesmí být v žádném případě nucen k vyplnění dotazníku, může být pouze osloven a požádán. Konečné rozhodnutí je však vždy na něm, protože v některých případech se může jednat o velmi citlivá data. Samotný průběh zpracování dotazníku Cohen a kol. (2018) zmiňují v jedné ze svých kapitol. Za základní krok považují stanovení samotného cíle dotazníku. Následným krokem je formulace otázek v dotazníku, dále je zapotřebí si určit cílovou skupinu respondentů. Pro větší úspěšnost autoři uvádějí i rozeslání testovacího dotazníku za účelem zjištění nedostatků, které je zapotřebí následně upravit. V konečné fázi může výzkumník svůj dotazník rozeslat cílové skupině.

Při tvoření dotazníku existuje několik možností, jak položit otázku. Gavora (2008, s. 106-112) uvádí následující. Jednou z možností je typ uzavřených otázek. V tomto případě respondent předem vidí výběr odpovědí a jeho úkolem je zaškrtnout nejvíce se hodící. Při tomto typu odpovědí nemusíme získat odraz reálné skutečnosti. Může dojít k tomu, že respondent by raději vybral jinou možnost, ale ta není v dotazníku uvedena, tudíž odpověď není zcela relevantní. Proto je vhodné nabídnout respondentovi možnost „nevím“ nebo „nemůžu se vyjádřit“. Dalším typem jsou otevřené otázky. Na tyto otázky může respondent odpovědět zcela sám a vyjádřit tím svůj skutečný postoj. To se zdá být pro respondenta na první pohled přívětivější, ale může docházet k tomu, že tento typ otázek nemusí vyhovovat všem. Předposledním typem jsou polouzavřené otázky, kdy jsou respondentovi nabídnuty odpovědi, plus se požaduje další objasnění, například proč danou odpověď zvolil.

4.2. Charakteristika výzkumného vzorku

Pro získání dat do empirické části práce jsme oslovili 10 mateřských škol v Plzni. Vzhledem k tomu, že aplikace Digiškolka je v testovací fázi od září 2021, je počet respondentů poměrně nízký. Aplikaci by mělo využívat 40 mateřských škol, skutečný stav je ale takový, že některé oslovené mateřské školy reagovaly ve smyslu, že aplikaci zatím nevyužívají, a to i přesto, že by měla umožnit rychlou a efektivní komunikaci mezi mateřskou školou a rodiči. V době vzniku diplomové práce se aplikace Digiškolka nacházela v počáteční fázi testování a připomínkování ze strany ředitelů. Aplikace je průběžně upravována Správou informačních technologií města Plzně společně s vývojáři ze společnosti BAKALÁŘI software s.r.o.

Pro relevantnost srovnání jsme zvolili stejný počet mateřských škol, které využívají druhou aplikaci, a to Twigsee. Některé mateřské školy již tento komunikační prostředek využívají několik let. Ředitelé komunikují s technickou podporou v případě nejasností nebo požadavků na vylepšení. Většinou mateřské školy využívají pouze základní balíček FREE, který je sice omezený, ale zcela zdarma. Důvodem jsou omezené finanční zdroje. Mateřské školy ale tento základní balíček považují za zcela dostačující. Aplikace Twigsee propojuje rodiče s učiteli a vedením mateřských škol. Twigsee je každodenní součástí života rodičů a jejich dětí navštěvující mateřskou školu. Také se nazývá školka v kapse. Twigsee je digitální platforma, díky níž mají rodiče vše na jednom místě. Také se jedná o velmi snadný kontakt s pedagogy. V aplikaci můžete využít spoustu funkcí pro větší informovanost, jako například zobrazení fotografií a videí z denních akcí nebo zveřejnění řady praktických informací o dění ve školce. V případě potřeby omluvy dítěte lze omluvenku odeslat velmi jednoduše, na 4 kliknutí. Aplikaci je možné nainstalovat přes App Store, Google play, nebo ji používat přímo z webu. Ředitelé také na webových stránkách Twigsee uvádějí své poznatky o tom, že pedagogové byli snadno proškoleni, jak s aplikací pracovat. Jedna z ředitelek uvádí, že možnost ankety je mnohem rychlejší než dotazování při osobním kontaktu s rodiči. Převážně se shodují v tom, že podpora Twigsee reaguje na jejich podněty. Rodiče i pedagogové kvitují možnost mít vše na jednom místě.

4.3. Průběh sběru dat

Informace, které jsme potřebovali před vytvořením dotazníku k aplikaci Digiškolka, jsme získali díky vedení oddělení podpory základních a mateřských škol a Správě informačních technologií města Plzně. Dotazník jsme zpracovali v průběhu prosince 2022 a ledna 2023.

Dotazník jsme vytvořili ve variantě online prostřednictvím Google formuláře. Po drobných úpravách byl rozeslán do vybraných mateřských škol v Plzni. Dotazník byl distribuován prostřednictvím ředitelek mateřských škol směrem k rodičům dětí navštěvujících vybrané mateřské školy a byl rozeslán pomocí aplikace Digiškolka. Vzhledem k tomu, že byly zjišťovány totožné údaje i k aplikaci Twigsee, byl dotazník s drobnými úpravami opět distribuován prostřednictvím aplikace, ale tentokrát Twigsee. Dotazníky jsme nechali rodičům přístupné do konce února 2023.

Pro empirickou část byly stanoveny tři výzkumné předpoklady, které se budeme pomocí dotazníků snažit vyhodnotit a určit, zda došlo k jejich naplnění, či nikoliv.

Předpoklad 1: Rodiče upřednostňují osobní kontakt s pedagogem před elektronickou komunikací.

Předpoklad 2: Aplikace Digiškolka a Twigsee jsou stejně uživatelsky přívětivé.

Předpoklad 3: Rodiče považují seznámení s aplikacemi ze strany pedagogů za dostačující.

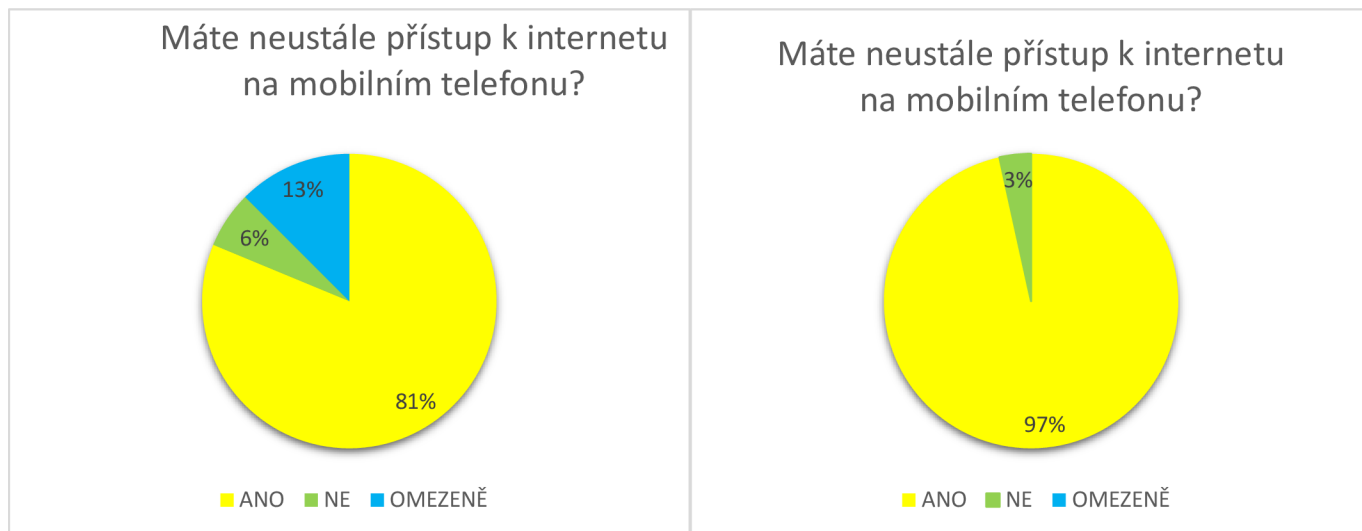
4.4. Vyhodnocení dotazníkového šetření

Pro větší přehlednost při srovnání jednotlivých grafů uvádíme vždy odpovědi zaznamenané do grafu pro aplikaci Digiškolka a Twigsee vedle sebe. Po ukončení přijímání odpovědí bylo obdrženo 32 odpovědí týkajících se Digiškolky. K aplikaci Twigsee bylo 29 odpovědí. Odpovědi jsou graficky zaznamenány do grafů a pro úplnost je každý z grafů slovně shrnut do krátkého textu.

Otázka č. 1 týkající se připojení k internetu na mobilním telefonu byla položena za cílem zjistit, jak často se rodiče mohou do mobilní aplikace připojit, a tudíž být aktivními uživateli. Brdička (2003) ve své publikaci uvádí, že primární myšlenka internetu byla celosvětové propojení, což se v našich výsledcích ukázalo následovně.

Z dotazníků o Digiškolce vyplynulo, že 81 % respondentů má neomezené připojení k internetu, díky kterému mohou stále sledovat nová upozornění v aplikaci Digiškolka. Pouze 6 % dotazovaných nemá stálý přístup na internet, což ztěžuje komunikaci prostřednictvím Digiškolky. Následně 13 % má omezený přístup na internet.

Na otázku o připojení k internetu respondenti aplikace Twigsee odpověděli, že mají neomezený přístup, až na jednoho, který uvedl, že nemá neomezený přístup. Na grafu č. 2 můžeme vidět, že 97 % respondentů má neustále možnost být propojeno prostřednictvím internetu. Možnost omezeného přístupu neuvedl ani jeden respondent.



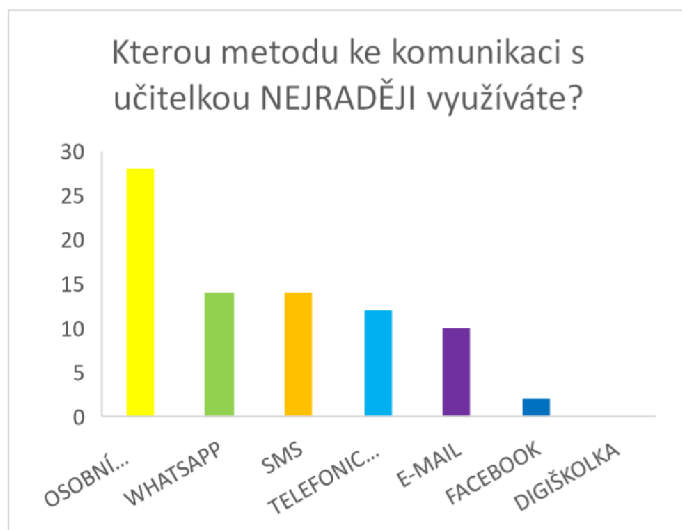
Graf 1: Přístup k internetu Digiškolka

Graf 2: Přístup k internetu Twigsee

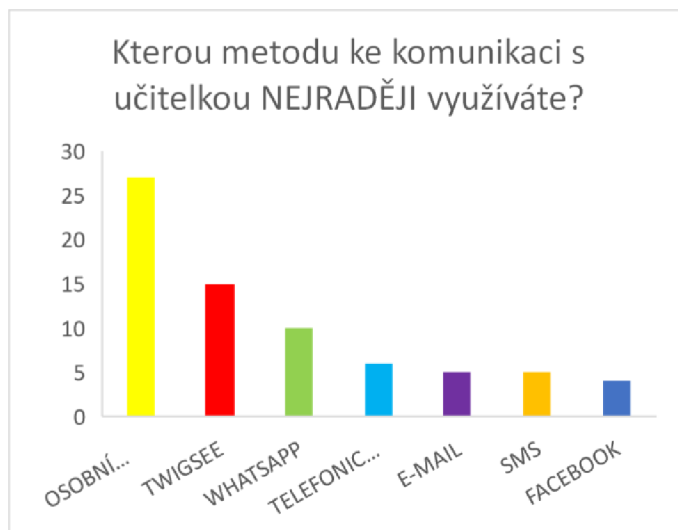
Druhou otázkou jsme zjišťovali nejvíce preferovanou metodu komunikace s učitelkou. U otázky respondenti hodnotili jednotlivé položky jako ve škole. Hodnota jedna představovala kladné hodnocení a hodnota pět záporné.

U respondentů využívajících aplikaci Digiškolka jednoznačně převládala odpověď, že většina stále preferuje osobní kontakt. V teoretické části práce je zmíněna autorka Krejčová (2015), která ve své publikaci uvádí, že rodiče v dnešní uspěchané době upřednostňují možnost komunikovat s učitelkou on-line. Z odpovědí vyplývá, že necelá polovina s Krejčovou (2015) souhlasí. Když se podíváme na výsledek aplikací, které vyžadují připojení k internetu, je zřejmé, že Whatsapp je na prvním místě. Na posledním místě je zkoumaná Digiškolka, tu nepreferuje nikdo z respondentů.

Z odpovědí dotazníku k aplikaci Twigsee vyplývá, že osobní kontakt u většiny respondentů převládá. Twigsee je na druhém místě, kdy tuto metodu nejraději využívá 15 respondentů, tudíž lehce přes polovinu. 10 respondentů rádo komunikuje pomocí Whatsappu. Telefonické hovory, e-maily, SMS a Facebook preferuje minimum respondentů. Zde také vyplývá, že poznatky z publikace Krejčové (2015) se shodují se zjištěním u aplikace Twigsee.



Graf 3: Nejpreferovanější metody komunikace Digiškolka



Graf 4: Nejpreferovanější metody komunikace Twigsee

Třetí otázka doplňuje podrobnější informace k předešlé otázce číslo 2. Otázka byla otevřená. Odpovědi bylo vhodnější pouze slovně okomentovat, tudíž nejsou zaznamenány do grafů.

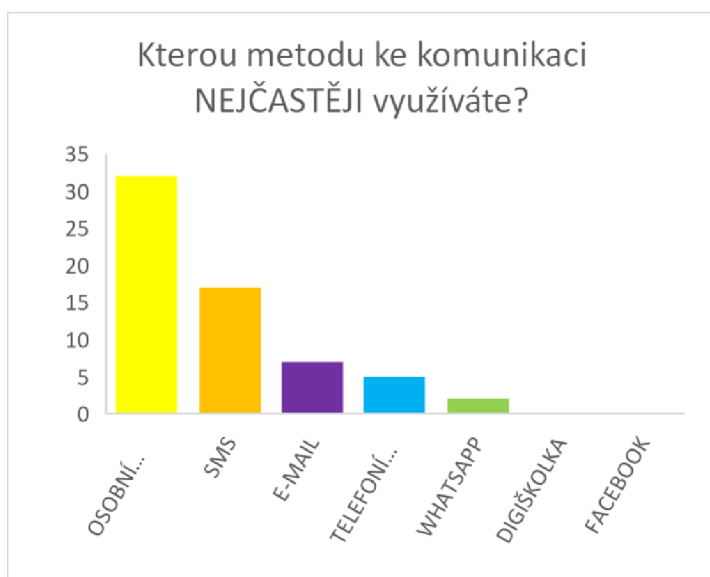
Na otázku u Digiškolky, proč rodiče preferují vybranou metodu, odpověděli následovně. Preferovanou metodu osobní komunikace rodiče odůvodnili tím, že při osobním kontaktu se obě strany lépe pochopí a mají rychlou zpětnou vazbu. Potvrzuje se tím tvrzení Svobodové (2010), která upřednostňuje osobní komunikaci. Osobní komunikace z jejího pohledu není totiž ochuzená o emoce a neverbální komunikaci, která tvoří nedílnou součást sdělení. Na tomto faktu se respondenti s autorkou shodovali. Preference Whatsappu a e-mailu pramení z faktu, že jsou rychlým prostředkem, a každý uživatel mobilního telefonu, který má připojení k internetu, je může kdykoli využít. Totožné tvrzení jsme zaznamenali i u telefonního hovoru a SMS, ty mají ještě tu výhodu, že není zapotřebí připojení k internetu. Další uvedená preference u SMS, telefonních hovorů a e-mailů je ta, že je respondenti využívají i k jiným komunikacím, nejen v mateřské škole.

U Twigsee respondenti odpověděli následovně. Jelikož z reakcí na předešlou otázku vyplynulo, že respondenti preferují osobní kontakt, nyní to zdůvodňují tím, že osobní kontakt je nejrychlejší, nejlepší a řekne nejvíce. Díky němu mají rodiče i učitelé rychlou zpětnou vazbu. I zde se potvrzuje tvrzení Svobodové (2010). Následně se objevují odpovědi s tvrzeními, že Twigsee je nejlepší komunikační kanál, když dítě není přítomno v mateřské škole. Dále respondenti uvádějí, že díky Whatsappu a Twigsee mají přehled o tom, co děti ve třídě dělají. U odpovědí se také často objevují poznatky, že rodiče kvitují sdílení fotek dětí od učitelky. Jeden z rodičů uvádí, že žádná z výše uvedených metod mu nevádí.

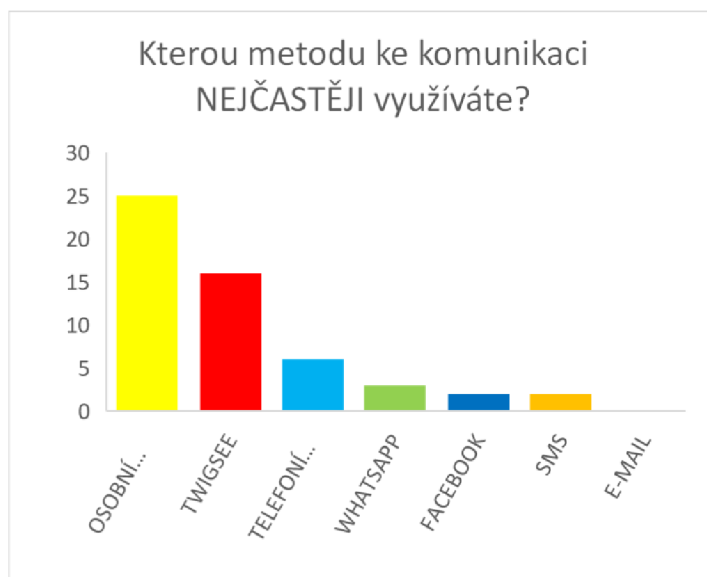
Otázka číslo 4 se týkala nejčastější metody komunikace. V dotazníku o Digiškolce se nejčastější a nejpreferovanější metody komunikace shodují pouze na prvním místě, kde jde opět o osobní kontakt. Pořadí Digiškolky se také nezměnilo a zůstala na posledním místě. Polovina dotazovaných nejčastěji využívá SMS. Z grafů také vyplývá, že Digiškolku a Facebook nikdo z dotazovaných nevyužívá.

Jako u otázky číslo 2, tak i zde je na prvním místě osobní kontakt a na druhém místě je aplikace Twigsee. Na třetím místě jsou telefonní hovory. Méně často respondenti označili Whatsapp, Facebook, SMS a e-mail.

Lážová (2013) apeluje na udržení osobního kontaktu, toto doporučení se v praxi potvrdilo a je nejpreferovanějším způsobem komunikace.



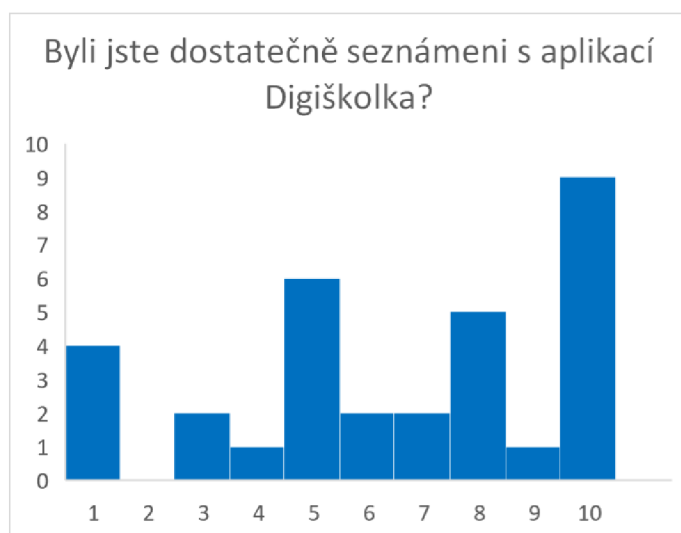
Graf 5: Nejčastěji využívaná metoda ke komunikaci Digiškolka



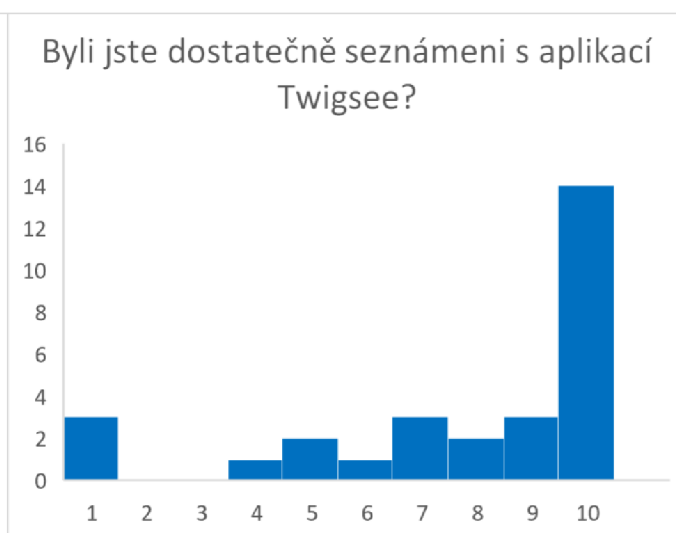
Graf 6: Nejčastěji využívaná metoda ke komunikaci Twigsee

Rodiče měli u otázky číslo 5 v dotazníku k Digiškolce ohodnotit na škále od 1 do 10, zda byli s aplikací dostatečně seznámeni. Hodnota 1 znamenala, že zcela nedostatečně (vůbec) oproti tomu hodnota 10 znamenala, že byli seznámeni dostatečně. Z grafu je zřejmé, že 9 rodičů si myslí, že byli dostatečně informováni. Dalších 6 vnímá informovanost neutrálně. Pouze 4 rodiče si myslí, že nebyli s aplikací Digiškolka seznámeni vůbec. Ostatní hodnotí informovanost spíše kladně.

U aplikace Twigsee můžeme z grafu vyčíst, že necelá polovina označila hodnotu 10, což znamená, že respondenti kladně hodnotí seznámení s Twigsee. Hodnoty 1, 7 a 9 mají zastoupení po třech hlasech. Hodnoty 5 a 8 mají zastoupení u dvou respondentů. 4 a 6 mají po jednom hlase. Hodnoty 2 a 3 se nevyskytly. Z výše uvedeného vyplývá, že většina respondentů se shoduje v názoru o dostatečném seznámení s aplikací.



Graf 7: Seznámení s aplikací Digiškolka



Graf 8: Seznámení s aplikací Twigsee

Následující otázka byla doplňující k otázce číslo 5 o seznámení s Digiškolkou. Otázka byla otevřená s volnou odpovědí, tudíž rodiče měli možnost odpovědět zcela dle svého uvážení. Odpověď na tuto otázku nebyla povinná, proto na ni odpovědělo u Digiškolky pouze 10 respondentů. Většinou se ale odpovědi shodovaly.

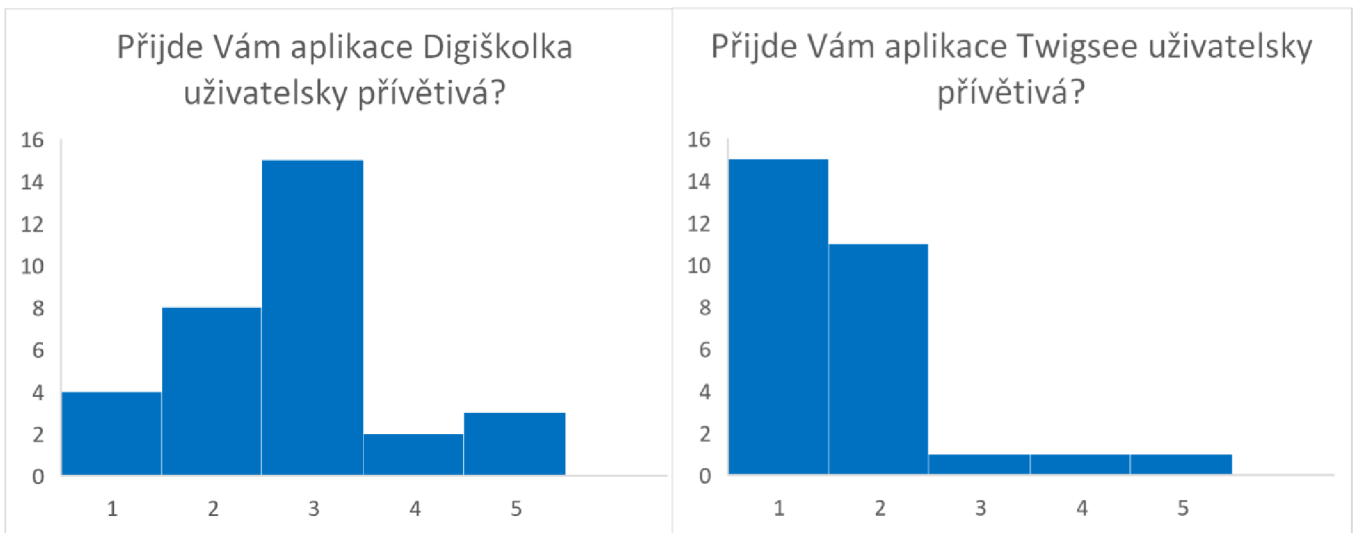
Z odpovědí vyplývá, že většina dotazovaných by ocenila větší informovanost na třídních schůzkách. Dva z rodičů by ocenili návodné video, jak se v aplikaci orientovat. Pouze jeden odpověděl, že zmíněnou aplikaci nepoužívá a informovanost nijak neřeší. Další odpověď byla, že aplikaci respondent zná ze školy od staršího dítěte.

U Twigsee na tuto otázku odpovědělo pouze 6 respondentů. Ti zareagovali následovně. Respondentům chybí informace o zpětné vazbě a také jim chybí informace o tom, jak komunikovat s učitelkou. Jeden z respondentů uvedl, že mu nic nevadí. Další odpověď zahrnovala zmínku o nedostatečném nastavení pravidel.

Otázka číslo 7 měla za cíl zjistit, zda jsou aplikace Digiškolka a Twigsee uživatelsky přívětivé. Respondenti mohli vybrat na škále od 1 do 5 - hodnocení bylo jako ve škole. Hodnota jedna znamenala, že aplikace je pro uživatele přívětivá a hodnota 5 naopak, že aplikace není přívětivá.

V dotazníku zaměřeném na Digiškolkou necelá polovina respondentů odpověděla neutrálním hodnocením, a to hodnotou 3. Z grafu je patrné, že 27 respondentů si myslí, že aplikace je relativně uživatelsky přívětivá. Pouze 5 respondentů má opačný názor.

Respondenti aplikace Twigsee odpovídali následovně. Hodnoty 1 a 2 byly nejčtenější, z čehož lze usoudit, že respondenti aplikaci vnímají jako velmi uživatelsky přívětivou. Jeden respondent označil přívětivost této aplikace neutrální hodnotou 3. Hodnoty 4 a 5 měly každá zastoupení po jednom respondentovi.



Graf 9: Uživatelská přívětivost Digiškolka

Graf 10: Uživatelská přívětivost Twigsee

Následující dvě otázky jsou doplňujícími k otázce 7, uživatelské přívětivosti. Otázka číslo 8 byla polootevřená. Jejím cílem bylo zjistit silné stránky aplikace. Respondenti měli na výběr z možností: „rychlá komunikace, vše na jednom místě a možnost stažení do telefonu“. Do položky „jiná“ mohli napsat, co považují za silné stránky. Mohlo být zaškrtnuto více odpovědí.

Více jak polovina respondentů Digiškolky hodnotí kladně možnost mít vše na jednom místě. Na druhém místě je rychlá komunikace a následně možnost stažení do telefonu. Tyto tři odpovědi měli respondenti předem navrhnuté. 5 respondentů uvedlo, že aplikaci nevyužívá, proto nemohou ohodnotit silné stránky. 2 respondenti nevidí žádné výhody v komunikaci prostřednictvím Digiškolky.

Respondenti aplikace Twigsee označili za nejsilnější stránku možnost mít vše na jednom místě. Následně bylo zjištěno, že Twigsee je rychlý komunikační prostředek. Na třetím místě je možnost stažení do telefonu. Všechny tyto tři odpovědi byly předem navrhnuté v dotazníku. Doplňující silné stránky uvedli 4 rodiče. Tito rodiče řadí mezi silné stránky fakt, že mají možnost vidět fotky a informace o akcích.

Také otázka číslo 9 je doplňující, a na rozdíl od silných stránek poukazuje na slabá místa aplikace. Tato otázka byla také polootevřená a respondenti měli na výběr z možností: „málo funkcí, nepřehlednost, další prostředek ke komunikaci a nutné připojení k internetu“. Dále mohli doplnit i vlastní poznatky o slabých stránkách, které shledali během užívání. I zde mohlo být zaškrtnuto více odpovědí.

12 respondentů Digiškolky považuje za nedostatek nutné připojení k internetu a že je Digiškolka další prostředek ke komunikaci, s nímž musí pracovat, nicméně slouží pouze

k omlouvání dítěte, nenabízí další funkce. Obě tyto odpovědi měly zastoupení 12 respondentů. Dále respondenti uvádějí, že jim v aplikaci vyskakuje okénko s chybovým hlášením, buď se jim nejde přihlásit, protože mají již přihlášené starší dítě, které chodí do školy a využívá Bakaláře, nebo se aplikace špatně zobrazuje na mobilním telefonu. Také se zde objevují odpovědi, že je aplikace nepřehledná a poskytuje málo funkcí, funguje pouze k omlouvání dětí.

Respondenti uváděli také slabé stránky aplikace Twigsee. Nejvíce jim vadí, že Twigsee má málo funkcí. Na druhém místě uvádí, že Twigsee je dalším prostředkem ke komunikaci mezi mateřskou školou a rodinou, a to i přesto, že na rozdíl od Digiškolky nabízí více funkcí. Na třetím místě je nutnost připojení k internetu. Dalším nedostatkem je, že rodiče nemohou reagovat na fotky a příspěvky učitelky. Komunikace je zde jednostranná, což vnímá jako velkou slabinu necelá polovina. Jeden respondent uvedl, že neshledal žádné slabé stránky.

Při otázce číslo 10 měli respondenti volnost a bylo pouze na nich napsat funkce, které by uvítali. Neměli žádnou možnost, která by jim byla nabídnuta. Pouze pod otázkou měli napsáno NIC, pokud neshledali žádnou funkci, kterou by uvítali.

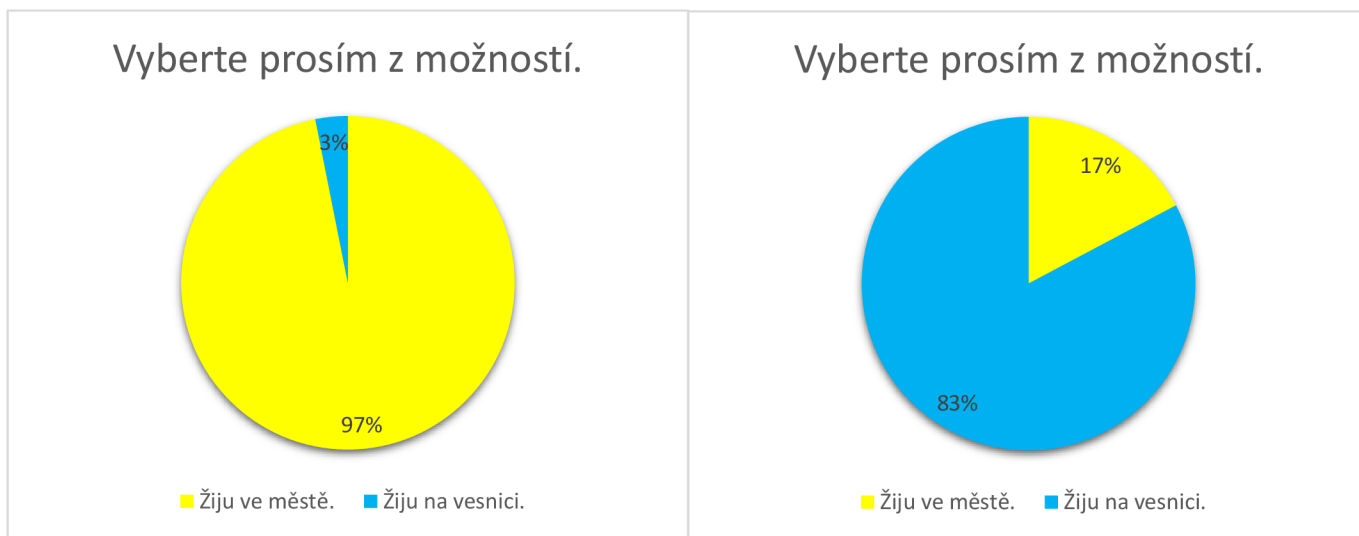
19 respondentů Digiškolky nenavrhlo žádnou funkci, kterou by uvítali. 2 respondenti napsali, že neví. 7 respondentů napsalo, že aplikaci nevyužívá. Jeden respondent uvedl, že u nich v mateřské škole stále funguje osobní kontakt a nástěnka v šatně. Pouze 4 navrhli funkci, která by sdělovala a sdílela s rodiči veškeré informace o dětech ve třídě plus fotky jejich dětí při různých činnostech v průběhu dne. Nebo také například básničky či říkanky, které se v mateřské škole právě učí.

K aplikaci Twigsee respondenti navrhli následující funkce. Odpověď, že nenavrhují žádnou novou funkci, se objevila celkem 9krát společně s odpovědí, že rodičům chybí komunikace s učitelkou, což také uvedli u předešlé otázky číslo osm. 8 respondentů uvedlo, že by uvítali možnost reagovat na informace od učitelky. Tři respondenti by kladně ohodnotili mít možnost odhlásit stravu.

Jedenáctá otázka se zaměřovala na charakteristiku respondentů, kteří dotazník vyplňovali. Otázka byla uzavřená a respondenti měli na výběr z možností, zda žijí na vesnici či ve městě.

Z grafu Digiškolky můžeme odvodit, že většina respondentů pochází z města a pouze jeden z rodičů žije na vesnici.

Z uvedeného grafu odpovědí od respondentů Twigsee lze vyčíst, že 83 % žije na vesnici a zbylá část 17 % žije ve městě.



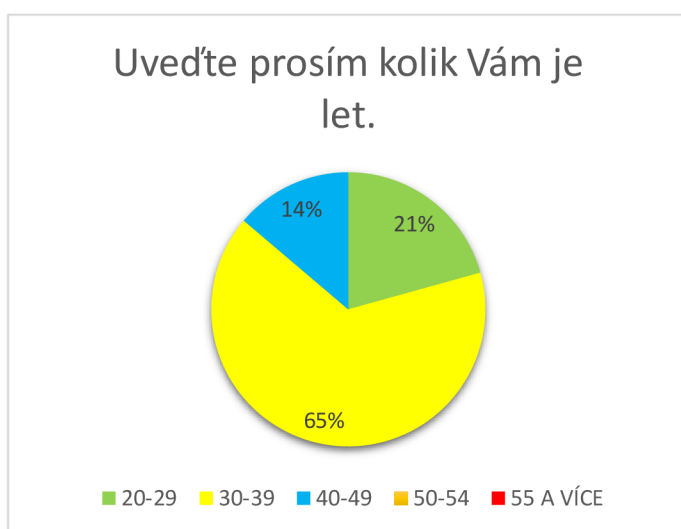
Graf 11: Rozdělení respondentů podle místa bydliště Digiškola

Graf 12: Rozdělení respondentů podle místa bydliště Twigsee

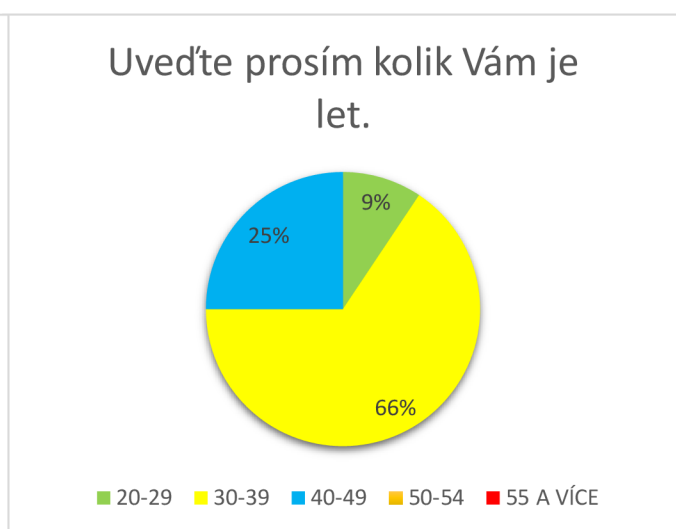
Předposlední otázka číslo 12 slouží taktéž k charakteristice respondentů dotazníku. Otázka se soustředí na zjištění věku respondentů. Na výběr bylo z možností: 20-29, 30-39, 40-49, 50-54 a 55 a více.

Z grafu Digiškolky vyplývá, že 21 respondentů je ve věku mezi 30-39 let. 8 respondentů je ve věkovém rozpětí mezi 40-49 let. 3 rodiče jsou ve věku mezi 20-29 let. Nikdo z dotazovaných není starší 50 let.

Nejčetnější věkové zastoupení respondentů Twigsee bylo ve věku od 30-39 let, následně bylo zastoupení ve věku od 20-29 let a na třetím místě bylo rozmezí od 40-49 let. Nikdo starší 50 let se dotazníku nezúčastnil.



Graf 13: Rozdělení respondentů podle věku Digiškolka

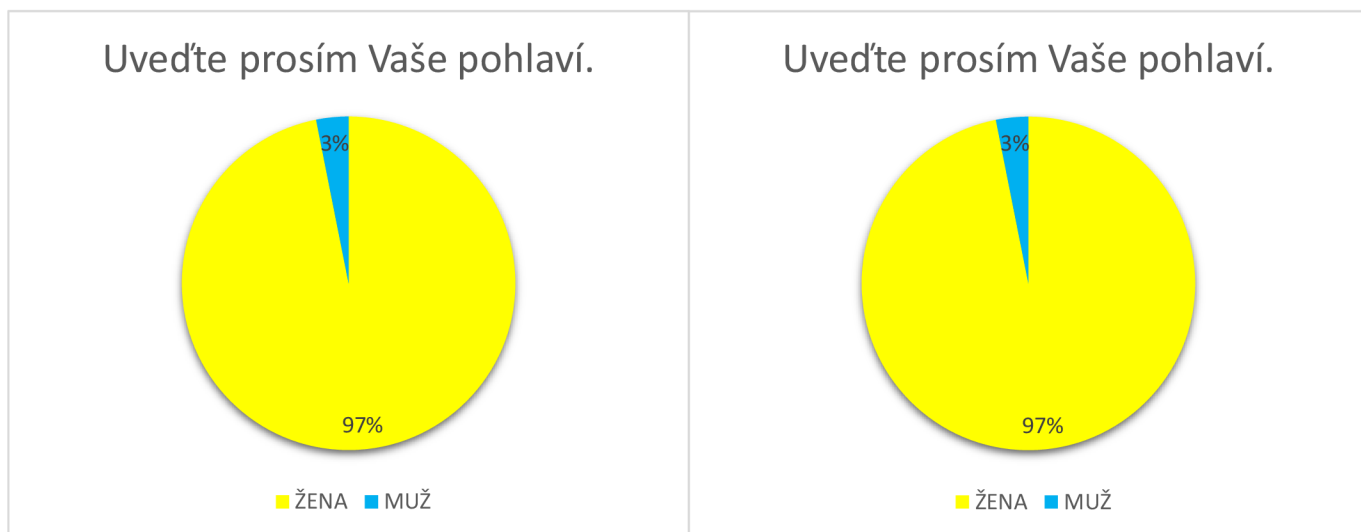


Graf 14: Rozdělení respondentů podle věku Twigsee

Poslední otázka číslo 13 byla opět zaměřena na charakteristiku respondentů. Cílem bylo zjistit, které pohlaví respondentů při vyplnění dotazníku převažuje.

Ze získaných dat u Digiškolky vyplývá, že dotazník vyplnil pouze jeden muž, drtivě převládaly ženy.

Totožný výsledek evidujeme u grafu zaměřeného na Twigsee.



Graf 15: Rozdělení respondentů podle pohlaví Digiškolka

Graf 16: Rozdělení respondentů podle pohlaví Twigsee

4.5. Závěr šetření

Hlavním cílem diplomové práce bylo zjistit funkčnost a spokojenost uživatelů aplikací Twigsee a Digiškolka. Dílčím cílem empirické části bylo zjistit využití aplikací a zmapovat jejich potencionální možnosti zlepšení z pohledu rodičů. Prostřednictvím dotazníků jsme zjišťovali názory a preference rodičů k aplikacím a následně jsme vyhodnotili předpoklady, které jsme si stanovili.

Předpoklad 1: *Rodiče upřednostňují osobní kontakt s pedagogem před elektronickou komunikací.*

Předpokládalo se, že rodiče upřednostňují osobní kontakt s pedagogem před elektronickou komunikací. Tento předpoklad byl ověřen pomocí otázky číslo 2 a číslo 4, kdy respondenti měli uvést, kterou z možností nejčastěji využívají a kterou nejraději využívají. V obou dotaznících byl u každé ze zmíněných odpovědí na prvním místě osobní kontakt. Výsledek tohoto předpokladu byl jednoznačný, a tudíž lze tento předpoklad **POTVRDIT**.

Z doplňující otázky číslo 3 bylo možné zjistit, proč je osobní kontakt upřednostňován. U Digiškolky se respondenti shodovali v tom, že se obě strany při osobním kontaktu lépe pochopí a méně dochází k nedorozuměním. Dalším benefitem je okamžitá zpětná vazba a komunikace není ochuzena o emoce a neverbální projev. U Twigsee respondenti odůvodnili svůj výběr osobní komunikace tím, že je to nejrychlejší a nejlepší způsob předání informací. Díky osobnímu kontaktu si obě strany sdělí nejvíce informací. Prostor pro aplikace Digiškolka a Twigsee nastává ve chvíli, kdy dítě z nějakého důvodu není přítomno ve třídě.

Předpoklad 2: *Aplikace Digiškolka a Twigsee jsou stejně uživatelsky přívětivé.*

Předpokládalo se, že aplikace Digiškolka a Twigsee jsou stejně uživatelsky přívětivé. K ověření nám pomohla otázka číslo 7. Respondenti měli ohodnotit na škále od 1 do 5 uživatelskou přívětivost jednotlivých aplikací. U Digiškolky polovina respondentů odpověděla neutrálně, tudíž hodnotou 3. U Twigsee polovina respondentů odpověděla kladně, tudíž hodnotou 1. Z výsledků, které jsme porovnali, vyplynulo, že aplikace Twigsee je více uživatelsky přívětivá. Právě proto tento předpoklad **NELZE POTVRDIT**.

K této otázce se vázaly otázky číslo 7 a číslo 8, kdy respondenti měli uvést silné a slabé stránky aplikací. Mezi silné stránky respondenti Twigsee uvedli, že velice kvitují možnost mít vše na jednom místě. Možnost stažení do mobilního zařízení je pro respondenty také velice důležitá. Nepostradatelná je i možnost nahlížet na fotky svých dětí, a mít tak report z každého

dne. Někteří rodiče by uvítali více funkcí, pro upřesnění uvedli, že v aplikaci postrádají funkci zpětné vazby – nemohou reagovat na příspěvky od pedagogů, komunikace je jen jednostranná. U Digiškolky respondenti odpovídali stejně. Také kvitují, že v aplikaci je vše na jednom místě a mohou si Digiškolku stáhnout do svého telefonu. Stejně jako u Twigsee, tak i zde by rodiče uvítali více funkcí, které by je více informovali o dění v mateřské škole, zatím slouží pouze k omlouvání dětí.

Předpoklad 3: *Rodiče považují seznámení s aplikacemi ze strany pedagogů za dostačující.*

Předpokládalo se, že rodiče považují seznámení s aplikacemi ze strany pedagogů za dostačující. Na základě odpovědí k otázce číslo 5 lze u Digiškolky říct, že 9 respondentů považuje seznámení za dostačující. Celkově polovina odpovědí poukazuje spíše na dostačující seznámení, tudíž za aplikaci Digiškolka lze říct, že předpoklad byl **POTVRZEN**. Respondenti druhé aplikace Twigsee také považují seznámení s užíváním za dostačující. Toto tvrzení sdílí více jak polovina respondentů, proto i u této aplikace byl předpoklad **POTVRZEN**.

Respondenti, kteří považují seznámení s aplikací za nedostatečné, uvádějí několik řešení, které by jim mohly být nápomocné. U Digiškolky by respondenti ocenili možnost lepší prezentace na třídních schůzkách nebo jiných setkáních pořádaných mateřskou školou. Někteří uvedli, že by přivítali nějaké instruktážní video o tom, jak se do aplikace přihlásit nebo jak v aplikaci pracovat. Respondenti uvedli, že považují za nedostatečné seznámení s tím, jak mohou komunikovat s pedagogem. Tato funkce u Twigsee není, proto nemohli být s touto funkcí seznámeni.

Celkové zjištění pramenící z dotazníkového šetření je relativně uspokojující. Pedagogové v praxi využívají on-line aplikaci při komunikaci s rodiči. Z odpovědí lze vyvodit několik podnětů vedoucích k potencionálnímu zlepšení u každé aplikace. Rodiče jsou převážně více spokojeni s aplikací Twigsee, která je na trhu od roku 2019, a mohla za onu dobu projít několika aktualizacemi. Oproti tomu Digiškolka je na trhu teprve krátce a postupně se snaží zlepšovat.

Závěr

Diplomová práce měla za cíl zmapovat komunikaci v on-line světě a zjistit využití on-line komunikačních prostředků v mateřské škole. Práce je členěna na dvě části, na teoretickou část a empirickou část. Zmíněné mapování se odráží jak v teoretické části, tak v části empirické. Teoretická část se opírá o odbornou literaturu, s jejíž pomocí popisuje komunikaci rodiny a mateřské školy, dále představuje dvě komunikační aplikace – Digiškolku a Twigsee. Empirická část popisuje průběh dotazníkového šetření, které probíhalo on-line formou.

V první kapitole teoretické části jsme se snažili s oporou odborné literatury přiblížit náhled na vztah mezi mateřskou školou a rodiči. Jedna podkapitola je věnovaná možným úskalím při spolupráci mateřské školy s rodiči. Na ni navazuje podkapitola, která má za cíl seznámit s formami spolupráce rodiny a mateřské školy. Druhá kapitola se věnuje komunikaci jako takové, podkapitola komunikačních stylů více rozšiřuje pojetí komunikace. Následující podkapitola se věnuje komunikaci mezi mateřskou školou a rodinou. Na tuto podkapitolu navazuje kapitola věnovaná efektivní komunikaci mezi pedagogem a rodičem. Dále se práce dotýká tématu komunikace mateřské školy s veřejností a se zřizovatelem. Třetí velkou kapitolou mapujeme on-line svět, digitální technologie, strategii digitálního vzdělávání, zpracování osobních údajů. Následně se seznámíme s komunikací v on-line prostředí a komunikačními nástroji, sociálními médii a také s aplikacemi. V podkapitole aplikace jsou představeny aplikace, které mohou mateřské školy využívat ke komunikaci s rodiči. Dvě z těchto aplikací jsou detailně popsány.

Empirická část měla za cíl pomocí dotazníkového šetření zjistit a porovnat funkčnost aplikace Twigsee a Digiškolka. Zjistit, zda tyto dvě aplikace ulehčují rodičům každodenní spojení s mateřskou školou, nebo představují pro rodiče jen další komunikační kanál, který je zatěžuje. Dílčími cíli empirické části bylo zjistit reálné využití aplikací v praxi a jejich potenciální možnosti vylepšení z pohledu rodičů. Prvotně jsme představili vybranou metodu sběru dat, a to dotazník. Následně byl prezentován výzkumný vzorek a průběh sběru dat. Vyhodnocení a závěr dotazníkového šetření je následovný.

Ze získaných odpovědí od respondentů jsme měli možnost zjistit, že stále většina rodičů upřednostňuje osobní kontakt před ostatními možnostmi komunikace s pedagogy. Uvedený důvod je takový, že díky osobnímu kontaktu se obě strany, jak pedagog, tak rodič, lépe pochopí a redukuje se tak komunikační šum. Dalším bodem, který rodiče na osobní komunikaci oceňují, je ten, že mají rychlou zpětnou vazbu a rozhovor není ochuzen o emoce a neverbální

komunikaci. Další výsledek, který můžeme ze zjištěných dat konstatovat, je ten, že aplikace Twigsee je více oblíbená než aplikace Digiškolka. Hlavním důvodem výše uvedeného je fakt, že Twigsee nabízí rodičům více funkcí než Digiškolka. Twigsee svým uživatelům nabízí sdílení fotek od pedagogů, možnost rychlé ankety a například on-line nástěnku. Digiškolka zatím slouží pouze jako prostředek k omlouvání nepřítomnosti dítěte. Rodiče v obou dotaznících se shodují, že s aplikacemi byli obecně dostatečně seznámeni. Ti, co shledali nějaký nedostatek v seznámení s aplikacemi, navrhuji jako řešení například instruktážní video, jak se do aplikace přihlásit, jak v ní pracovat, nebo prezentaci na třídních schůzkách. Na závěr je důležité zmínit, že pedagogové se snaží on-line aplikace do komunikace s rodiči začlenit.

Zjištění diplomová práce poukazuje na fakt, že se cíle práce podařilo naplnit. Práce nabízí aktualizovaný vhled do situace spojené s online komunikací v prostředí mateřských škol. Provozovatelům zmíněných aplikací pak umožňuje získat zpětnou vazbu o jejich produktech, s níž mohou nadále pracovat.

Použitá literatura

1. ALLHOFF, Dieter-W a Waltraud ALLHOFF (2008). *Rétorika a komunikace*: 14. vydání. Praha: Grada,. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2283-2.
2. BRDIČKA, Bořivoj (2003). *Role internetu ve vzdělávání: studijní materiál pro učitele snažící se uplatnit moderní technologie ve výuce*. Kladno: AISIS. ISBN 80-239-0106-0.
3. BRÉDA, Jiří, Eva DANDOVÁ a Jitka STASINKA SLIVOŇOVÁ (2018). *Alfa a omega (nového) ředitele školy*. Praha: Raabe. Dobrá škola. ISBN 978-80-7496-397-1.
4. COHEN, Louis, Lawrence MANION a Keith MORRISON. *Research methods in education*. Eighth edition. New York: Routledge, 2018. ISBN 978-1-138-20986-2
5. ČAPEK, Robert (2013). *Učitel a rodič: spolupráce, třídní schůzka, komunikace*. Praha: Grada. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-4640-1.
6. EGER, Ludvík (2021). *Marketing školy. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni*. ISBN 978-80-261-1044-6.
7. FRYČ, Jindřich, Zuzana MATUŠKOVÁ, Pavla KATZOVÁ, et al. *Strategie vzdělávací politiky České republiky do roku 2030+*. Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2020. ISBN 978-80-87601-46-4.
8. GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výskumu*. 4., rozš. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo UK, 2008. ISBN 978-80-223-2391-8.
9. Hlad'o, Petr. *Úvod do pedagogického výzkumu pro učitele středních škol*. Brno: Mendelova Univerzita v Brně, 2011. ISBN 978-80-7375-544-7
10. HORKÁ, Hana a Zora SYSLOVÁ (2011). *Studie k předškolní pedagogice*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5467-7.
11. KOŽÍŠEK, Martin a Václav PÍSECKÝ (2016). *Bezpečně n@ internetu: průvodce chováním ve světě online*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5595-3.
12. LAŽOVÁ, Ladislava (2013). *Mateřská škola komunikuje s rodiči: výměna informací, řešení problémů*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0378-0.
13. LINDNER, Ulrike (2019). *Pozor, rodiče ve školce!: typické konflikty s rodiči a jak s nimi zacházet*. Přeložil Alena BEZDĚKOVÁ. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-1521-9.
14. PLAŇAVA, Ivo (2005). *Průvodce mezilidskou komunikací: přístupy - dovednosti - poruchy*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 80-247-0858-2.
15. POLÁŠKOVÁ, Lenka (2022). *Kompetence leadera školy: marketingová komunikace v praxi škol*. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-271-3229-4.

16. PRÁŠILOVÁ, Michaela (2004). *Projektování v mateřské škole*. V Olomouci: Hanex. ISBN 80-857-8344-4.
17. RABUŠICOVÁ, Milada (2004). *Škola a (versus) rodina*. V Brně: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-3598-6.
18. REDECKER, Christine (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ISBN 978-92-79-73494-6
19. SEDLÁČKOVÁ, Hana, Zora SYSLOVÁ a Lucie ŠTĚPÁNKOVÁ (2012). *Hodnocení výsledků předškolního vzdělávání*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika. ISBN 978-80-735-7884-8.
20. STOWELL, Louie (2017). *Bezpečně online*. Ilustroval Nancy LESCHNIKOFF, přeložil Kateřina BROUK. Praha: Svojtka & Co.. ISBN 978-80-256-2083-0.
21. SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy. 2.*, aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. Řízení školy (Wolters Kluwer). ISBN 978-80-7357-494-9.
22. SVOBODOVÁ, Eva (2010). *Vzdělávání v mateřské škole: školní a třídní vzdělávací program*. Praha: Portál. ISBN 978-80-736-7774-9.
23. SVOBODOVÁ, Zuzana (2021). *Konflikty ve škole: od prevence k řešení*. Praha: Wolters Kluwer. Řízení školy (Wolters Kluwer). ISBN 978-80-767-6154-4.
24. SYSLOVÁ, Zora (2015). *Jak úspěšně řídit mateřskou školu. 2.*, doplněné a aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer. Řízení školy (Wolters Kluwer). ISBN 978-80-747-8859-8.
25. TCHAWOU TCHUISSEU, Karla a Sabina STRAKOVÁ (2022). *E-maily a jejich (ne)pravidla*. Praha: Euromedia Group. Universum (Euromedia Group). ISBN 978-80-242-8186-5.
26. VÁŇOVÁ KREJČOVÁ, Věra, Jana POCHÉ KARGEROVÁ a Zora SYSLOVÁ (2015). *Individualizace v mateřské škole*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0812-9.
27. VYBÍRAL, Zbyněk (2000). *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-717-8291-2.
28. VYBÍRAL, Zbyněk (2005). *Psychologie komunikace*. Praha: Portál. ISBN 80-717-8998-4
29. VYMĚTAL, Jan (2008). *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-2614-4.

Internetové zdroje

1. BAKALÁŘI software s.r.o. *Digiškolka* [online]. Příbram, 2022 [cit. 2023-02-30]. Dostupné z <https://digiskolka.cz/objednavka/>
2. BAKALÁŘI software s.r.o. *Uživatelská příručka aplikace Digiškolka* [online]. Příbram, 2022 [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://is.digiskolka.cz/dokumentace/interni/Uzivatelaska-prirucka-Digiskolka.pdf>
3. Barbora Kubová. *Komunikace mezi školkou a rodiči je často obtížná, říká zakladatelka aplikace Twigsee*. Radio Zet [online]. 2022 [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://www.radiozet.cz/clanek/komunikace-mezi-skolkou-a-rodici-je-casto-obtizna-rika-zakladatelka-aplikace-twigsee>
4. Dezinformace v online prostředí. Tvorba explainer video animací – motion design, reklamní spoty – Vysvětlí.cz [online] [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://www.vysvetli.cz/fakenews>
5. Digiškolka – Smart City Plzeň Smart City Plzeň. Home – Smart City Plzeň Smart City Plzeň [online]. Copyright 2018 Smart City Plzeň, design by [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://smartcity.plzen.eu/projekty-sprava/digiskolka/>
6. KOPECKÝ, Kamil a René SZOTKOWSKI. *Český učitel ve světě technologií (výzkumná zpráva)* [online]. Olomouc: Centrum prevence rizikové virtuální komunikace, 2020 [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Kamil-Kopecky/publication/344251545_Cesky_ucitel_ve_sвете_technologii_2020/links/5f60c63c4585154dbbd341c2/Cesky-ucitel-ve-sвете-technologie-2020.pdf
7. Kritéria – *Soutěž školních webů* – SCOOLOWEB 2018, scool web, soutěž webů škol. [online] [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://www.scoolweb.cz/kriteria-dobreho-webu>
8. Ministerstvo práce a sociálních věcí. *Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020* [online]. In.: 2015 [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/documents/20142/848077/strategie_dg.pdf/2c044975-1c29-fcbb-ba22-f1c1388c1865
9. Rámcový vzdělávací program pro předškolní vzdělávání. [online]. Praha: Výzkumný ústav Praha, 2021. [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/45304/> S. 6
10. StartupJobs, [online] Twigsee, Praha: 2020 [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://www.startupjobs.cz/en/startup/twigsee-s-r-o>
11. Systém pro mateřské školy – Twigsee. *Školka v kapse* [online]. 2023 Twigsee [cit. 2023-02-30]. Dostupné z: <https://www.twigsee.com/o-aplikaci/>

Seznam tabulek

Tabulka 1 Online nástroje/slужby využívané učiteli k mimoškolnímu kontaktu s rodiči Kopecký a Szotkowski (2020, s. 10)	24
--	----

Seznam obrázků

Obrázek 1: Omluvenky (Twigsee, 2023)	34
Obrázek 2: Docházka (Twigsee, 2023)	34
Obrázek 3: Vyberte děti (Twigsee, 2023)	35
Obrázek 4: Informace pro rodiče (Twigsee, 2023)	35
Obrázek 5: Zápis docházky (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 19).....	36
Obrázek 6 Zprávy (Bakaláři software s.r.o. 2022, s. 80)	37
Obrázek 7 Výkaz (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 117).....	38
Obrázek 8 Inventář (Bakaláři software s.r.o., 2022, s. 161).....	38

Seznam grafů

Graf 1: Přístup k internetu Digiškolka	46
Graf 2: Přístup k internetu Twigsee	46
Graf 3: Nejpreferovanější metody komunikace Digiškolka.....	47
Graf 4: Nejpreferovanější metody komunikace Twigsee.....	47
Graf 5: Nejčastěji využívaná metoda ke komunikaci Digiškolka	48
Graf 6: Nejčastěji využívaná metoda ke komunikaci Twigsee	48
Graf 7: Seznámení s aplikací Digiškolka	49
Graf 8: Seznámení s aplikací Twigsee	49
Graf 9: Uživatelská přívětivost Digiškolka	51
Graf 10: Uživatelská přívětivost Twigsee	51
Graf 11: Rozdělení respondentů podle místa bydliště Digiškolka	53
Graf 12: Rozdělení respondentů podle místa bydliště Twigsee	53
Graf 13: Rozdělení respondentů podle věku Digiškolka.....	54
Graf 14: Rozdělení respondentů podle věku Twigsee.....	54
Graf 15: Rozdělení respondentů podle pohlaví Digiškolka	55
Graf 16: Rozdělení respondentů podle pohlaví Twigsee	55

Přílohy

Twigsee/Digiškolka

Dobrý den,

jmenuji se Kristýna Nová a studuji na Univerzitě Palackého v Olomouci předškolní pedagogiku. Tímto anonymním dotazníkem se na Vás obracím s prosbou o pomoc při mé závěrečné diplomové práci.

Předem Vám moc děkuji za Váš čas.

1. Máte neustále přístup k internetu na mobilním telefonu?
 - Ano
 - Ne
 - Omezeně
2. Kterou metodu ke komunikaci s učitelkou NEJRADĚJI využíváte?
(Hodnota 1 je nejraději a hodnota 5 nerad/a.)
 - Osobní kontakt
 - Twigsee/Digiškolku
 - E-mail
 - Facebook
 - Whatsapp
 - Telefonický hovor
 - SMS
3. Uveďte prosím, proč preferujete vybranou metodu z předchozí otázky.

4. Kterou metodu ke komunikaci s učitelkou NEJČASTĚJI využíváte?
 - Osobní kontakt
 - Twigsee/Digiškolku
 - E-mail
 - Facebook
 - Whatsapp
 - Telefonický hovor

- SMS
5. Byli jste dostatečně seznámeni s aplikací Twigse/Digiškolka?
- Zcela dostatečně
 - Zcela nedostatečně
6. V případě, že považujete informovanost o aplikaci za nedostatečnou prosím uveďte, jaká informace Vám chybí.
- _____
7. Přejde Vám aplikace Twigsee/Digiškolka uživatelsky přívětivá?
(Hodnocení je jako ve škole 1 je nejlepší a 5 nejhorší)
8. Prosím uveďte silné stránky používání Twigsee/Digiškolky.
- Rychlá komunikace.
 - Vše na jednom místě.
 - Možnost stažení do telefonu.
 - Jiné: _____
9. Prosím uveďte slabé stránky Twigsee/Digiškolky.
- Málo funkcí.
 - Nepřehlednost.
 - Další prostředek ke komunikaci.
 - Nutné připojení k internetu.
 - Jiné: _____
10. Prosím uveďte funkce, které v aplikaci Twigsee/Digiškolka nenajdete a Vy byste je uvítali.
(Pokud nemáte žádné, uveďte „NIC“.)
- _____
11. Vyberte z možností.
- Žiju ve městě.
 - Žiju na vesnici.
12. Uveďte kolik Vám je let.
- 20 – 29 let
 - 30 – 39 let
 - 40 – 49 let
 - 50 – 54 let
 - 55 a více

13. Uved'te Vaše pohlaví.

- Žena
- Muž

Anotace

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Kristýna Nová
Katedra:	Katedra technické a informační výchovy
Vedoucí práce:	Mgr. Hana Bučková, Ph.D.
Rok obhajoby:	2023

Název práce:	Možnosti online komunikace mezi MŠ a rodinou a jejich hodnocení z pohledu uživatelů
Název v angličtině:	Possibilities of online communication between kindergarten and family and rating from the users
Anotace práce:	Diplomová práce se zaměřuje na možnosti online komunikace mezi mateřskou školou a rodinou. Teoretická část je věnovaná rodině a mateřské škole, komunikaci mezi mateřskou školou a rodinou a v neposlední řadě možnostem on-line komunikace. Empirická část obsahuje kvantitativní šetření metodou dotazníku. Cílem bylo zjistit, zda obě aplikace ulehčují každodenní komunikaci mateřské školy s rodiči.
Klíčová slova:	Komunikace, rodina a mateřská škola, Digiškolka, Twigsee, online komunikace, předškolní věk.
Anotace v angličtině:	Theses's main focus is on possibilities of online communication between kindergarten and family. The theoretical part is dedicated to family and kindergarten, communication between them and also to online-communication itself. Empirical part consists of quantitative survey in questionnaire form. The main goal of the thesis is to discover, if both apps make every day communication between parents and kindergartens easier.

Klíčová slova v angličtině:	Communication, family and kindergarten, Digiskolka, Twigsee, online communication, preschool age
Přílohy vázané v práci:	Příloha 1: Dotazník
Rozsah práce:	70
Jazyk práce:	Český