

U N I V E R Z I T A K A R L O V A

Pedagogická fakulta

CENTRUM ŠKOLSKÉHO MANAGEMENTU

**KOMUNIKACE ŠKOLY S VYUŽITÍM
ICT**

Školní informační kanál

Závěrečná bakalářská práce

Autor:	Ing. Martin Ratkoš
Obor:	Školský management
Forma studia:	kombinovaná
Vedoucí práce:	PhDr. Jiří Svoboda
Datum odevzdání práce:	20. listopadu 2009

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou závěrečnou bakalářskou práci vypracoval sám za použití zdrojů a literatury v ní uvedených.

Ing. Martin Ratkoš

Poděkování

Rád bych poděkoval svému školiteli PhDr. Jiřímu Svobodovi za přínosné připomínky k mé práci a všem respondentům, kteří si našli čas při vyplňování dotazníku.

Anotace:

Závěrečná bakalářská práce se zabývá využitím informačně-komunikačních technologií v běžném životě školy, konkrétně se zaměřuje na nový způsob komunikace především s mladou generací prostřednictvím videospotů prezentovaných na velkoplošných obrazovkách umístěných ve školách v rámci projektu Školní informační kanál (ŠIK) a využití tohoto projektu k vnější i vnitřní komunikaci školy.

Současné využití projektu ŠIK na školách se omezuje na pasivní promítání spotů prevence sociálně patologických jevů. Bude-li management škol projevovat dostatečný zájem o volný vysílací čas na svých školách, mohou být velkoplošné obrazovky projektu ŠIK využity k obohacení stávajících informačních toků ve vnitřní i vnější komunikaci školy.

Summary:

This final bachelor thesis deals with the use of information - communication technologies in a daily school life, it focuses on a new way of communication particularly with a young generation via the video clips which are presented on large-screen displays placed at schools in terms of the project School Information Channel (SIK) and the application of this project to external and internal school's communication.

The current application of the project School Information Channel (SIK) is limited to a passive presentation of the video clips consisting of social pathological phenomena's prevention. If the school management shows sufficient interest in free broadcasting time at its schools the large-screen displays of the School Information Channel project (SIK) can be used to enrich the existing informational channels in the internal and external school's communication.

Klíčová slova:

Komunikace

Informačně-komunikační technologie (ICT)

Školní informační kanál (ŠIK)

Obsah:

ÚVOD	8
1 KOMUNIKACE	9
1.1 Komunikace organizace	10
1.1.1 Vnitřní komunikace	11
1.1.2 Vnější komunikace	11
2 INFORMAČNĚ-KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE	12
2.1 Internet	13
2.2 E-mail	13
2.3 Datová schránka	14
2.4 E-learning	15
2.5 Školní informační systémy	16
2.5.1 Školní informační kanál – ŠIK	17
2.5.1.1 Historie projektu ŠIK	17
2.5.1.2 Technické řešení ŠIK	18
2.5.1.3 Spolupráce na projektu ŠIK	19
3 Výzkumná část	20
3.1 Cíl výzkumu	20
3.2 Metodika výzkumu	20
3.3 Výsledky výzkumu	21
3.3.1 Otázka číslo 1	21
3.3.2 Otázka číslo 2	22

3.3.3	Otázka číslo 3	23
3.3.4	Otázka číslo 4	24
3.3.5	Otázka číslo 5	25
3.3.6	Otázka číslo 6	26
3.3.7	Otázka číslo 7	27
3.3.8	Otázka číslo 8	28
3.3.9	Otázka číslo 9	29
3.3.10	Otázka číslo 10	30
3.3.11	Otázka číslo 11	31
3.3.12	Otázka číslo 12	31
3.3.13	Otázka číslo 13	33
3.3.14	Otázka číslo 14	34
3.3.15	Otázka číslo 15	35
3.3.16	Otázka číslo 16	35
4	Závěr	36
	<i>Seznam použité literatury</i>	37
	<i>Přílohy</i>	39

ÚVOD

Výraz komunikace můžeme obecně chápat jako dorozumívání.¹ Pro lidský druh *Homo sapiens sapiens* se v průběhu vývoje ukázala právě schopnost dorozumívání jako jedna z klíčových, vedoucí k celosvětovému úspěchu tohoto druhu. Jedinci, kteří byli schopni komunikovat, vzájemně se dorozumět, tak měli velkou evoluční výhodu proti ostatním. Pro člověka se tak časem potřeba komunikovat stala nedílnou součástí jeho života. Pokrok lidského vědění, množství informací, ale i počet jedinců, kteří spolu komunikují, si vyžaduje nové, efektivnější postupy komunikace. V současné době proto nabývá na významu používání informačně-komunikačních technologií (ICT), které umožňují zintenzivnění procesu výměny informací.

Škola jako instituce, která vzdělává a vychovává nové členy lidské společnosti, musí jít s moderními trendy a reflektovat nezadržitelný proces vývoje právě informačně-komunikačních technologií. Bylo by určitě velkou chybou vnímat zařazování komunikace s využitím ICT jako náhradu klasických komunikačních procesů, které mají jistě své místo ve škole i v současné době. Na začátku 21. století je komunikace s využitím ICT tedy možností, jak zintenzivnit a zefektivnit výměnu informací mezi učiteli, žáky, rodiči, vedením školy, zřizovatelem a ostatními sociálními partnery.

¹ Wikipedia: otevřená encyklopedie [online], [cit. 2009-09-18].
Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Komunikace>

1 KOMUNIKACE

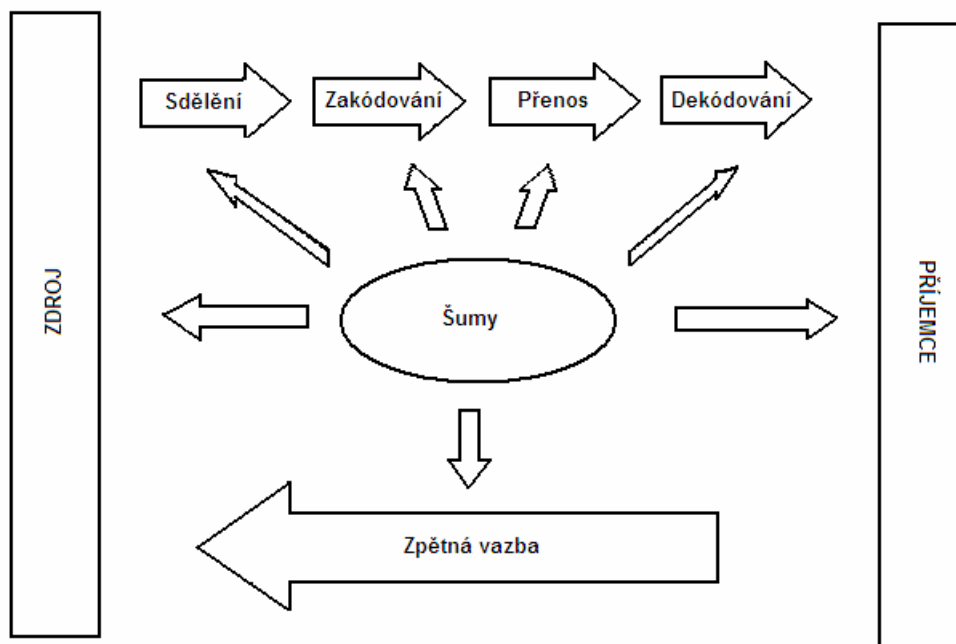
Latinský výraz *COMMUNIS* znamená společný, můžeme tedy říci, že komunikace mezi dvěma partnery je tím efektivnější, čím více myšlenek spolu příjemce sdělí a jeho vysílatel sdílí.² Pro komunikaci je tedy nutná přítomnost minimálně dvou partnerů, kdy jeden je vysílatelem a druhý příjemcem informace.

Komunikace se skládá ze dvou částí:³

- předání zprávy,
- ověření přijetí zprávy.

Velmi zúženě lze tedy chápat komunikaci jako výměnu informací, v ještě užším významu jako poskytování informací. V současné době je v komunikaci patrná aktivní účast obou stran, kdy jde skutečně o něco více než jen o pouhé poskytování informací.⁴ Rozdělení účastníků komunikace na vysílatele a příjemce se tak stává relativním, protože informace proudí oběma směry.

Základní model komunikačního procesu lze schématicky znázornit:⁵



² Khelerová, V *Komunikační dovednosti manažera*. 1. vyd. Praha: Grada 1995, str. 13, ISBN 80-7169-223-9

³ Slavíková, L. a kol. autorů, *Řízení pedagogického procesu*, studijní texty UK v Praze, Pedagogická fakulta, Centrum školského managementu, Praha 2007, kap. 4, str. 19

⁴ Veber, J. *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonost a prosperita*. Praha: Management Press, 2009. str. 182, ISBN 978-80-7261-200-0

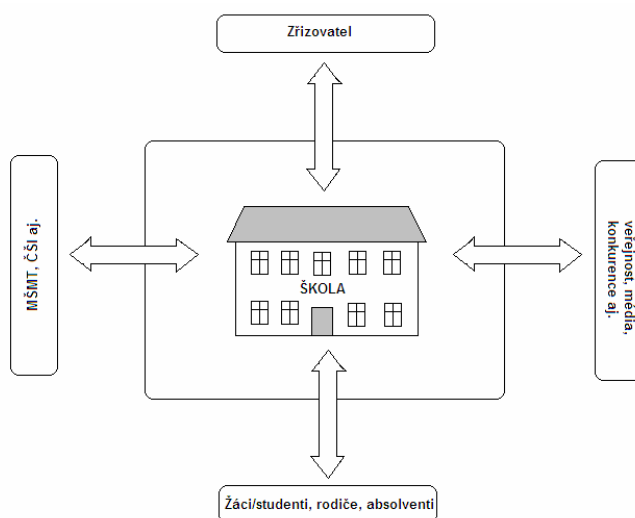
⁵ Světlík, J.: *Marketingové řízení školy*, Praha: ASPI Publishing s.r.o. 2006, str. 212, ISBN 80-7357-176-5

Sdělení je určitá suma informací, které se zdroj snaží vyslat příjemci. Zakódování je pak převod informací do takových symbolů, kterým bude příjemce rozumět. Aby bylo zaručeno vytvoření efektivního a srozumitelného sdělení, vyžaduje proces zakódování a dekodování informace především pochopení potřeb a způsobu chování těch, kterým je zpráva určena. Proto musí být proces kódování ze strany zdroje informace v souladu s procesem dekodování na straně příjemce této informace. Zpětná vazba, kterou příjemce sdělení vysílá zpět zdroji informace, poskytuje představu o tom, zda a jak byla informace přijata. Šumem se rozumí rušení komunikačního procesu v kterékoliv jeho fázi.

Lze tedy říci, že opravdová komunikace probíhá jen tehdy, když příjemce pochopí zprávu tak, jak je míněna zdrojem. Zpětná vazba jako nedílná součást komunikace slouží vlastně ke kontrole celého procesu, protože ověřuje správné přijetí informace.

1.1 Komunikace organizace

Komunikaci organizace jako celku můžeme rozdělit na vnitřní a vnější. Obě tyto složky ale musí být bezpodmínečně v souladu. Ve vnitřní komunikaci rozlišujeme formální a neformální komunikační kanály. Bez ohledu na to, zda jde o interní nebo externí komunikaci, je bezpodmínečně nutné dostatečné zabezpečení zpětné vazby. Proces zpětné vazby nesmí končit jejím zjištěním; obsah zpětné vazby se musí viditelně odrazit na naší další činnosti, aby v čase efektivnost komunikace rostla.⁶



⁶ Veber, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace*, Praha: Management Press 2000, str. 224, ISBN 80-7261-029-5

1.1.1 Vnitřní komunikace

Ve vnitřní komunikaci rozlišujeme formální a neformální komunikační kanály.⁷ Formální část vnitřní komunikace by měla být jasně formulovaná v interních předpisech každé organizace. Příkladem neformální komunikace je setkávání pracovníků a jejich rodin ve volném čase, při zájmové činnosti, na kulturních akcích apod. Tyto aktivity obecně utužují pracovní kolektiv a jsou významným motivačním faktorem.

Informační toky úzce souvisejí s organizační strukturou a se stanoveným systémem odpovědnosti. Realizace těchto informačních toků může být ústní nebo písemnou formou (porady, zápisy z porad, nástěnky, oběžníky, školní časopis aj.) Významný vliv na komunikační proces uvnitř organizace má i celková kultura této organizace, počínaje mezilidskými vztahy a materiálním vybavením konče.

V průběhu běžného provozu školy dochází ke shromažďování celé řady informací, které jsou součástí dokumentace školy.⁸ Povinnost vedení základní dokumentace na škole stanovuje školský zákon (třídní knihy a výkazy, katalogové listy, evidence žáků, školní řád, hospodářská dokumentace a účetní evidence, evidence majetku, personální dokumentace aj.).

1.1.2 Vnější komunikace

Školy v současné době existují a fungují většinou jako samostatné subjekty, avšak nejsou ve své existenci a činnostech izolovány od života a společnosti v určitém místě (regionu). Vstupují do nejrůznějších vztahů se zřizovatelem, rodiči, veřejností, dalšími právními subjekty aj.⁹

Na komunikaci s vnějším prostředím lze nazírat ze dvou úhlů:¹⁰

- Vzhledem k existenci určitých pravidel daných legislativou a také vzhledem k základním potřebám vlastní činnosti je organizace v určitém směru povinna se svým okolím komunikovat (zřizovatel, úřady státní správy, rodiče aj.)

⁷ Veber, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace*, Praha: Management Press 2000, str. 224, ISBN 80-7261-029-5

⁸ Světlík, J. *Marketing školy* Zlín: EKKA 1996, str. 145, ISBN 80-902200-8-8

⁹ Slavíková, L. a kol. autorů: *Řízení pedagogického procesu*, studijní texty UK v Praze, Pedagogická fakulta, Centrum školského managementu, kap. 5, str. 2, Praha 2007

¹⁰ Veber, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press 2000, str. 221, ISBN 80-7261-029-5

- Chce-li v současné době organizace nejen existovat, ale také mít šanci na úspěch, měla by povinnou část komunikačních aktivit obohatit o jakousi „dobrovolnou nadstavbu“.

Škola, která chce být úspěšná, musí poskytovat kromě dobrých vzdělávacích služeb i něco navíc. Více informací o průběhu vzdělávání pro rodiče (elektronická žákovská knížka), prezentace školy na veřejnosti, spolupráce se sociálními partnery (budoucí zaměstnavatelé absolventů, navazující školy aj.) a určitě nadstandardní kontakty se zřizovatelem.

2 INFORMAČNĚ-KOMUNIKAČNÍ TECHNOLOGIE

Informačně-komunikační technologie, zkráceně ICT, jejíž masové použití mění svět kolem nás. Kdo dokáže využít výhody, které ICT přináší, má velký náskok proti ostatním. Technika se však vyvíjí až velmi rychle. Prostředky komunikace a výměny dat dosáhly takového stupně rozvoje, že se neustále zkracuje doba jejich používání, neboť jsou rychle nahrazovány ještě lepšími výrobky.¹¹

Na celospolečenské úrovni se management musí vyrovnat s výzvami postupně se rozvíjející informační společnosti. Obecně platí, že kvalita života společnosti i perspektiva jejího dalšího sociálně-ekonomického rozvoje jsou v rozhodující míře závislé na umění práce s daty, informacemi a znalostmi. V denním životě i ve své práci lidé v širokém měřítku využívají prostředky informační technologie a komunikace.¹²

Trend poslední doby předznamenává pokročilejší stadium vývoje společnosti. Informační společnost se začíná postupně měnit ve společnost komunikační. Prostý přístup k informacím již přestává být jednoznačnou výhodou. Na významu nabývá schopnost s informacemi dále pracovat, analyzovat je, sdílet je, komunikovat.¹³

¹¹ Hurst, B. *Encyklopedie komunikačních technik* Praha: GRADA 1994, str. 190, ISBN 80-85424-40-1

¹² Vodáček, L.; Vodáčková, O. *Moderní management v teorii a praxi*, Praha: Management press s.r.o. 2006, str. 56, ISBN 80-7261-143-7

¹³ Veber, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace* Praha: Management Press 2000, str. 194, ISBN 80-7261-029-5

2.1 Internet

Použití internetu v běžném životě je již samozřejmostí pro většinu populace. Stejně tak lze jen těžko najít školu, která nemá vlastní internetové www stránky. Dny otevřených dveří na školách jsou jistě účelné, ale www stránky školy jsou otevřené 24 hodin denně po 365 dní v roce. Lze velmi zjednodušeně říci, že kdo není na internetu, jako by ani nebyl.

Kromě internetu se v běžné komunikaci školy může jistě uplatnit i vnitřní organizační síť, zvaná INTRANET. Jak internet, tak intranet však nemůžou existovat bez dobře fungujícího počítačového vybavení, které je někdy vzhledem k finančním možnostem škol nemalým problémem. Kvalitní fungování počítačové sítě je jistě dobrou investicí, při které je nutné zvažovat poměr finančních nákladů a efektu přínosu pro organizaci. Škola si tak jistě nebude pořizovat nejnovější počítačové vymoženosti, zároveň však nemůže pracovat s opotřebovanými a zastaralými technologiemi.

2.2 E-mail

Elektronická komunikace založená na vnější (internetové) či vnitřní (intranetové) síti. Tato forma komunikace se rozšiřuje jako běžná forma komunikace díky řadě předností:¹⁴

- je rychlá a umožňuje relativně levnou komunikaci i na velké vzdálenosti;
- umožňuje předávat operativní zprávy i více subjektům najednou;
- umožňuje předávat a přijímat nejen zprávy, ale i různé, zvláště datové soubory v digitální podobě.

Ve škole lze email využít jak k vnitřní, tak i vnější komunikaci organizace. Při komunikaci uvnitř organizace se může jednat o informační zprávy pro zaměstnance, či zadávání pracovních úkolů. Nutnou podmínkou je přístup všech zaměstnanců k výpočetní technice. V praxi je však elektronická emailová forma stále doplňována papírovou formou vyvěšovanou na nástěnkách. Ve vnější komunikaci lze využívat email například pro zasílání informací o průběhu vzdělávání žáků jejich rodičům. V praxi je opět souběžně s elektronickou formou udržovaná i forma písemná v podobě žákovských knížek a studijních průkazů.

¹⁴ Veber, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace* Praha: Management Press 2000, str. 216, ISBN 80-7261-029-5

Použití emailu je tedy všestranné a velmi využívané, především pro svou rychlost a finanční nenáročnost. Přes všechny výhody elektronické komunikace pomocí emailu je jeho velkým nedostatkem snadné zneužití, které znemožňuje využít email jako plnohodnotnou náhradu papírových dokumentů opatřených podpisem a razítky.

2.3 Datová schránka

Zmiňované nedostatky emailové komunikace se v současné době snaží odstranit nově zaváděné datové schránky. Jejich používání je umožněno díky *Zákonu o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů*, zákon č. 300/2008 Sb., který vstoupil v účinnost dne 1. 7. 2009.



Datová schránka je elektronické úložiště, které je určeno k doručování orgány veřejné moci, k provádění úkonů vůči orgánům veřejné moci a k elektronickým úkonům mezi orgány veřejné moci navzájem. Cílem je rychlejší, spolehlivější a levnější poskytování služeb veřejné správy nejširší veřejnosti. Datová schránka je povinná pro právnické osoby zřízené zákonem a pro právnické osoby zapsané v obchodním rejstříku. V budoucnosti lze předpokládat její masivní rozšíření i do dalších oblastí lidské činnosti.¹⁵

Datová schránka tedy poskytuje výhody emailové komunikace, má však vyšší zabezpečení proti neoprávněnému vstupu. Zabezpečení umožňuje proces konverze dokumentů v listinné podobě do dokumentu obsaženého v datové zprávě, nebo úplné převedení dokumentu obsaženého v datové zprávě do dokumentu v listinné podobě.



Konverze dokumentů provádí kontaktní místa veřejné správy – Czech POINT.

¹⁵ Datoveschranky.info: *O datových schránkách* [online], [cit.2009-10-18].
Dostupné na: <http://www.datoveschranky.info/o-datovych-schrankach-text/>

Postup modernizace veřejné správy s využitím nových možností informačních a komunikačních technologií, jehož součástí jsou nejen datové schránky, se nazývá eGovernment. Jednotlivé projekty pro realizaci nástrojů a prostředků eGovernmentu v ČR jsou označeny jako eGON.



Školám se zřizuje pouze datová schránka právnické osoby (těm, které jsou zapsány v obchodním rejstříku obligatorně, ostatním na žádost), nikoliv datová schránka orgánu veřejné moci. S ohledem na tuto skutečnost nemají školy povinnost prostřednictvím své datové schránky jakékoliv dokumenty odesílat, pouze je od orgánů veřejné moci přijímat. Orgánům veřejné moci školy mohou odeslat jakékoliv dokumenty, umožní-li to jejich povaha. Naopak orgány veřejné moci musí školám, které mají zřízenou a zpřístupněnou datovou schránku, zasílat všechny dokumenty nedoručované na místě, jejichž povaha to umožní.¹⁶

2.4 E-learning

E-learning je vzdělávací proces, využívající informační a komunikační technologie k tvorbě kursů, k distribuci studijního obsahu, komunikaci mezi studenty a pedagogy a k řízení studia.¹⁷

S touto formou vzdělávacího procesu se budeme setkávat stále častěji. Konkrétním příkladem využití E-learningu byl projekt KROK, společně vytvořený NIDV (Národní institut pro další vzdělávání) a CERMATEm (Centrum pro zjišťování výsledků vzdělávání), který měl za úkol připravit učitele středních škol na nové maturitní zkoušky 2010. Velkou předností tohoto způsobu školení byla jistá svoboda

¹⁶ Egoncentrum.cz: *Které dokumenty budou školy předávat prostřednictvím DS úřadu a naopak úřad školám?* [online], [cit.2009-02-12]. Dostupné na: <http://egoncentrum.cz/index.php?view-article&catid=18%3Aisds&...>

¹⁷ Wikipedia: *otevřená encyklopedie* [online], [cit. 2009-09-15]. Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/ELearning>

při výběru místa i času, kdy nebyl nikdo vázán konkrétním místem a hodinou prezenční formy školení.

Z nevýhod E-learningu uvedme především jisté odosobnění výkladu. I když nově uvedený japonský robot-učitelka umí předvést šest základních emocí, kdy umí dát najevo překvapení, strach, znechucení, hněv, štěstí a smutek,¹⁸ nelze jím plně nahradit klasickou formu výuky s učitelem ve třídě.

E-learning přináší nové možnosti jak doplnit klasické způsoby výkladu, nově obohacuje proces vzdělávání a v nadcházejících letech lze předpovídat jeho stále častější uplatnění v praxi.

2.5 Školní informační systémy

Na trhu existuje celá řada komerčních produktů, které převážně fungují na bázi internetu. Časté je již i propojení přes mobilní telefony. Tyto systémy umožňují jak efektivnější sdílení informací ze vzdělávacího procesu, tak i jeho řízení. Známé a často používané informační systémy jsou **www.iskola.cz**, **www.skolaonline.cz** a **www.bakalari.cz**.

Všechny tyto systémy s drobnými odchylkami poskytují podobné služby, jako třeba projekt O₂ škola společnosti Telefónica O2. Celý projekt je možné si prohlédnout a vyzkoušet na www.o2skola.com, je navržen tak, aby zabezpečil plynulou komunikaci celé komunity kolem školy a dal vedoucím pracovníkům dokonalý přehled o fungování celé instituce. Dostupnost informací je pochopitelně omezena na vybrané uživatele, kteří se dělí na čtyři základní skupiny. Prvním typem uživatele, který má zároveň nejvíce pravomocí, je ředitelka nebo ředitel školy. Dalším uživatelem je pak učitel, který vytváří a edituje profily žáků, jejich průběžnou klasifikaci, docházku, absenci a omluvenky. A v neposlední řadě jsou uživateli sami žáci a rodiče, kteří mají dokonalý přehled o průběhu vzdělávání svých dětí.¹⁹

¹⁸ Japonský robot-učitelka. Učitelské noviny, ročník 112, číslo 11, str. 24, vydavatel GNOSIS s.r.o., ISSN 0139-5718

¹⁹ Moderní informační systém ve škole? Týdeník Školství, ročník XVII, číslo 4, str. 7, vydavatel DICTUM s.r.o., ISSN 0862-9641

2.5.1 Školní informační kanál – ŠIK

ŠIK CZ s.r.o. je společnost, která prostřednictvím velkoplošných obrazovek instalovaných ve školách usiluje o nový způsob komunikace s mladými lidmi.

Cílem projektu ŠIK je oslovit co nejširší skupinu mladých lidí prostřednictvím video spotů, které mají preventivní, osvětově-vzdělávací a informační charakter. Projekt ŠIK usiluje o realizaci efektivní prevence sociálně patologických jevů na ZŠ a SŠ, a to ve spolupráci s dalšími státními i nestátními organizacemi. Prostřednictvím projektu ŠIK se cílové skupině zabezpečuje neustálý přísun kvalitních a žádaných informací, které se týkají následujících oblastí:²⁰

- oblast primární a sekundární prevence sociálně patologických jevů,
- oblast nespécifické prevence,
- možnosti dalšího vzdělávání žáků a studentů,
- oblast mimoškolní činnosti a aktivního trávení volného času,
- aktuality ze světového dění, ze světa kultury, techniky.



2.5.1.1 Historie projektu ŠIK

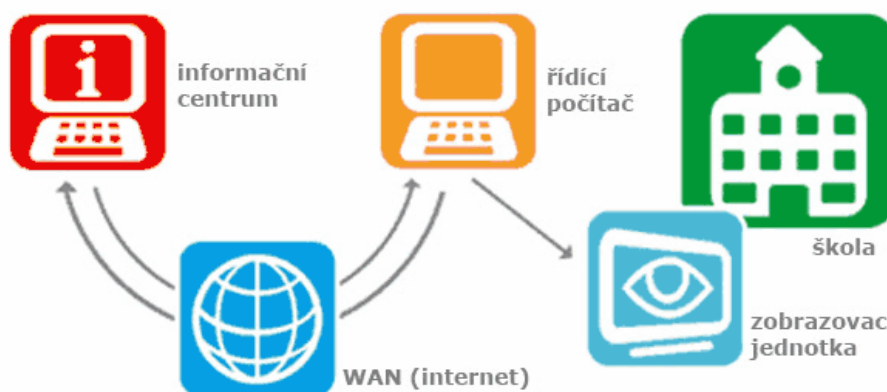
První obrazovky byly nainstalovány v únoru 2008, avšak historie myšlenky a přípravy, které předcházely realizaci, sahají až do května 2007. Prvotním motivem spuštění tohoto projektu, který nemá v historii obdoby, byla upřímná snaha skupiny odborníků z oblasti prevence, grafiky a obchodu, kteří byli a jsou zároveň rodiči či pedagogy, najít způsob, jak s žádoucími a potřebnými informacemi oslovovat děti a mladé lidi skutečně efektivním způsobem. V první fázi projektu bylo umístěno dvacet velkoplošných obrazovek do vybraných koncových míst (škol) po celém území ČR, a to na nejfrekventovanější místa daných škol – internetové studovny, vstupní haly, prostory u školních kiosků apod. Původní plán byl zaměřen pouze na studenty středních škol, ale zájem ze strany základních škol byl tak vysoký, že se rozhodlo o rozšíření projektu i na základní školy.²¹

²⁰ Školní informační kanál [online], [cit. 2009-10-31]. Dostupné na <http://www.sikcz.cz>

²¹ Školní informační kanál [online], [cit. 2009-10-31]. Dostupné na <http://www.sikcz.cz>

2.5.1.2 Technické řešení ŠIK

Podstatou technického řešení projektu ŠIK je vzdálená správa a distribuce dat pomocí sítě Internet z centrálního počítače na koncová místa rozmístěná po území celé ČR. Technické řešení projektu znázorňuje následující obrázek :²²



1. informační centrum

Vyškolený pracovník informačního centra celý systém ovládá a řídí. Jeho hlavním úkolem je aktualizovat vysílání dle požadavků partnerů a jednotlivých škol, video spoty distribuovat a kontrolovat bezchybný chod celého systému.

2. řídicí počítač

Jednotlivé spoty jsou z informačního centra nahrávány na řídicí počítač, který je automaticky na základě zadaných požadavků obsluhu distribuuje na jednotlivá koncová místa (tzn. na jednotlivé obrazovky instalovaných ve školách). Tento server zajišťuje non-stop distribuci spotů na veškerá koncová místa po celé ČR a jejich kontrolu.

3. zobrazovací jednotka

Zobrazovací jednotky jsou velkoplošné obrazovky – ozvučené plazmové nebo LCD průmyslové zobrazovače o velikosti úhlopříčky 50"(127cm). Součástí obrazovky je jednoúčelový počítač, který je instalovaný na její zadní straně a který zajišťuje přehrávání video spotů na základě informací, které sem přicházejí z řídicího počítače. Vysílaná data jsou na obrazovce rozdělena do tzv. rámců. Na největší ploše běží vysílané video spoty. Ve spodní části je k dispozici textový pruh, kde běží formou titulků aktuální zpravodajství z domova i ze světa, sportu, kultury apod. V levé části obrazovky je k dispozici grafický sloupec, kde se pravidelně zobrazují loga všech zainteresovaných partnerů projektu. Dále je zde prostor pro zobrazení aktuálního data a

²² Školní informační kanál [online], [cit. 2009-10-31]. Dostupné na <http://www.sikcz.cz>

času. Posloupnost přehrávání zajišťují tzv. smyčky, které určují, jak dlouho a kdy jednotlivé video spoty poběží. Tyto smyčky nejsou identické v každé škole. Obsah vysílání může být tedy přizpůsobován potřebám a požadavkům každé zapojené školy. Systém umožňuje automatické zapnutí a vypnutí obrazovky a ovládání hlasitosti dle předem známého rozvrhu hodin v každé škole. Systém umožňuje speciální provázanost se státními složkami a institucemi. V naléhavých případech umožňujeme vstup do vysílání těmito institucím, zejména v případech pátracích relací, ekologických a přírodních katastrof, mobilizace, vyhlášení ohrožení školy a žáků. Tato spolupráce je vítána zejména Policií ČR a ministerstvy ČR.

2.5.1.3 Spolupráce na projektu ŠIK

Projekt vznikl v úzké spolupráci s krajskými úřady, úřady práce, výchovnými centry a samozřejmě se školami v ČR. Na úrovni Ministerstva vnitra garantuje spolupráci v projektu ŠIK odbor tisku a public relations za přispění odboru prevence kriminality, Muzea Policie ČR, Národní protidrogové centrály Policejního prezidia a dalších odborných pracovišť.

Motto projektu ŠIK: „Projekt bude dokonalý jen dokonalou spoluprací“.

Zájem o projekt se zvyšuje, přibývá partnerů projektu, každým dnem tento projekt nabývá větších a významnějších rozměrů. K 22. říjnu 2009 byl aktuální stav 166 škol, z toho 105 škol základních a 61 škol středních, projekt tak může sledovat až 114 000 žáků. Školy mohou vkládat do vysílání i vlastní spoty. Kvalita projektu ŠIK je výsledkem odborné spolupráce s řadou státních institucí, například s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, s Ministerstvem vnitra a s Ministerstvem životního prostředí. Jsou do něj zapojeny i různé neziskové organizace, pracující v oblasti prevence sociálně patologických jevů, např. linky bezpečí, organizace zabývající se protidrogovou problematikou a prevencí kriminality. Spolupracují úřady práce, krajské úřady a také personální agentury, které chtějí získat absolventy daných škol jako zaměstnance. Společnost ŠIK CZ spolupracuje se společnostmi T-LIGHTS, s.r.o., CITYBOARD s.r.o. a reklamní agenturou SVĚTELKY CZ, s.r.o., které nabízejí prostor pro prezentaci a zviditelnění společnosti/školy na velkoplošných obrazovkách umístěných po celé ČR na nejfrekventovanějších místech velkých rušných měst.²³

²³ Školní informační kanál [online], [cit. 2009-10-31]. Dostupné na <http://www.sikcz.cz>

3 Výzkumná část

3.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je zhodnotit využitelnost projektu Školní informační kanál (ŠIK) ve vnitřní a vnější komunikaci školy. Pomocí výzkumné části bakalářské práce ověřit skutečný stav využívání možností, které projekt ŠIK poskytuje školám a získat podněty pro další rozvoj tohoto projektu.

3.2 Metodika výzkumu

Dotazování je dnes nejčastěji aplikovanou metodou v pedagogickém výzkumu, v české i zahraniční pedagogice. Lze jí charakterizovat jako způsob shromažďování informací od respondentů (dotazovaných subjektů), a to na základě písemně předkládaných otázek nebo výroků. V pedagogickém výzkumu se dotazování využívá nejčastěji ve formě dotazníku pro zjišťování názorů a postojů žáků, učitelů, školských manažerů, rodičů aj. k různým záležitostem edukační reality.²⁴

Pro získání dat byla tedy zvolena dotazníková metoda. Při konstrukci dotazníku bylo jako vhodný rozsah, vzhledem k velké časové zaneprázdněnosti respondentů, zvoleno třináct otázek. Celkový počet otázek v dotazníku je sice šestnáct, ale podle odpovědí na otázky číslo 5 a 10, respondent nevyplňuje tři otázky. Většina otázek je uzavřených, kde respondenti označují odpovědi z nabízených alternativ, případně doplňují konkrétní údaje v jedné z alternativ. Některé otázky v dotazníku jsou otevřené, kde respondent zadává odpověď na otázku vlastními slovy. Jedna otázka je se sémantickým diferencíálem (škálou). Celý dotazník je k nahlédnutí v příloze této práce.

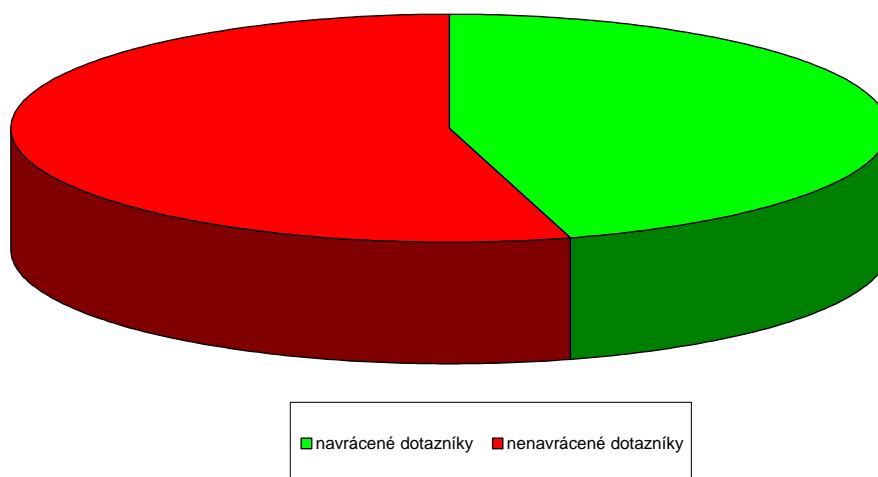
Dotazník je určen pro ředitele škol, které jsou zapojeny v projektu ŠIK. Z celkového počtu 61 středních škol zapojených do projektu bylo pomocí dotazníku osloveno 57 středních škol. Distribuce a zpětný sběr vyplněných dotazníků byl realizován v průběhu měsíce listopadu 2009 prostřednictvím emailu.

²⁴ Průcha, J. *Přehled pedagogiky-Úvod do studia oboru* Praha: Portál 2000, str. 192, ISBN 80-7178-399-4

3.3 Výsledky výzkumu

Z celkového počtu 57 emailem oslovených ředitelů středních škol zapojených v projektu ŠIK, se vrátilo zpět 26 vyplněných dotazníků, které jsem vyhodnotil ve výzkumné části své práce. Návratnost dotazníku tak činila 45,61 %.

Návratnost vyplněných dotazníků



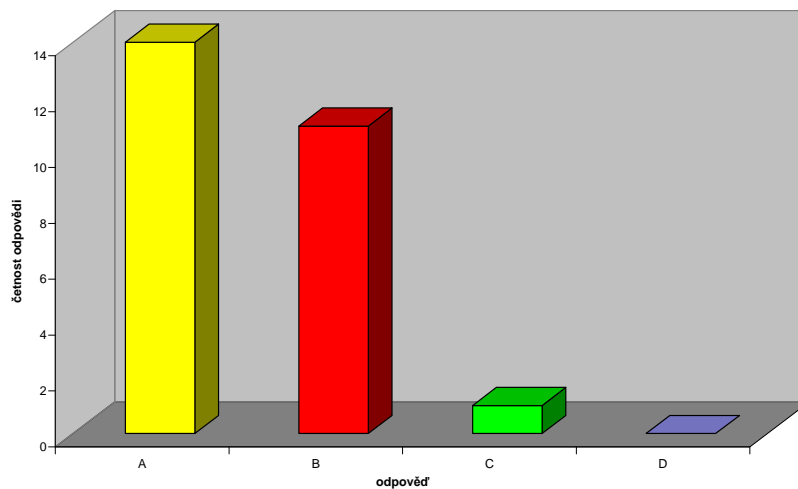
3.3.1 Otázka číslo 1

Celkovou úroveň vybavení Vaší školy informačně-komunikačními technologiemi (ICT) hodnotíte jako:

- A. výbornou
- B. dobrou
- C. dostačující
- D. nedostačující

Odpověď	Počet respondentů
A	14
B	11
C	1
D	0

Odpovědi na otázku č. 1



Více než 95 % dotázaných škol hodnotí svoji celkovou úroveň vybavení informačně komunikačními technologiemi za výbornou, nebo dobrou. Jedná se sice o subjektivní hodnocení, ale i tak vypovídá částečně o dobrém stavu vybavení škol ICT.

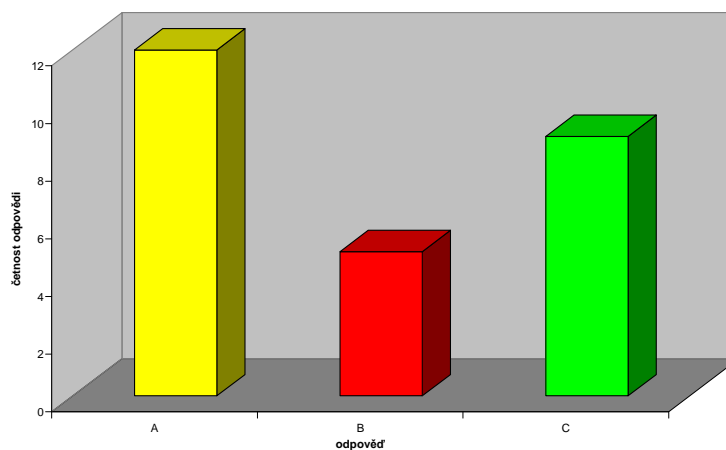
3.3.2 Otázka číslo 2

Jak dlouho se již účastníte projektu ŠIK?

- A. dva roky
- B. jeden rok
- C. nově jsme do něj vstoupili

Odpověď	Počet respondentů
A	12
B	5
C	9

Odpovědi na otázku č. 2



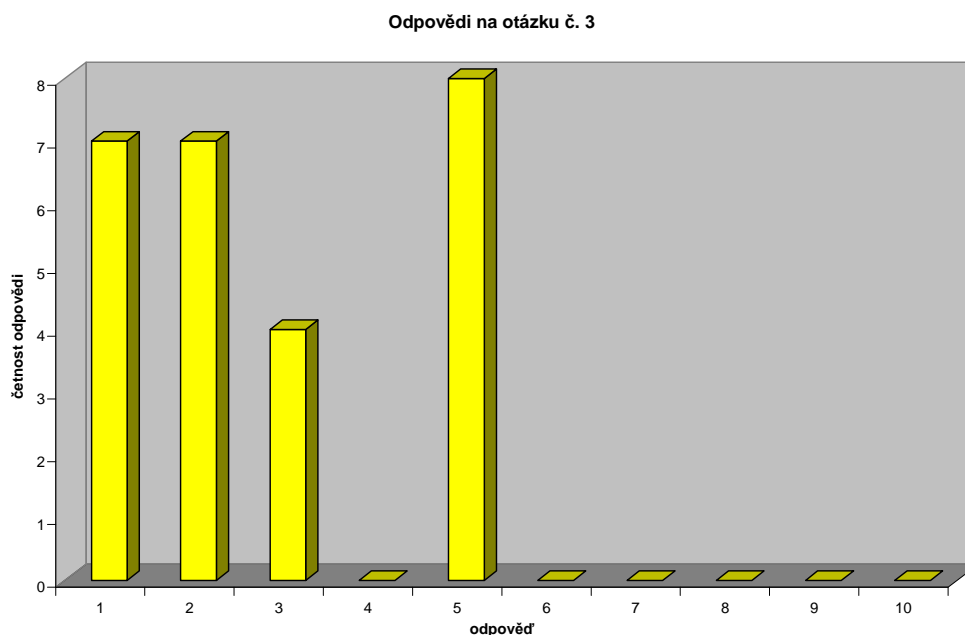
Otázka číslo dvě je čistě statistický údaj. U dalších otázek byl s jeho pomocí sledován vliv délky účasti školy v projektu na využívání možností, které projekt nabízí.

3.3.3 Otázka číslo 3

Jak jste s projektem ŠIK celkově spokojeni?

Velmi spokojeni 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 *Velmi nespokojeni*

Odpověď	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Počet respondentů	7	7	4	0	8	0	0	0	0	0



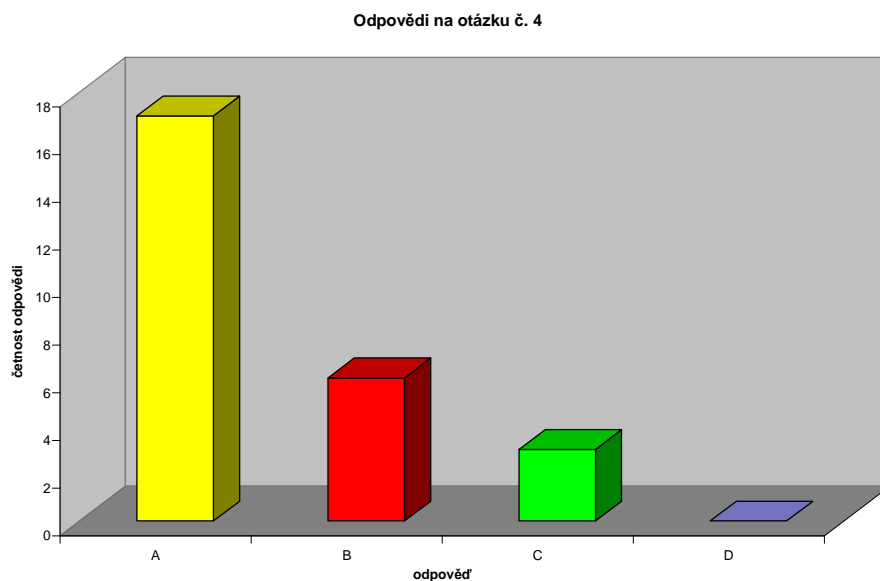
Většina respondentů hodnotila celkovou spokojenost s projektem ŠIK v sémantickém diferenciatu blíže tvrzení „*Velmi spokojený*“. Jedna třetina respondentů se však na škále mezi „*Velmi spokojený*“ a „*Velmi nespokojený*“ vymezila do neutrálního středu. Větší podíl takto neutrálně vymezených respondentů tvoří ti, kteří jsou v projektu zapojeni již dva roky. Příčinou tohoto jevu je jisté ustrnutí projektu ŠIK, který nevyužívá plně svůj potenciál.

3.3.4 Otázka číslo 4

Doporučili byste projekt ŠIK jiné škole?

- A. určitě ano
- B. spíše ano
- C. spíše ne
- D. určitě ne

Odpověď	Počet respondentů
A	17
B	6
C	3
D	0



Velkoplošnou obrazovku projektu ŠIK by jiné školy doporučilo přes 88 % respondentů. I přes dílčí nedostatky, které tento nový projekt provází, si většina respondentů uvědomuje převažující přínos. Jedná se o novou cestu, jak efektivně a zajímavě předávat informace. Je pak na spolupráci všech zúčastněných, aby se tento projekt dále rozvíjel a využil tak svůj potenciál.

3.3.5 Otázka číslo 5

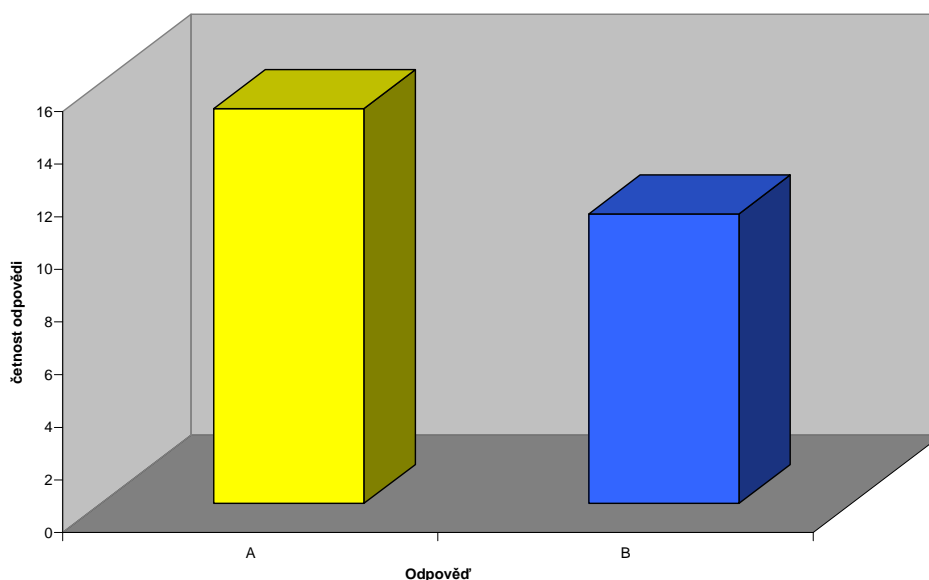
Má Vaše škola vytvořený vlastní spot v projektu ŠIK?

A. Ano, má.

B. Ne, nemá.

Odpoověď	Počet respondentů
A	15
B	11

Odpoovědi na otázku č. 5



Přibližně polovina dotázaných škol má a druhá polovina nemá natočený spot o své škole, který by mohla prezentovat na Školním informačním kanále. Respondenti z řad škol zapojených do projektu ŠIK již druhým rokem na tuto otázku odpovídali převážně kladně, tedy že mají vytvořený spot o své škole. Především právě pro střední školy je velmi zajímavá možnost, vysílat svůj propagační spot na velkoplošných obrazovkách rozmístěných po základních školách. Je velká škoda, když škola zapojená v tomto projektu nevyužívá plně možností, které jí tento projekt nabízí.

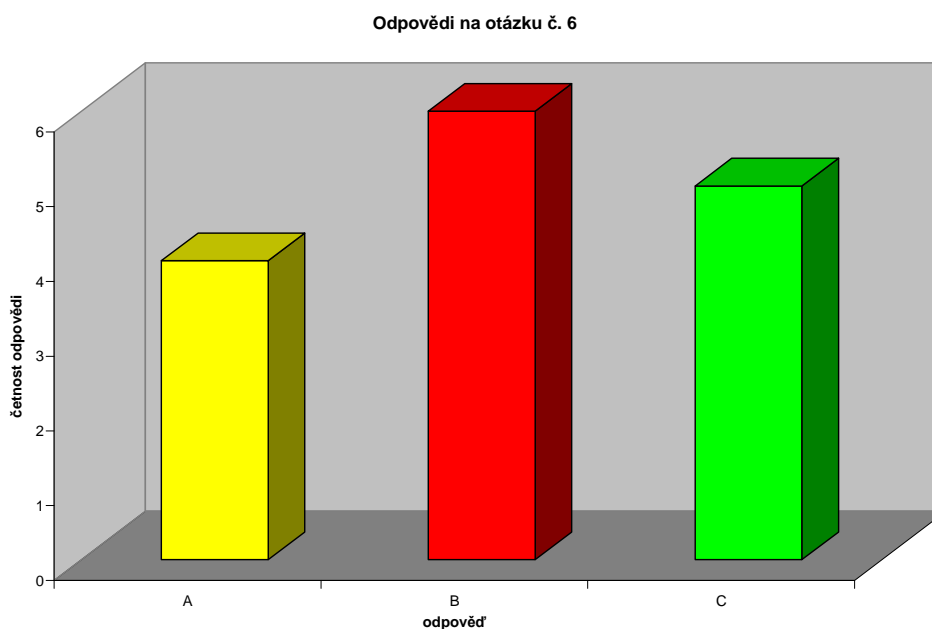
Některé další otázky dotazníku byly určeny zvlášť pro skupinu, která již má vytvořený svůj spot a pro skupinu, která ho ještě vytvořený nemá.

3.3.6 Otázka číslo 6

Váš spot v projektu ŠIK prezentujete:

- A. pravidelně
- B. příležitostně
- C. momentálně ho neprezentujeme

Odpověď	Počet respondentů
A	4
B	6
C	5



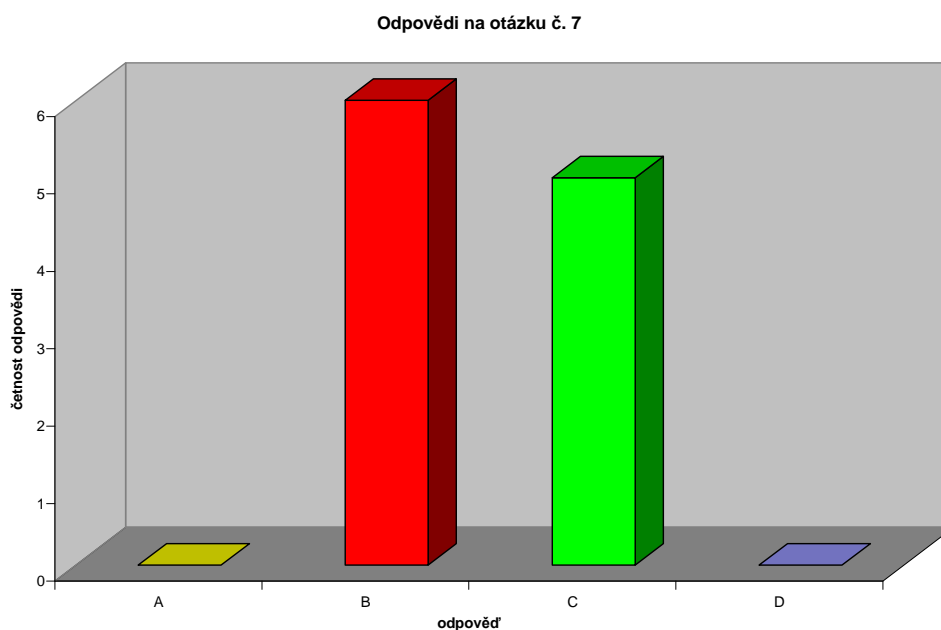
Na otázku číslo 6 odpovídalo pouze 15 respondentů, kteří mají vytvořený svůj propagační spot do Školního informačního kanálu. Pouze 27 % z nich prezentují svůj spot pravidelně. Jednou z hlavních příčin tohoto jevu je nutnost zaplatit si vysílací čas, jehož cena představuje pro školu nemalou zátěž do finančního rozpočtu, proto významná část respondentů uvedla, že svůj spot prezentuje příležitostně, nejčastěji v době před přijímacím řízením na střední školy.

3.3.7 Otázka číslo 7

Jaký je hlavní důvod proč jste si nevytvořili vlastní spot do projektu ŠIK?

- A. o této možnosti jsme nevěděli
- B. finanční náročnost
- C. lidské zdroje
- D. jiný

Odpověď	Počet respondentů
A	0
B	6
C	5
D	0



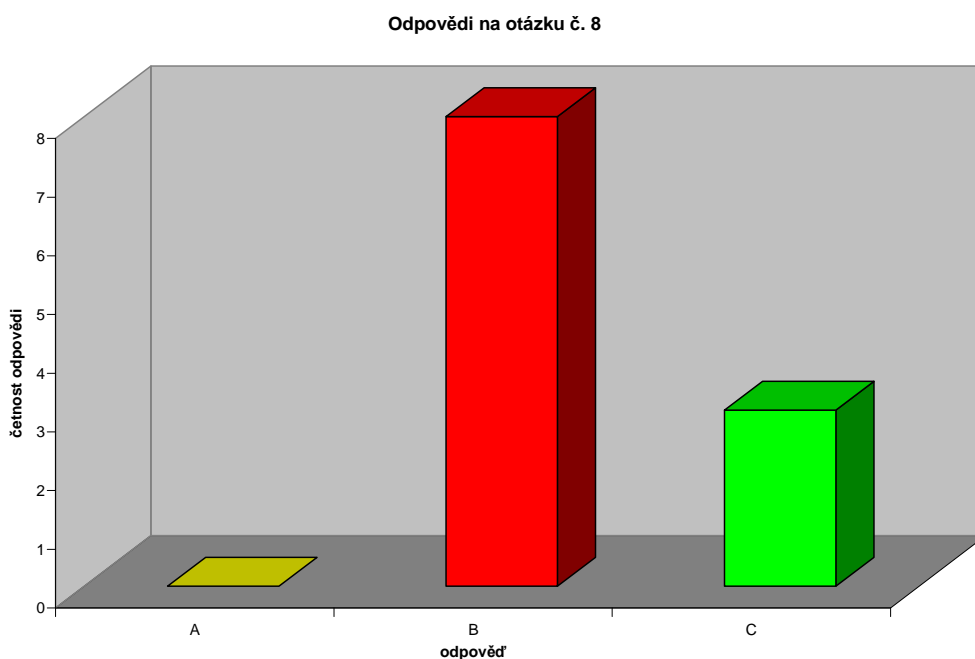
Na otázku číslo 7 odpovídalo pouze 11 respondentů, kteří nemají vytvořený svůj propagační spot do Školního informačního kanálu. Hlavním důvodem, proč škola nemá vytvořený vlastní spot, je především finanční náročnost vytvoření a následného vysílání videospotu, dále pak omezené lidské zdroje, kdy na škole není pracovník, který by koordinoval činnost v projektu ŠIK.

3.3.8 Otázka číslo 8

Kdybyste uvažovali o vytvoření spotu Vaší školy, jeho realizaci:

- A. svěříte profesionální grafické firmě
- B. svěříte přímo společnosti ŠIK s.r.o.
- C. provedete svépomocí

Odpověď	Počet respondentů
A	0
B	8
C	3



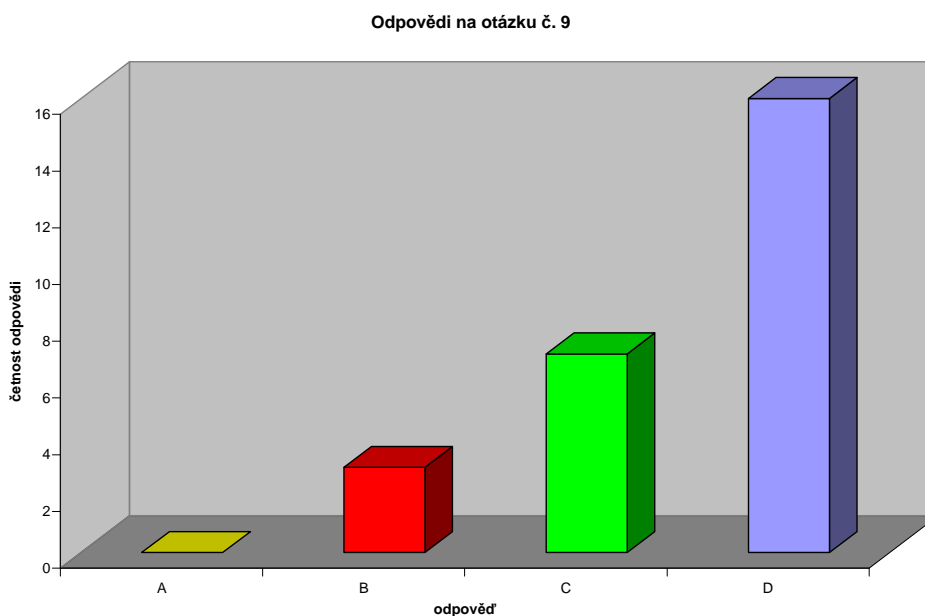
Na otázku číslo 8 odpovídalo pouze 11 respondentů, kteří nemají vytvořený svůj propagační spot do Školního informačního kanálu. Přes dvě třetiny z nich by si nechalo spot vytvořit přímo od společnosti ŠIK s.r.o., necelá jedna třetina by svůj spot vytvořila svépomocí. Jen málo škol má možnost vytvořit si vlastní spot na přijatelné grafické úrovni svépomocí, proto je jistě zajímavá možnost využít přímo služeb grafického studia společnosti ŠIK s.r.o., které i přes vyšší pořizovací cenu nedosahuje finanční náročnosti profesionálních grafických ateliérů.

3.3.9 Otázka číslo 9

Využíváte interaktivní projekt ŠIK i jako učební pomůcku?

- A. Ano, pravidelně.
- B. Ano, občas.
- C. Ne, ale plánujeme jeho využití.
- D. Ne, nevyužíváme.

Odpo věď	Poč et respondentů
A	0
B	3
C	7
D	16



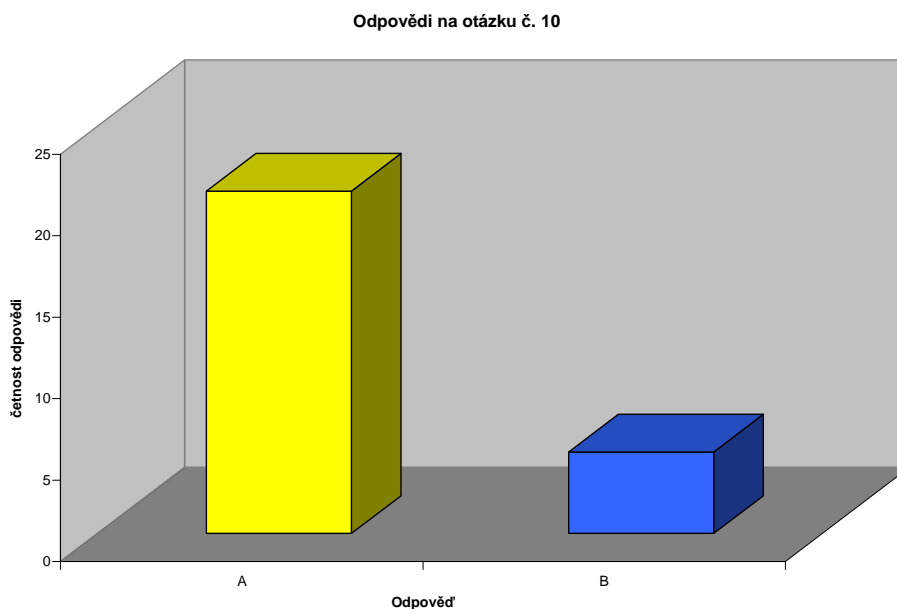
Největší časový rozsah vysílání Školního informačního kanálu je věnovaný prevenci sociálně patologických jevů. Je jistě velkým nedostatkem škol, že nevyužívají možnosti propojení s výukou, kdy minimálně lze v příslušných hodinách s žáky diskutovat o obsahu jednotlivých preventivních spotů a vysvětlovat některé aspekty. Často se tak opět nevyužívá potenciál, který tento projekt nabízí a spoléhá se pouze na to, že žáci rádi koukají na velkoplošnou obrazovku.

3.3.10 Otázka číslo 10

Máte zájem o zobrazení aktuálních informací z Vaší školy na velkoplošné obrazovce u Vás na škole?

- A. Ano, máme.
- B. Ne, nemáme.

Odpověď	Počet respondentů
A	21
B	5



Většina představovaná 80 % dotázaných respondentů má zájem využívat Školní informační kanál na své škole i pro prezentaci aktuálních informací přímo ze své školy. Bylo by tak velice zajímavé, umožnit školám aktivně vstupovat do vysílacího času přímo z místa na škole, kde by šlo vkládat informace o připravovaných aktivitách školy, aktuálních změnách ve výuce aj.

3.3.11 Otázka čísla 11

Jaké konkrétní informace byste zobrazovali na Vaší velkoplošné obrazovce?

Nejčastější odpovědi:

- Aktuality ze školy (suplování, dny otevřených dveří aj.)
- Úspěchy našich žáků (studijní a sportovní)
- Organizační pokyny
- Školní aktivity, projekty a soutěže
- Plán práce
- Informace, popularizace a nabídka studijních oborů

Na tuto otázku odpovídalo pouze 21 respondentů, kteří v otázce číslo 10 uvedli, že by měli zájem využívat velkoplošnou obrazovku přímo na své škole k zobrazování aktuálních informací ze života své školy. Nejčastější odpovědi jsou seřazeny podle četnosti výskytu, kdy největší zájem byl o zveřejňování aktualit ze školy, jako třeba suplování na daný den, termíny otevřených dveří, sportovních dnů a kurzů, třídních schůzek, nebo termíny uzavření klasifikace aj.

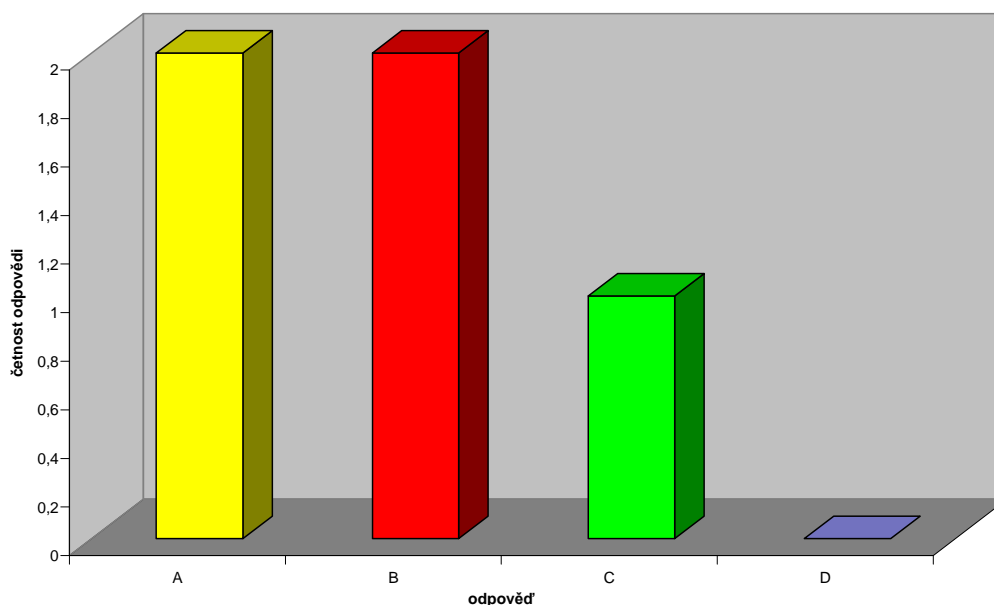
3.3.12 Otázka číslo 12

Jaký je hlavní důvod proč nechcete využívat velkoplošnou obrazovku u Vás na škole jako zdroj interních informací?

- A. Nízká efektivita přenosu informací
- B. Finanční náročnost
- C. Lidské zdroje; není kdo by informace aktualizoval
- D. Jiný

Odpověď	Počet respondentů
A	2
B	2
C	1
D	0

Odpovědi na otázku č. 12



Na tuto otázku odpovídalo pouze 5 respondentů, kteří v otázce číslo 10 uvedli, že nemají zájem využívat velkoplošnou obrazovku přímo na své škole k zobrazování aktuálních informací ze života své školy. Často uváděným argumentem je nízká efektivita přenosu informací, kdy nelze zajistit, aby právě v moment vysílání důležité informace, byl ten komu je daná informace určena před velkoplošnou obrazovkou. Tento způsob komunikace školy nelze jistě využívat jako hlavní zdroj informací, ale jako jeden z mnoha informačních kanálů, které uvnitř organizace, kterou škola je, fungují a vzájemně se doplňují. Dalším významným argumentem je finanční náročnost tohoto způsobu přenosu informací uvnitř školy, kdy si škola musí tento vysílací čas zaplatit. Zde by stálo za úvahu, zda by se neměl platit pouze vysílací čas v případě vysílání na jiné škole než na vlastní. Každá škola by tak měla zdarma možnost během dne využít několik krátkých vstupů pro vlastní potřebu a to pouze u sebe na škole.

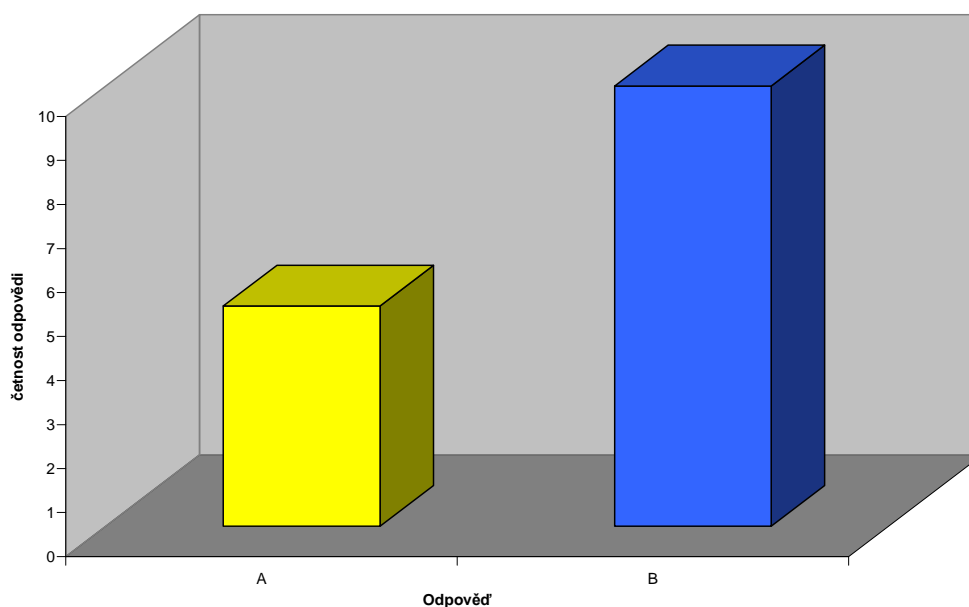
3.3.13 Otázka číslo 13

Prezentujete Vaší školu pomocí spotu na velkoplošných obrazovkách, které jsou umístěny v centrech větších měst po celé ČR?

- A. Ano, prezentujeme.
- B. Ne, neprezentujeme.

Odpověď	Počet respondentů
A	5
B	10

Odpovědi na otázku č. 13



Na otázku číslo 13 odpovídalo pouze 15 respondentů, kteří mají vytvořený svůj propagační spot do Školního informačního kanálu. Možnost propojení školního informačního kanálu s velkoplošnými obrazovkami umístěnými na frekventovaných místech velkých měst po celé ČR využívá pouze jedna třetina škol s vytvořeným propagačním spotem, neboť tento vysílací čas se musí opět hradit nemalými finančními prostředky.

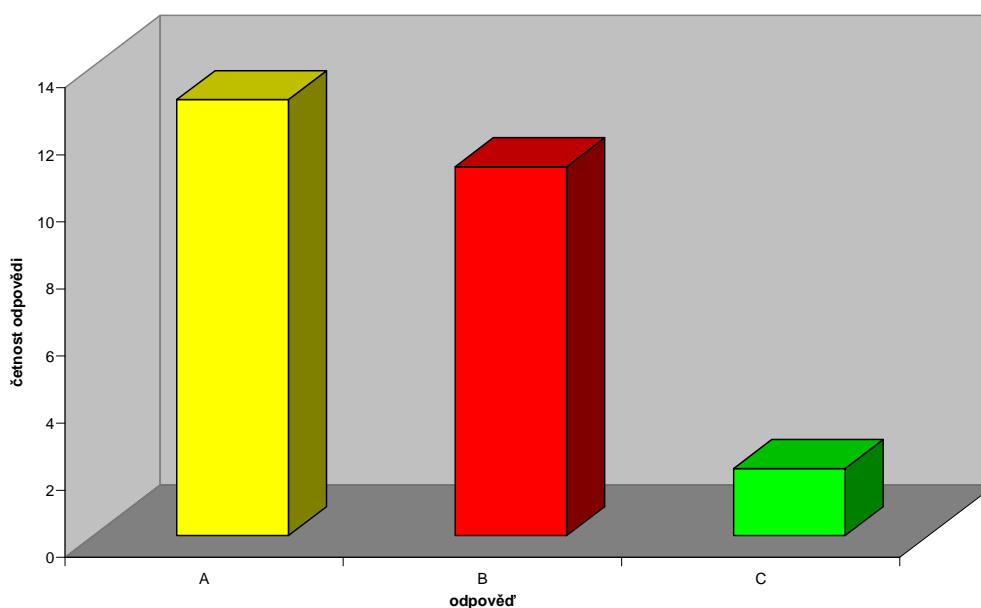
3.3.14 Otázka číslo 14

Uvítali byste větší míru spolupráce v rámci projektu ŠIK?

- A. Ano, uvítali.
- B. Současná míra je dostačující.
- C. Nevíme.

Odpověď	Počet respondentů
A	13
B	11
C	2

Odpovědi na otázku č. 14



Zde bych rád připomněl motto projektu ŠIK: „*Projekt bude dokonalý jen dokonalou spoluprací*“. Je velká škoda, že spolupráce škol a společnosti ŠIK se v mnoha případech omezuje pouze na návštěvy prodejce vysílacího času. Celých 50 % respondentů by přivítalo větší míru spolupráce na projektu ŠIK, především pak možnost aktivně vstupovat do vysílacího času přímo na své škole. Sledování velkoplošné obrazovky by tak nebylo omezeno na pasivní sledování preventivních videospotů a reklam, ale stalo by se aktivní součástí života školy.

3.3.15 Otázka číslo 15

V čem vidíte největší přínos projektu ŠIK pro Vaší školu?

Nejčastější odpovědi:

- Používání moderního přenosu informací
- Propagace a prezentace školy
- Prevence sociálně patologických jevů
- Informovanost žáků
- Zajímavé spoty

Nejčastější odpovědi na otázku číslo 15 jsou seřazeny podle četnosti výskytu, kdy jako největší přínos projektu ŠIK pro školu bylo uváděno používání moderního přenosu informací atraktivního především pro mladé lidi, dále možnost propagace školy a prevence sociálně patologických jevů. Na řadě škol si tak plně uvědomují atraktivnost přenosu informací s využitím grafiky na velkoplošné obrazovce. Tento způsob komunikace má před sebou na školách velkou budoucnost a lze předpokládat, že se v následujících letech bude dále rozvíjet.

3.3.16 Otázka číslo 16

Co osobně vnímáte jako největší nedostatek projektu ŠIK?

Nejčastější odpovědi:

- Mnoho reklamy
- Finanční náročnost
- Nemožnost ovlivňovat vysílání přímo ze školy
- Málo spotů přímo pro školy

Nejčastěji zmiňované nedostatky projektu ŠIK jsou opět seřazeny podle četnosti výskytu. Nejvíce školám vadí velký podíl reklamy ve vysílacím čase, finanční náročnost pořízení a následné prezentace vlastních videospotů a v neposlední řadě již několikrát zmiňovaná nemožnost aktivně ovlivňovat vysílací čas přímo na své škole.

4 Závěr

Závěrečná bakalářská práce se zabývá využitím nového způsobu komunikace založeného na velkoplošných obrazovkách umístěných ve školách v rámci projektu Školní informační kanál (ŠIK) a využití tohoto projektu k vnější i vnitřní komunikaci školy.

Práce vychází z reálných možností školy při využívání ICT a přináší nový pohled na komunikaci s využitím interaktivních prvků, které projekt ŠIK nabízí.

Největším přínosem projektu ŠIK pro školu je používání moderního přenosu informací atraktivního především pro mladé lidi, dále možnost propagace školy a prevence sociálně patologických jevů. Na řadě škol si již dnes plně uvědomují atraktivnost přenosu informací s využitím grafiky na velkoplošné obrazovce. Tento způsob komunikace má před sebou na školách velkou budoucnost a lze předpokládat, že se v následujících letech bude dále rozvíjet.

Projekt ŠIK přináší pro školy nové možnosti v oblasti komunikace, je pouze chybou zúčastněných v tomto projektu, že plně nevyužívají potenciál, který mají k dispozici. Toto tvrzení platí jak pro poskytovatele, tak i pro uživatele projektu ŠIK.

Školám často vadí velký podíl reklamy ve vysílacím čase, finanční náročnost pořízení a následné prezentace vlastních videospotů a nemožnost aktivně ovlivňovat vysílací čas přímo na své škole. Na druhou stranu školy nevyužívají plně stávajících možností, které v projektu mají a vysílání je tak omezeno na pouhé pasivní sledování velkoplošné obrazovky žáky během přestávek, místo aby se stalo aktivní součástí života školy. Samotné školy by tak měly mít možnost vstupovat přímo do vysílání u sebe na škole a zveřejňovat pomocí velkoplošné obrazovky aktuality ze školy, jako třeba suplování na daný den, termíny otevřených dveří, sportovních dnů a kurzů, třídních schůzek, nebo termíny uzavření klasifikace aj.

Projekt ŠIK tak bude opravdu dokonalý jen dokonalou spoluprací, na které musí zapracovat všechny zúčastněné strany. Management škol zapojených v projektu ŠIK má projevat zájem o volný čas ve vysílání na své škole. Tento čas pak lze využít k obohacení informačních toků uvnitř i vně školy jako organizace. V současné době tak projekt ŠIK plní pouze úlohu pasivního promítání videospotů, které sice obohatí život na školní chodbě, ale samotné nic víc nepřinesou.

Seznam použité literatury

1. Wikipedia: otevřená encyklopedie [online], [cit. 2009-09-18]. Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Komunikace>
2. Khelerová, V. *Komunikační dovednosti manažera* Praha: Grada 1995, str. 13, ISBN 80-7169-223-9
3. Slavíková, L. a kol. autorů *Řízení pedagogického procesu*, studijní texty UK v Praze, Pedagogická fakulta, Centrum školského managementu, kap. 4, str. 19, kap. 5, str. 2, Praha 2007
4. Veber, J. a kol. *Management – základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita* Praha: Management Press, 2009, str. 182, ISBN 978-80-7261-200-0
5. Světlík, J. *Marketingové řízení školy* Praha: ASPI Publishing s.r.o. 2006, str. 212, ISBN 80-7357-176-5
6. Veber, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace* Praha: Management Press 2000, str. 194, 216, 221, 223, 224, ISBN 80-7261-029-5
7. Světlík, J. *Marketing školy* Zlín: EKKA 1996, str. 145, ISBN 80-902200-8-8
8. Hurst, B. *Encyklopedie komunikačních technik* Praha: GRADA 1994, str. 190, ISBN 80-85424-40-1
9. Vodáček, L.; Vodáčková, O. *Moderní management v teorii a praxi* Praha: Management press s.r.o. 2006, str. 56, ISBN 80-7261-143-7
10. Datoveschranky.info: *O datových schránkách* [online], [cit.2009-10-18]. Dostupné na: <http://www.datoveschranky.info/o-datovych-schrankach-text/>
11. Egoncentrum.cz: *Které dokumenty budou školy předávat prostřednictvím DS úřadu a naopak úřad školám?* [online], [cit.2009-02-12]. Dostupné na: <http://egoncentrum.cz/index.php?view-article&catid=18%3Aisds&...>
12. Wikipedia: otevřená encyklopedie [online], [cit. 2009-09-15]. Dostupné na WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/ELearning>
13. Japonský robot-učitelka. Učitelské noviny, ročník 112, číslo 11, str. 24, vydavatel GNOSIS s.r.o., ISSN 0139-5718
14. Moderní informační systém ve škole? Týdeník Školství, ročník XVII, číslo 4, str. 7, vydavatel DICTUM s.r.o., ISSN 0862-9641
15. Školní informační kanál [online], [cit. 2009-10-31]. Dostupné na <http://www.sik.cz>

16. Průcha, J. *Přehled pedagogiky-Úvod do studia oboru* Praha: Portál 2000, str. 192,
ISBN 80-7178-399-4

Přílohy

Dotazník

Vážená paní ředitelko, vážený pane řediteli,
jsem student Pedagogické fakulty UK v Praze, v současné době vypracovávám bakalářskou práci na téma „Komunikace školy s využitím ICT“. Dotazník, který právě čtete, je její součástí. Ve své práci se zabývám konkrétně možnostmi využití projektu Školní informační kanál (ŠIK). Vaše odpovědi mi pomohou při vyhodnocení využitelnosti tohoto projektu ve školské praxi a ve spolupráci se spol. ŠIK CZ s.r.o. tak můžeme tento projekt vylepšit. Vyplněný dotazník odešlete v příloze na emailovou adresu martin.ratkos@seznam.cz. Předem Vám chci velmi poděkovat za čas věnovaný jeho vyplnění.

Ing. Martin Ratkoš

1	Celkovou úroveň vybavení Vaší školy informačně-komunikačními technologiemi (ICT) hodnotíte jako:	
	A	výbornou
	B	dobrou
	C	dostačující
	D	nedostačující
2	Jak dlouho se již účastníte projektu ŠIK?	
	A	dva roky
	B	jeden rok
	C	nově jsme do něj vstoupili
3	Jak jste s projektem ŠIK celkově spokojeni?	
	<i>Velmi spokojeni 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Velmi nespokojeni</i>	
4	Doporučili byste projekt ŠIK jiné škole?	
	A	určitě ano
	B	spíše ano
	C	spíše ne
	D	určitě ne
5	Má Vaše škola vytvořený vlastní spot v projektu ŠIK?	
	A	Ano, má. (neodpovídejte na otázky č. 7 a 8)
	B	Ne, nemá. (neodpovídejte na otázky č. 6 a 13)
6	Váš spot v projektu ŠIK prezentujete:	
	A	pravidelně
	B	příležitostně
	C	momentálně ho neprezentujeme
7	Jaký je hlavní důvod proč jste si nevytvořili vlastní spot do projektu ŠIK?	
	A	o této možnosti jsme nevěděli
	B	finanční náročnost
	C	lidské zdroje
	D	jiný (uveďte konkrétní)
8	Kdybyste uvažovali o vytvoření spotu Vaší školy, jeho realizaci:	
	A	svěříte profesionální grafické firmě
	B	svěříte přímo společnosti ŠIK s.r.o.
	C	provedete svépomocí

9	Využíváte interaktivní projekt ŠIK i jako učební pomůcku?	
	A	Ano, pravidelně.
	B	Ano, občas.
	C	Ne, ale plánujeme jeho využití.
	D	Ne, nevyužíváme.
10	Máte zájem o zobrazení aktuálních informací z Vaší školy na velkoplošné obrazovce u Vás na škole?	
	A	Ano, máme. (neodpovídejte na otázku č. 12)
	B	Ne, nemáme. (neodpovídejte na otázku č. 11)
11	Jaké konkrétní informace byste zobrazovali na Vaší velkoplošné obrazovce?	
	(uved'te konkrétní)	
12	Jaký je hlavní důvod proč nechcete využívat velkoplošnou obrazovku u Vás na škole jako zdroj interních informací?	
	A	nízká efektivita přenosu informací
	B	finanční náročnost
	C	lidské zdroje; není kdo by informace aktualizoval
	D	jiný (uved'te konkrétní)
13	Prezentujete Vaší školu pomocí spotu na velkoplošných obrazovkách, které jsou umístěny v centrech větších měst po celé ČR?	
	A	Ano, prezentujeme.
	B	Ne, neprezentujeme.
14	Uvítali byste větší míru spolupráce v rámci projektu ŠIK?	
	A	Ano, uvítali.
	B	Současná míra je dostačující.
	C	Nevíme
15	V čem vidíte největší přínos projektu ŠIK pro Vaší školu?	
	(uved'te konkrétní)	
16	Co osobně vnímáte jako největší nedostatek projektu ŠIK?	
	(uved'te konkrétní)	