

Komunikace s rodiči

Hlavní zásady

Typy rodičů

- **Rodič jako „partner“** (ideál – přiměřeně aktivní, zajímá se, přebírá odpovědnost, komunikuje, „dospělá“ komunikace...)
- **Rodič jako „klient“** (zákazník) – zajímá se, je jen částečně aktivní, komunikuje,, ale nepřebírá dostatek odpovědnosti, přenáší odpovědnost na školu, vyžaduje služby...)
- **Rodič jako „problém“** – (1) buď nekomunikuje se školou a nezajímá se, nebo (2) je aktivní „příliš“, je direktivní a nepřátelský vůči škole

Pravidla pro komunikaci

dle Lazarová, B. (1998). První pomoc při řešení výchovných problémů. Praha: Strom.

- „Dospělá komunikace“ (nízké emoce, společná snaha - , srovnej s pojmem „dospělý“ z teorie *Transakční analýzy*), nepoužívat slova „musíte ... nesmíte“ ... nedirektivita
- Snaha o porozumění pohledu rodičů (má svou zkušenost), respekt k subjektivitě, porozumět problému očima rodičů
- Aktivní naslouchání, respekt ke „slovníku“ rodiče
- Akceptace rodiče, budování důvěry
- Společně vyjasněné cíle a dohody na postupech, společná odpovědnost, radost z malých pokroků, oceňování snah
- Optimismus (společně to zvládneme), hovořit v 1. osobě č.mn.
- Opatrně s radami všeho druhu!
- Přiznat vlastní chybu
- Kongruence (na nic si nehrát), být opravdový

Prevence (aktivizace rodičů)

- Ne vždy rodiče aktivně spolupracují se školou (mají své povinnosti a starosti – respekt k nim) – snaha porozumět situaci, ve které se rodiny nacházejí, nenutit rodiče ke spolupráci, ale opakovaně nabízet možnosti zapojení
- Programy škol pro rodiny s nízkým příjmem (svačiny, ovoce, příspěvky na obědy, doučování žáků ve škole i mimo ni.) – spolupráce s OSPOD a neziskovkami...
- Pravidelné dotazování rodičů, zjišťování (ne)spokojenosti - dotazníky ...
- Pravidelné osobní schůzky s rodiči a různé akce pro rodiče (kavárny... diskusní kluby)
- Web školy – informace pro rodiče, e-komunikace s rodiči – učitelé apod.
- Vtahovat rodiče do chodu školy a do rozhodování o některých změnách ve škole
- Delegování aktivit na aktivní rodiče (kluby rodičů...)