



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní
a pedagogická



Vztah středoškolských žáků a učitelů k využití sociálních sítí ve vzdělávání

Bakalářská práce

Studijní program: B7507 – Specializace v pedagogice
Studijní obor: 7504R100 – Učitelství odborných předmětů
Autor práce: **Ing. Pavlína Tichá**
Vedoucí práce: Mgr. Oto Dymokurský



ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ing. Pavlína Tichá**
Osobní číslo: **P12001031**
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Učitelství odborných předmětů**
Název tématu: **Vztah středoškolských žáků a učitelů k využití sociálních sítí
ve vzdělávání**
Zadávací katedra: **Katedra pedagogiky a psychologie**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem bakalářské práce je popsat vztah středoškolských žáků a učitelů k využití sociálních sítí ve vzdělávání a na základě zjištěných skutečností posoudit možnosti využití sociálních sítí ve středoškolském vzdělávání.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- BEDNÁR, V., 2011. Marketing na sociálních sítích: prosadte se na Facebooku a Twitteru. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3320-0.
- POORE, M., 2013. Using social media in the classroom. Los Angeles: Sage. ISBN 978-1-446-20280-7.
- RICHARDSON, W., 2010. Blogs, wikis, podcasts, and other powerful web tools for classrooms. 3. ed. Thousand Oaks Corwin. ISBN 978-1-4129-7747-0.
- TREADAWAY, CH., SMITH, M., 2011. Marketing na Facebooku: výukový kurz. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3337-8.
- VLČKOVÁ, I., 2012. Nová média ve výuce. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-835-9.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Oto Dymokurský

Katedra pedagogiky a psychologie

Datum zadání bakalářské práce: **6. listopadu 2014**

Termín odevzdání bakalářské práce: **18. prosince 2015**



doc. RNDr. Miroslav Brzezina, CSc.
děkan

L.S.



doc. PhDr. Tomáš Kasper, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 9. ledna 2015

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum: 16.12.2015

Podpis: *Tichá*

Poděkování

Dovoluji si touto cestou poděkovat Mgr. Otovi Dymokurskému za odborné vedení, cenné rady a podnětné připomínky, kterými přispěl k vypracování bakalářské práce. Poděkování patří také mým přátelům a rodičům za obětavou podporu během celé doby mého studia.

Anotace

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku týkající se možností využívání sociálních sítí v oblasti vzdělávání středoškolských žáků. Práce poskytuje úvod do oblasti sociálních médií a sítí, které zároveň spojuje se světem středoškolského vzdělávání, učitelů a žáků. Prostřednictvím kvalitativního šetření mezi žáky a učiteli střední školy zjišťuje, jaký vztah mají obě skupiny k různým možnostem vzdělávání na Facebooku, zda jsou jim nakloněni či nikoli, analyzuje využití sociálních sítí k tomuto účelu, zaměřuje se na doporučení, jakým způsobem se škola může na sociálních sítích orientovat a vydat, aby oslovila nejen své stávající žáky, ale také potenciální uchazeče o studium či širokou veřejnost.

Klíčová slova

škola, vzdělávání, sociální sítě, Facebook

Annotation

This thesis is focused on problems concerning utilization options of social networks in a field of education of high school students. The thesis contains an introduction to the scope of social media and networks. It points at a link between this field and the world of high school education, teachers and pupils. A qualitative survey is used as a tool to reveal what opinion high school students and teachers have on education on Facebook, whether they are open to it or not. As a conclusion the thesis analyses a use of social networks for the purpose of high school education and presentation. It focuses on recommendation and the way how a high school could represent itself and behave on Facebook in order to attract not just current students but also potential students and the public.

Key words

school, education, social networks, Facebook

Obsah

1. Úvod	10
2. Moderní komunikační nástroje.....	11
2.1 Sociální média.....	12
2.2 Sociální sítě.....	13
2.3 Facebook.....	14
2.4 Střední škola a sociální sítě.....	16
2.4.1 Výběr pracovníka organizace zodpovědného za sociální média	17
2.4.2 Tvorba obsahu a komunikace na sociálních médiích.....	18
2.4.3 Příklad komunikace vzdělávací instituce na sociálních sítích.....	20
2.4.4 Využití sociálních sítí pro vzdělávání.....	22
3. Výzkumné šetření.....	23
3.1 Cíl výzkumného šetření.....	23
3.2 Vzorek výzkumného šetření	23
3.3 Metoda výzkumného šetření a sběr dat	23
3.4 Popis výsledků výzkumného šetření	26
4. Diskuse.....	30
5. Závěr	33
Seznam použitých zdrojů.....	35
Seznam příloh	37

Seznam obrázků

Obrázek 1: Příklad příspěvku na Facebookové stránce školy

Obrázek 2: Příklad příspěvku na Facebookové stránce školy

Seznam grafů

Graf 1: Relativní důležitost komunikačních nástrojů – kombinace možností „velmi důležité“ a „poměrně důležité“

Seznam tabulek

Tabulka 1: Rozšíření sociálních sítí u dětí v ČR

Seznam použitých zkratk a symbolů

apod. a podobně

atd. a tak dále

resp. respektive

SOU střední odborné učiliště

1. Úvod

Bakalářská práce se zabývá propojením dvou světů, a to svět sociálních sítí a médií a svět školního vzdělávání. Oba tyto světy mají svá specifika, odlišnosti i společné rysy, mohou být charakterizovány jako velmi dynamické a mnohdy proměnlivé, přičemž jejich proměna záleží především na hlavních aktérech – uživatelích sociálních sítí a žácích a učitelích středních škol. Tito aktéři byli tím hlavním, čím se tato práce zabývá a co podrobuje zkoumání. Cílem bakalářské práce je popsat vztah středoškolských žáků a učitelů k využití sociálních sítí ve vzdělávání. Nástroji pro zjišťování byla literární rešerše a kvalitativní šetření provedené mezi žáky a učiteli středního odborného učiliště formou polostrukturovaných rozhovorů.

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Kapitoly spadající do teoretické části zahrnují hlavní blok týkající se moderních komunikačních nástrojů. Na tuto část navazuje seznámení s moderními komunikačními nástroji, sociálními sítěmi a médii a pohled na spojení školy a sociálních sítí a její přítomnost na nich. Na základě zjištěných skutečností během literární rešerše se práce orientuje na sociální síť Facebook.

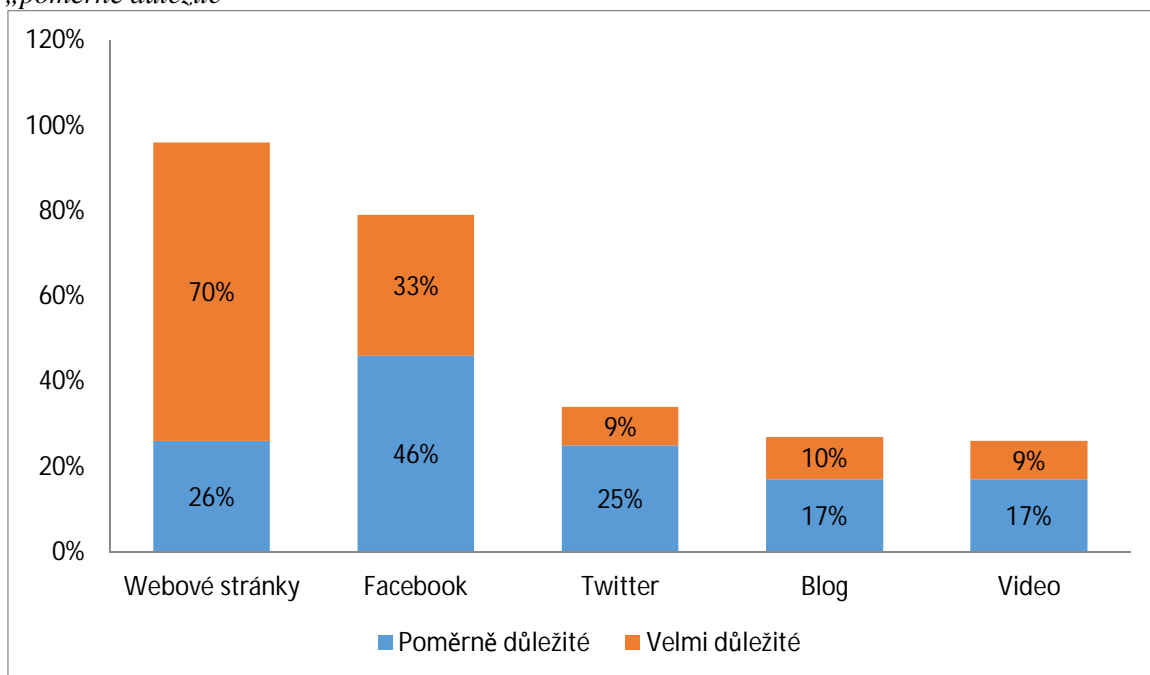
Kapitoly, které náležejí do praktické části, se zabývají provedeným kvalitativním šetřením mezi žáky a učiteli střední odborné školy, následně jej analyzují a vyvozují doporučení a závěry k možnostem využití sociálních sítí ve vzdělávání.

Práce je zakončena diskusí obsahující návrh pro úpravy oficiální stránky střední školy na Facebooku cílené na žáky základních i středních škol, které chce škola prostřednictvím moderních komunikačních nástrojů oslovit. Kromě žáků má stránka cíl zaujmout také širokou veřejnost a rodiče stávajících žáků školy. Součástí tohoto návrhu jsou konkrétní funkce, které by měla stránka na Facebooku plnit.

2. Moderní komunikační nástroje

Moderní komunikační nástroje se stávají či dokonce se již staly běžnou součástí každodenních životů mnohých lidí, přičemž především mezi mladou generací je jejich užívání častější a popularita větší, než je tomu u starších generací. Graf níže zobrazuje moderní komunikační nástroje, které jsou v současné době nejvíce používány, a proto bude v této práci dále pojednáváno především o nich.

Graf 1: Relativní důležitost komunikačních nástrojů – kombinace možností „velmi důležité“ a „poměrně důležité“



Zdroj: <http://www.beaconfire.com/blog/2011/01/nonprofits-rank-facebook-twice-as-important-as-twitter/>

S moderními komunikačními nástroji hojně pracují i žáci středních škol. Žáci ve věku 9-16 let stráví každý den na internetu průměrně 88 minut, přičemž 60 % žáků tohoto věku je online každý den. Na sociálních sítích se žáci vyskytují za účelem komunikace a zábavy. První krůčky na internetu žáci udělají většinou s cílem vypracovat domácí úkoly a velká část z nich také zahraje hry. (Livingstone, et al. 2011)

Kromě žáků středních škol využívá sociální média, resp. sociální sítě také generace současných rodičů žáků ZŠ. Pracují s nimi při výměně informací obvykle denně. Děti používají takřka výhradně sociální sítě, s e-mailem se u nich už většinou nepochodí. (Hřebecký 2015)

2.1 Sociální média

Sociální média jsou postavena na sociálních sítích. Jedná se o prostředí určené pro komunikaci. Vše, co je publikováno prostřednictvím sociálních médií, si nese předpoklad, že bude čteno, viděno a sdíleno. Na sociálních médiích dochází k masovému sdílení. (Soat 2010)

Sociální média reprezentují například sociální sítě Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn a mnoho dalších. Bakalářská práce se zabývá především sociální sítí Facebook, protože je mezi cílovou skupinou žáků nejoblíbenější a nejužívanější, jak potvrzují výsledky výzkumu Univerzity Palackého v Olomouci provedeného v roce 2014. (Hřebecký 2015)

Tabulka 1: Rozšíření sociálních sítí u dětí v ČR

80,95 %	Facebook
50,29 %	YouTube
44,56 %	Google+
27,93 %	Rajče.net
27,68 %	Lidé.cz
26,50 %	Twitter
17,91 %	Alík.cz
2,62 %	Detskaseznamka.cz

Zdroj: Hřebecký (2015).

Na sociálních médiích se pohybují uživatelé, kteří je využívají k mnohým účelům. Tyto uživatele často spojují společné rysy. O uživateli sociálních médií v České republice lze říci, že je v kontaktu s mnohem větším množstvím přátel, než tomu bylo dříve, kdy online sociální média neexistovala nebo existovala v trochu jiné podobě, než jak fungují a jak je vnímáme dnes. Uživatelé sociálních médií obecně méně věří

reklamě a mnohem více věří tomu, co doporučí přátelé, a velmi dají na atraktivní vizuální styl. Ženy všech věkových kategorií početně převažují nad muži a to nejen na Facebooku, ale na všech sociálních médiích, používají nejvíce technologií sociálních médií – tráví zde nejvíce času. Dominují prostoru sociálních médií a zároveň sociální média dominují starým médiím. To znamená, že ženy dominují médiím globálně. V oblasti sociálních médií neplatí stereotypy vztahující se k pohlaví a dalším demografickým statistikám. Není možné vycházet z faktů, že muži mají rádi určité věci, ženy jiné, či například zobecňovat oblíbenost určitých věcí dle národnosti. (Biernátová 2013)

Kromě uživatelů lze popsat také prostředí sociálních médií a jeho rozvoj. Prostředí sociálních médií se neustále mění, vyvíjí a přizpůsobuje svému okolí. Změny se dějí ve velké rychlosti, proto způsob komunikace na sociálních médiích, který v určitou chvíli velmi dobře zafunguje, nemusí později přinášet pozitivní výsledky. Je nutné se neustále učit, počítat se změnami podmínek a snažit se na ně co nejrychleji reagovat novými neotřelými způsoby. Vždy uspěje originální a zajímavý nápad, kterým v současné době může být například prezentace ve formě infografiky, což je formát který sám o sobě přitáhne pozornost uživatelů, nebo například prezentace přístupná ve speciálních webových aplikacích (např. SlideShare), které si získají více čtenářů než klasické prezentace ke stažení. (Biernátová 2013)

2.2 Sociální sítě

Sociální sítě jsou v současnosti nejoblíbenější webovou aplikací. Měřeno různými kritérii překonávají svou velikostí a dosahem jak „tradiční“ webové servery (Google), tak dokonce i obsahy (pornografie). Sociálních sítí existuje celá řada. (Bednář 2011)

Sociální sítě nejsou na světě ničím novým. Nejedná se o trend ani výstřelek, ale sociální sítě tu v podstatě vždycky byly. Každý člověk je součástí nějaké sociální sítě, se kterou je spojen určitými vazbami, přičemž se nejčastěji jedná o vazby, respektive sociální sítě tvořené přáteli, spolupracovníky, spolužáky. Všichni se snaží do sociálních sítí zapojit. Změnu přináší pouze to, že s nástupem internetu a webu 2.0 se tyto sociální sítě staly součástí virtuálního světa. Právě virtuální svět změnil svou podobu, došlo k posunutí hranice vnímání soukromí, jiným způsobem je šířen vliv jednotlivců, vytváří se kontakty a každý je v kontaktu s mnohem větším počtem lidí než dříve.

Online sociální sítě prosakují internetem, spojují lidi a přinášejí kontext vztahů na každou webovou stránku a do každé aplikace, takže se technologie může konečně starat méně o techniku a více o lidi. Online sociální sítě nás v první řadě ovlivňují osobně, a až poté pracovní. Hranice se ale smývají. Lidé teď více než kdy dříve pracují pro sebe, pracují z domova a řeší osobní záležitosti v práci. Důležitá rozhodnutí, jako třeba nákup zboží a služeb, jsou ovlivněna doporučeními a odkazy od lidí, které známe – osobními přáteli i kolegy z práce. Tyto vztahy, odkazy a pouta více a více přecházejí ze skutečného života na stránky sociálních sítí a obráceně. (Shih 2011)

Zatímco se rané generace webových komunit zaměřovaly na sdílené zájmy mezi cizími osobami, dnešní populární komunity se zaměřují na přátele, kteří často mají sdílené zájmy. Jak roste počet uživatelů internetu, lidé chtějí používat internet stejně tak k seznamování s novými lidmi jako k upevňování vztahů s těmi, které už potkali osobně. Kromě chatování s cizími lidmi se stejnými zájmy dnes středoškolsí studenti a lidé starší 20 let stále častěji tráví svůj online čas interakcemi s těmi, které už znají ze skutečného offline světa. Obzvláště mezi absolventy vysokých škol jsou mnozí noví známí (potenciální přátelé či možná partneři), které dnes lidé skutečně potkají online, obvykle přátele přátel. Může se jednat o pracovníky jiného oddělení, přičemž vždy se jedná o kontakty v rámci důvěryhodné sítě.

Už nám nestačí chatovat online s kýmkoli o sportu nebo jiných zájmech. Chceme pocít jistoty a vědět, s kým mluvíme, nebo alespoň že známe oba stejné lidi. Sociální sítě poskytují kontext nejen pro obsah, ale také pro osoby, s nimiž přicházíme do styku online. (Biernátová 2013)

Sociální sítě změnilы povahu a relevanci webových komunit tím, že přidaly vrstvu identity a vztahů. Obliba sociálních sítí odráží posun uživatelů internetu od aktivit odvislých od určitých koníčků k aktivitám společenským. (Shih 2011)

2.3 Facebook

Sociálních sítí existuje celá řada. V posledních několika letech se však jedna z nich vyprofilovala jako svého druhu etalon. Touto sítí je komunikační systém Facebook. Facebook se stal univerzální komunikační aplikací. Pro jeho velikost jej používá celá řada tradičních médií pro komunikaci se svým publikem. Současně je dnes již neopominutelnou platformou pro propagaci a veřejnou komunikaci. Na Facebooku jsou

firmy, instituce, neziskové organizace. Presentace zde je čím dál tím více nutností a nezbytností. (Bednář 2011)

Facebook nabízí řadu různých možností, jak komunikovat a jak se prezentovat. Není správné a v praxi ani možné zůstat pouze u jedné z nich. Optimálního působení na cílovou skupinu lze dosáhnout pouze jejich kombinací. Základními komunikačními prostředky jsou profily, skupiny, stránky a aplikace. Každý z těchto objektů funguje jinak a je určen pro jiné využití.

Profil – uživatelský profil je základním objektem přítomnosti na Facebooku. Je to výchozí virtuální identita fyzické osoby (ne firmy, ani instituce). Profil, který je používán pro vytváření prezentace firmy, pro diskuse jejím jménem a podobně, by měl vždy obsahovat skutečnou podobu. Není správné používat místo profilové fotografie například logo firmy nebo obrázek produktu. Tím byste totiž působili dojmem, že se za profil schováváte. (Biernátová 2013)

Skupina – skupiny jsou vedle stránek nejdůležitějšími objekty, které umožňují uživatelům komunikovat a na Facebooku sdílet obsahy. Skupina je v podstatě stránka, která je určena pro diskusi uživatelů k určitému, společnému problému. Každý uživatel Facebooku může být skrz svůj uživatelský profil členem mnoha skupin, i když jejich celkový počet není neomezený. Podobně jako uživatelský profil má i skupina svou „zeď“, na kterou je možné psát příspěvky, které lze následně hodnotit, komentovat a sdílet. Skupina může obsahovat multimediální prvky, odkazy a podobně, stejně jako uživatelský profil. Může obsahovat celou řadu dalších obsahů.

Každá skupina má definované správce, kteří ji mohou řídit. Správci mohou zvat, autorizovat a také propouštět členy skupiny, mohou moderovat diskuse a příspěvky. Standardním správcem skupiny je její zakladatel, administrátorská oprávnění je ale možné delegovat. Skupina, stejně jako profil, má svůj obrázek, fotografii. Fotografie v tomto případě má co nejvýstižněji vyjadřovat předmět skupiny.

Základem skupiny jsou společné zájmy. Podstatné je, aby název a obsah skupiny byl motivující k tomu, aby se k ní lidé přidávali, a pak v ní aktivně komunikovali. Význam skupin pro marketing na Facebooku spočívá v tom, že jejich prostřednictvím je možné podporovat budování komunity a komunikace mezi klienty, případně partnery navzájem. Skupina umožňuje poměrně rozsáhlé nastavení funkcí podle potřeby konkrétní komunikace. Skupiny představují samosprávnou složku komunikace na Facebooku. Pro školní marketing představují podpůrnou složku. Skupinu je možné použít například pro účely technické podpory se silnou participací uživatelů. To

znamená, že některé problémy si řeší uživatelé navzájem, některé pomáhají řešit pracovníci školy.

Stránka – jestliže skupiny tvoří jeden z pilířů úspěšné marketingové komunikace na Facebooku, jsou stránky druhým, neméně důležitým. Důvodem existence skupiny jsou sdílené zájmy uživatelů. Důvodem, proč založit stránku, je snaha prezentovat se, sdělovat své informace, novinky, nabízet službu nebo produkt.

Z technického hlediska je většina vlastností stránky shodná se skupinou. Stránka však není vytvořena proto, aby měla mnoho administrátorů. Jejím jádrem je provozovatel, a ostatní uživatelé jsou vůči němu v podřízené pozici. Stránka na rozdíl od skupiny nemůže rozesílat uživatelům hromadnou korespondenci. Na Facebooku ale není možné vytvářet skupiny pro samotnou prezentaci produktů nebo firem, protože skupiny mají mít komunitní charakter – je potřeba toto provádět stránkou. (Bednář 2011)

Výhodou platformy Facebooku je jeho responzivní webdesign, díky kterému je Facebook zobrazitelný a uživatelsky přívětivý nejen na běžném počítači, ale i na mobilních zařízeních, která s sebou uživatelé této sociální sítě nosí neustále při sobě a většina komunikace na Facebooku probíhá právě pomocí mobilního telefonu nebo tabletu.

2.4 Střední škola a sociální síť

Sociální síť se v případě střední školy může stát místem, na kterém je komunitou tvořeno povědomí o instituci jako takové. Zároveň může poskytnout přístup k novým typům informací a zpětné vazbě v reálném čase. Zásadní princip v tomto případě je ten, že by škola měla jít za žáky na místo, na kterém už jsou, namísto toho, aby je nutila přijít k sobě, přičemž fakt, že jsou na sociálních sítích, je nezpochybnitelný. Vytvoření stránky na Facebooku může žákům usnadnit život. Nejen budoucí, ale i současní žáci jistě ocení, pokud se budou moci setkat s hodnocením studia, oborů nebo například s informacemi o ubytování na internátu či v soukromí. To, že jim škola zjednoduší cestu k nalezení konkrétního zdroje podpory, který žáci potřebují, může v konečném důsledku znamenat napůl vyhranou bitvu v boji o jejich loajalitu, protože žáci mohou být zahlceni velkým množstvím informací z webových stránek, on-line zdrojů či tištěných periodik.

Je však třeba, aby na stránce na sociální síti vše fungovalo rychle, bez zbytečných prodlev, k čemuž je nutný aktivní přístup zaměstnanců školy. Jinak sociální síť ztrácí svůj smysl a ani zdaleka se nevyužije jejich potenciál. (De Choudhury, et al. 2010)

Velkou výhodou může být pro školu fakt, že na sociálních sítích je do určité míry možné se spoléhat na vzájemnou podporu žáků. Případná komunita totiž může být k dispozici 24 hodin denně, 7 dní v týdnu a poskytnout tak kýžené odpovědi mnohem rychleji, než tým pracovníků, který má sociální síť ve své kompetenci. Dokonce, i když uživatelská základna nedokáže tyto odpovědi poskytnout, pomůže rozhodně vytvořit dočasná řešení, která zmírní frustraci žáka. (Cox 2012)

Pokud střední škola jako organizace dospěla k rozhodnutí, že chce na sociální síť či několik sítí vstoupit, měla by si nejprve zodpovědět otázku, zda pro ni má smysl na sociální síti působit. Odpověď je nasnadě, protože žáci základních i středních škol na sociálních sítích přítomni jsou, proto by bylo škoda, kdyby právě škola chyběla a přišla tak o možnost dostat se s žákem do kontaktu.

Další nedílnou součástí procesu souvisejícího s rozhodnutím je nutnost ujasnit si cíl, ke kterému chce škola prostřednictvím tohoto kroku dospět a jakým stylem chce s žáky, jejich rodiči i širokou veřejností na sociální síti komunikovat. (Zbiejczuk 2013)

Prvním krokem pro vstup na sociální síť je pro školu vytvoření stránky, která musí obsahovat náležitě vyplněné informace. Velmi významné je zařazení do správné kategorie, podkategorie, vyplnění adresy současně se zobrazením sídla na mapě umístěné na stránce. Informace, které je nutné vyplnit, je datum založení stránky a typ založení stránky, popis i obecné informace, které by měly být stručné, avšak dostatečně obsáhlé, aby návštěvníkům stránky poskytly vše, co můžou v sekci Informace hledat. Velmi zajímavou částí je Historie podle roků, která nabízí dostatečně přehlednou formu pro uvedení důležitých milníků v dějinách školy, které se uvedou na profilu Timeline.

2.4.1 Výběr pracovníka organizace zodpovědného za sociální média

V případě, že se škola rozhodne vstoupit na pole sociálních médií a reprezentovat se zde, je nutné, aby současně zvolila pracovníka, který bude za tuto reprezentaci zodpovídat. Ideálním adeptem na pozici správce sociálních médií je interní pracovník, který má svou práci rád, ztotožňuje se s ní a ví o ní množství informací na základě

mnohaletého pracovního poměru. Daný pracovník by měl prací v podstatě žít, projevovat osobní vášeň a loajalitu ke svému zaměstnavateli, což jsou osobní vlastnosti, na které navazují předpoklady a zkušenosti profesní. Člověk vhodný na tuto pozici by měl mít zkušenosti s marketingem, public relations a péčí o klienty, přičemž profesní zkušenost v těchto oblastech má menší váhu, než výše zmíněné osobní vlastnosti. Ruku v ruce s profesními dovednostmi by mělo jít i povědomí o lidech ve škole. Pracovník na pozici správce sociálních médií by měl znát co nejvíce kolegů a mít s nimi vřelé vztahy. (Zbiejczuk 2013) V drtivé většině případů se bude jednat o mladší generaci učitelů, která sociální sítě využívá ve svém volném čase a má k nim častěji blíže, než pedagogové starší.

V případě, že vedení školy není schopno takového člověka mezi svými zaměstnanci identifikovat, může využít možnosti vnitroškolní sociální sítě a analýzy dosavadní činnosti na ní s ohledem na aktivitu a množství navázaných kontaktů. (Bednář 2013)

2.4.2 Tvorba obsahu a komunikace na sociálních médiích

Výhodou sociálních sítí je, že data v nich obsažená jsou aktualizována a rozvíjena v podstatě samotnými uživateli, dochází tedy k tvorbě obsahu generovaného jednotlivci, kteří tvoří případy, řešení a případně i zboží. Toto dává základ znalostní bázi a následně ji i rozšiřuje. Pokud komunitní manažer, tedy osoba, která je zodpovědná za péči o určitou komunitu na sociálních médiích, dělá svou práci dobře, podporuje uživatele, přináší jim zajímavé podněty a komunikace je oboustranná, může být množství a pokrytí takového obsahu generovaného uživateli oproti dřívější znalostní bázi významně vyšší. (Biernátová 2013)

Při komunikaci je nejdůležitější co nejdříve poznat své uživatele, tedy dozvědět se o svých fanoušcích například na Facebooku co nejvíce. Tyto informace lze konkrétně získat z interních statistik a dále především ze způsobu komunikace s nimi a z toho, jak reagují.

Na sociálních sítích je nutné zjistit, co lidi v komunitě baví, co dělají ve volném čase, co je jejich vášní. V potaz je nutné brát, že zábava a hraní mají velký vliv na lidský život, protože lidé se rádi baví, což na sociálních sítích obzvlášť platí. (De Choudhury, et al. 2010)

Při komunikaci na sociálních sítích je vhodné dodržovat několik zásadních pravidel, která lze aplikovat pro jakýkoli typ sociální sítě nebo média obecně. Tato pravidla jsou následující (Biernátová 2013):

- nelhat, nepřikrášlovat, nemlžit,
- reagovat rychle a sledovat dění,
- vysvětlovat a komunikovat,
- potlačovat vlastní ego, být vždy zdvořilý,
- být neformální,
- nepomlouvat,
- vycházet uživatelům vstříc.

Styl a jazyk zvolený pro komunikaci by neměl být příliš agresivní, například v případě blogu lze doporučit získání inspirace v zahraničí a na úspěšných českých blozích. Styl stránky na sociálních médiích musí být stejný, není radno jej roztříšňovat, což se může stát především v případě několika příspěvatelů. Lze použít formální i neformální jazyk, přičemž neformální jazyk vyhovuje více žákům, avšak například vyučující jej vnímají negativně. Pokud je však cílovým uživatelem žák a ne učitel, pak je volba neformálního stylu volbou nejlepší.

Zároveň je nutné brát v potaz, že na sociálních médiích musí být reakce rychlá, protože uživatelé očekávají okamžitou odpověď. (De Choudhury, et al. 2010) Pokud komunitní manažer či kdokoli, kdo má stránku na sociálních médiích na starosti, odpoví o jeden či dva dny později, připraví se tím o cennou interakci.

Někteří jedinci mají na sociálních sítích obrovský dosah a fungují jako centra informační výměny. Je tudíž výhodné identifikovat tyto prostředníky a působit na ně, aby bylo na sociální síti dosaženo maximálního efektu. Mohou být takto nalezeni experti dané komunity a v nich obrovský potenciál v podobě efektivnosti spolupráce a z ní plynoucích výhod a možností. (Bednář 2013)

Nejtěžší je v tomto případě identifikace toho, kdo má ve škole nejlepší spojení s lidmi, k nimž je třeba se dostat. Jedinec, od kterého a ke kterému vedou nejlepší sociální trasy a to jak z hlediska rychlosti, tak i důvěryhodnosti spojení.

V rámci každého kanálu sociálních médií je možné určit lokální experty z řad žáků a specifikovat jejich profil. Tito experti by měli mít stupeň důvěryhodnosti založený na počtu svých příspěvků, což by mohlo být evidováno přímo systémem. Ve chvíli, kdy je čas pro uvedení jakékoli novinky, přichází okamžik, kdy je dobré znát tyto experty a získat od nich předběžné reference a první zpětné vazby. (Bednář 2013)

Součástí efektivní komunikace na sociálních sítích je i jejich monitoring. Internetová diskusní fóra vyvolávají reakce neuvěřitelnou rychlostí. Nálada příspěvků na sociálních sítích mnohé vypovídá. Je proto nutné je sledovat a to zejména v případě negativních komentářů. Monitoring sociální sítě, který zjistí nový šířící se problém, by měl být zaznamenán spolu se souvisejícími tagy a klíčovými slovy. Takto se podpora může stát aktivní součástí systému včasného varování a dokáže poskytnout informace, jež pomůžou předejít mnohem pokročilejší fázi problému a to přímo v médiu, v němž se nepříjemná situace rozvíjí. (Biernátová 2013) Monitoringem obsahu lze na druhou stranu získat i cennou pozitivní zpětnou vazbu a hodnocení uživatelů.

Při přítomnosti na sociálních sítích je nutné dodržovat určité zásady komunikace, protože se zde v plné míře projevuje trvalý dopad slov. (Soat 2010) Publikování na internetu je nekontrolovatelné, a pokud se něco pokazí, okamžitě se daná věc začne šířit a v nejhorším případě může dojít k úplnému poškození online reputace. Některá sociální média umožňují kontrolovat zveřejňovaný obsah, správce účtu tedy může aktivně participovat na toku informací a případně ovlivňovat jeho směr.

2.4.3 Příklad komunikace vzdělávací instituce na sociálních sítích

Příkladem úspěšné komunikace střední školy na sociálních sítích může být Střední odborné učiliště Škoda Auto. Tato střední škola má komunikaci na Facebooku jasně vymezenou, pravidelnou, velmi dobře cílenou a propracovanou. Příspěvky mohou zaujmout jak stávající žáky tohoto učiliště, tak absolventy, uchazeče o studium a zároveň také širokou veřejnost, a to jak tu, která se na učilišti vzdělávala, tak i tu, která se na učilišti nevzdělávala a ani její příbuzní se v této instituci nevzdělávají, ale přesto mají o informace zájem.

Obrázek 1: Příklad příspěvku na Facebookové stránce školy



Zdroj: <https://www.facebook.com/sou.skoda/photos/a.161391014065209.1073741829.157841357753508/409288689275439/?type=3>.

Obrázek 2: Příklad příspěvku na Facebookové stránce školy



Zdroj: <https://www.facebook.com/sou.skoda/photos/a.161391014065209.1073741829.157841357753508/406149646256010/?type=3>.

2.4.4 Využití sociálních sítí pro vzdělávání

Přístup ke vzdělávání a vzdělávací metody neustále prochází změnami, přičemž pouhé čtení informací jako původně podporovaná metoda pro předávání informací už nedostačuje nynějším požadavkům na moderní vzdělávání. Informační systémy pro řízení vzdělávání (learning management system LMS – např. Moodle) podporované webem 1.0 poskytovaly možnost zhlédnout informace, případně je stáhnout, ale to je z funkčnosti přibližně vše. Studijní materiály byly žákům předkládány, ti je samostatně vstřebávali často bez interakce se spolužáky. (Poore 2013)

Oproti tomu technologie webu 2.0 podporují moderní vzdělávací metody zahrnující aktivní přístup žáků a interakci mezi nimi. (Fitzgerald, Steele 2008)

Sociální média jsou pro vzdělavatele vhodná, protože jsou flexibilní a jednoduše se používají. Kromě toho se žáci mohou díky sociálním médiím zapojovat do tvorby obsahu, webů, svého vlastního prostoru pro učení, což znamená, že se tyto nástroje mohou orientovat spíše na žáky a třídu jako takovou než na učitele. (Poore 2013)

3. Výzkumné šetření

3.1 Cíl výzkumného šetření

Cílem výzkumného šetření je popsat vztah středoškolských žáků a učitelů k využití sociálních sítí ve vzdělávání a na základě zjištěných skutečností posoudit možnosti využití sociálních sítí ve středoškolském vzdělávání. Očekávání autorky spojená s výzkumným šetřením se vztahují k objevení zajímavých podnětů a seznámení se s názory a postoji učitelů a žáků střední odborné školy k této problematice.

3.2 Vzorek výzkumného šetření

Výzkumné šetření bylo provedeno na středním odborném učilišti, které je zřízeno soukromým subjektem. SOU sídlí v okresním městě Středočeského kraje. Ve školním roce 2014/2015 bylo na tomto SOU vzděláváno více než 800 žáků.

Během rozhovorů s žáky a učiteli a během pedagogické praxe bylo zjištěno, že se škola komunikací na sociálních sítích velmi zaobírá a cíleně komunikaci řídí a pro komunikaci má jasnou strategii. Proto proběhlo šetření na této škole, jelikož existoval předpoklad, že téma bakalářské práce je žákům a učitelům známé a možná i blízké. Ochota zúčastnit se výzkumného šetření byla vysoká, což se ve zjištěných skutečnostech projevilo pozitivně a výsledky šetření jsou díky tomuto nejen obsáhlé, pestré a zajímavé, ale i zkreslené osobní angažovaností respondentů na daném tématu. Výzkumného šetření se zúčastnili dvě učitelky a jeden učitel ve věku 33, 55 a 60 let. Dále výzkumný vzorek tvoří žáci 4. ročníku, ve kterém autorka bakalářské práce vykonávala pedagogickou praxi, a dva žáci, dívka a chlapec, 3. ročníku, kteří jsou na dané škole v oblasti sociálních sítí velmi aktivní.

3.3 Metoda výzkumného šetření a sběr dat

Hlavní metodou sběru dat ve výzkumném šetření se staly polostrukturované rozhovory. Důvodem pro volbu polostrukturovaných rozhovorů byla snaha nelimitovat respondenty v jejich odpovědích, získat nečekané odpovědi a vést rozhovor volně, bez nutnosti získat odpovědi jen na předem dané otázky. Předchozí zkušenost autorky bakalářské práce s dotazníkovým šetřením při zpracování diplomové práce byla dalším důvodem

pro volbu polostrukturovaných rozhovorů. Inspirací pro volbu polostrukturovaných rozhovorů byl i kvalitativní výzkum Lenky Bodlákové (2012), která ve své práci „Budování kariéry mladých žen v kontextu mateřské dovolené“ rozkrývala v rámci daného tématu fakta týkající se mladých žen, budování kariéry a rodiny. Dalším důvodem pro volbu polostrukturovaných rozhovorů byly diskuse v předmětu Diplomový seminář, který je vyučován jako součást oboru Učitelství odborných předmětů během třetího ročníku studia.

Výběr otázek kladených žákům:

Máte účet na Facebooku?

Znáte někoho u vás ve škole, kdo by Facebook vůbec nepoužíval?

Používáte Facebook často?

Sledujete aktuální dění na Facebooku celý den? I ve škole? Během výuky?

Myslíte, že by na Facebooku mohla probíhat výuka? Něco s výukou spojené?

Mohly by být na Facebooku zpracovávány domácí úkoly, seminární práce, školní projekty apod.?

Máte na Facebooku svou školní skupinu?

Kdo ji spravuje?

Mají do ní přístup učitelé?

Komunikujete s učiteli přes Facebook?

Zjišťujete informace o škole spíše na její oficiální stránce na Facebooku nebo na oficiálních webovských stránkách?

Líbí se vám, když se škola prezentuje na sociálních sítích?

Ovlivňuje prezentace školy na sociálních sítích vaše rozhodnutí při výběru vysoké školy, kterou půjdete studovat?

Vadí vám spojovat školu a soukromý účet na Facebooku? Tedy odhalovat svoji identitu na Facebooku lidem, kteří vám nejsou úplně nejbližší?

Vadí vám, že se na váš profil na Facebooku může podívat někdo cizí?

Výběr otázek kladených učitelům:

Máte účet na Facebooku?

Myslíte, že by na Facebooku mohla probíhat výuka? Něco s výukou spojené?

Mohly by být na Facebooku zpracovávány domácí úkoly, seminární práce, školní projekty apod.?

Spravujete na Facebooku nějakou školní skupinu?

Spravujete oficiální stránku školy na Facebooku?

Komunikujete s žáky přes Facebook?

Líbí se vám, když se škola prezentuje na sociálních sítích?

Vadí vám spojovat školu a soukromý účet na Facebooku? Tedy odhalovat svoji identitu na Facebooku lidem, kteří vám nejsou úplně nejbližší?

Vadí vám, že se na váš profil na Facebooku může podívat někdo cizí?

Všímáte si aktivních žáků na Facebooku? Je takových aktivních žáků hodně? Angažují se rádi?

Používá u vás na škole Facebook hodně učitelů?

Existují nějaké nevýhody, které práce s Facebookem přináší?

Připadá Vám důležité, aby se školy prezentovaly na Facebooku?

Sběr dat byl realizován jako série osobních setkání, odehrávajících se nejčastěji na půdě střední školy. Data byla sbírána formou záznamu na zvukové médium, následně byly tyto záznamy přepsány. Z technických důvodů je k dispozici pouze přepis rozhovorů, který je k této bakalářské práci přiložen v elektronické podobě. Dotazovaným byly kladené předem připravené otázky, jejichž sled byl případně upravován dle odpovědí dotazovaných. Například pokud dotazovaný uvedl, že nemá vlastní profil na Facebooku a tuto sociální síť nevyužívá, nebyly mu dále kladené otázky týkající se tohoto tématu, ale byly mu kladené následné otázky, na které mohl odpovědět.

Šetření mezi žáky probíhalo během vyučovací hodiny formou diskuze a řízených polostrukturovaných rozhovorů a následně formou psaného rozhovoru s dvěma žáky přes sociální síť Facebook. Šetření mezi učiteli probíhalo formou polostrukturovaného

rozhovoru v kabinetech, případně v prostorách školy před výukou či po výuce a to během vykonávané pedagogické praxe či na základě individuálně domluvených schůzek.

3.4 Popis výsledků výzkumného šetření

Výsledky šetření jsou strukturovány do kategorií, ve kterých jsou uvedeny názory a postoje dotazovaných žáků a učitelů.

Přítomnost učitelů a žáků na Facebooku a četnost jeho využívání

Učitelé nejsou automaticky uživateli Facebooku, někteří svůj účet na Facebooku mají založený, jiní nikoli. Nehledě na tento fakt uznávají význam Facebooku jako jednoho z hlavních komunikačních médií pro žáky. Je spíše výjimkou, když středoškolský žák nemá zřízen svůj účet na Facebooku. Podobně je tomu s vrstevníky žáků. Vzhledem k technické vybavenosti žáků a současným technickým možnostem žáci přistupují na Facebook několikrát denně a pravidelně ho sledují.

Aktivity žáků a učitelů na Facebooku

Dle učitelů se na sociálních sítích angažují jednotlivci z vlastní iniciativy. Jedná se o žáky obvykle aktivní také v jiných oblastech. Podle učitelů se žáci v oblasti školních Facebookových stránek spíše neangažují, ačkoli mají prostředí Facebooku rádi.

Pokud už se žák zapojí do školních Facebookových stránek, je iniciativní a dokáže navrhnout možné využití sociálních sítí i pro účely výuky a školní komunikace. Příkladem může být žákyně učiliště, která na sociální síti určené ke sdílení videí (YouTube.com) nahrává výukové prezentace, ke kterým následně namlouvá komentář, aby byly prezentace využitelné a užitečné pro další žáky. Dalším příkladem může být vlastní žádost žáka o pozici správce stránek skupiny na Facebooku. Tento žák se aktivně podílí na vzhledu a obsahu stránek (změna fotografie, loga apod.).

Žáci preferují zakládání vlastních, často tajných, skupin na Facebooku, jejichž členové jsou pouze žáci a nikoli učitelé. Tyto skupiny zakládají za účelem sdílení informací o školních testech, písemných pracích, domácích úkolech apod. Třídní stránky dostupné i učitelům si žáci spravují sami, konkrétně je mají na starosti

dobrovolníci, kteří se vyučujícím sami přihlásí a následně pak tvoří obsah těchto stránek.

Nápady na příspěvky od žáků školy jsou učiteli vítány. Jakýkoli příspěvek je ale před zveřejněním na oficiálních stránkách školy kontrolován, aby vyhovoval pravidlům a aby neobsahoval chyby.

Žáci mají také k dispozici neveřejnou cvičnou stránku na Facebooku, která jim slouží k různým účelům a mají při jejich správě více volnosti, na rozdíl od veřejné oficiální stránky školy, která dle učitelů slouží především k propagaci školy.

Komunikace učitelů s žáky a naopak

Facebook je využíván jako prostředek pro komunikaci učitelů s žáky. Třídní učitelka uvedla, že se často stává, že nemá příliš příležitostí komunikovat se svou třídou, protože své žáky vyučuje pouze na určitý předmět, navíc se týden výuky střídá s týdnem praxe a v takové chvíli Facebook velmi vítá jako skvělého pomocníka pro organizování akcí, sdělování třídnických informací, k přípravě různých aktivit, zveřejnění výsledků testů, přehledů se známkami, písemných prací či případně také ke konzultaci nad závěrečnými pracemi žáků. Učitelé využívají ke komunikaci se žáky také e-mailovou korespondenci.

Žáci s učiteli přes Facebook komunikují rádi. Facebook využívají ke komunikaci s učitelem s očekáváním, že se jim dostane rychlé odpovědi, a to bez ohledu na to, kde a v jaké situaci se učitel nachází. Očekávají, že učitelé mají chytrá zařízení, díky nimž jsou přístupní online komunikaci nepřetržitě, stejně tak jako žáci.

Povědomí o aktivitách školy na Facebooku

Žáci vidí stránky škol na Facebooku především jako propagační nástroj, který slouží k prezentaci školy navenek, protože žákům, kteří školu navštěvují a vzdělávají se v ní, jsou zveřejňované informace známé a již o nich vědí.

Vedení školy vyžaduje, aby byly příspěvky na oficiální stránce školy na Facebooku sofistikované a před zveřejněním posouzené a schválené. Stránka školy na Facebooku je dle vedení školy určena k propagaci, nesmí na ni proto být používán slang ani mladistvý jazyk. Příspěvky jsou navrhovány i firemním oddělením pro vnější vztahy, v některých případech dostanou se svými příspěvky prostor i žáci.

Funkce Facebooku ve vzdělávání

Učitelé vidí možnost využití Facebooku ve vzdělávání pro zveřejňování stručných zápisů, přednášek a sdílení informací, nikoli pro výuku jako takovou. Uvedeným důvodem bylo riziko možnosti přebírání nápadů žáků, kteří příspěvek zveřejní jako první.

Učitelé na stránkách na Facebooku rádi sdílejí zajímavé články a videa z internetu, které mohou být žákům při vzdělávání ku prospěchu. K těmto účelům je Facebook ideální a nabízí nástroje, které umožňují sdílet jednoduše a rychle.

Žáci souhlasí především s využíváním sociálních sítí mimo školu a školní prostředí, nechtějí tedy Facebook využívat ve vzdělávání. Na druhou stranu žáci uvedli, že Facebook již prakticky využili při zpracování školního projektu, jehož tématem byla přeprava automobilových dílů z Číny do Mladé Boleslavi. Založili si speciální skupinu pro tento projekt a předávali si přes ni potřebné know-how, poznatky a informace, které byly využitelné při práci na tomto projektu.

Facebook jako zdroj informací

Učitelé a žáci vnímají skupinu školy na Facebooku jako zdroj informací ze školního prostředí a ze života školy. Žáci zmínili i význam školních stránek na Facebooku při výběru střední školy. Při vlastním rozhodování se zajímali o stránky škol a zjišťovali na nich informace o akcích, kurzech, které škola pořádá, bylo pro ně jednodušší zjišťovat informace na Facebooku než na webových stránkách, na kterých se musí dle jejich vyjádření často dlouze vyhledávat a požadované informace získávat. K informacím na stránkách škol na Facebooku se dostanou snadněji.

Obavy z Facebooku, negativní dopad Facebooku

Jedna učitelka uvedla, že jí využívání sociálních sítí ve vzdělávání přináší více práce a značně to konzumuje její čas. Učitelé také upozornili na nutnost stanovení hranic při komunikaci s žáky a to ať už se jedná o komunikaci na sociálních sítích, prostřednictvím elektronické pošty, anebo případně přes mobilní telefon. Sdělování mobilního telefonního čísla učitele žákovi není vhodné, protože by mohlo dojít ke zneužití ve smyslu nároků ze strany žáků na dostupnost učitele a všudypřítomnou asistenci v případě jakékoli potřeby. Je třeba myslet i na to, že informace o učitelích

mohou být, jsou-li veřejně známy, zneužity i ve smyslu snahy o osobní poškození učitele ať už z jakýchkoliv důvodů.

Zároveň také učitelka zmínila důležitost zachování hranice mezi pracovním a soukromým životem. Učitelka má na Facebooku zřízené dva profily, přičemž jeden z nich je určen jen pro školní účely, druhý (soukromý), zaregistrovaný pod přezdívkou, je určen pro vlastní potřebu. Pro žáky je druhý profil učitelky nedohledatelný, díky čemuž si zachovává požadovanou míru soukromí a zároveň může sociální síť využívat dle svých představ.

Učitelé žákům na Facebooku neposkytují studijní materiály, raději jim je předají na flash disku nebo odešlou emailem. Důvodem je ztracená kontrola nad nahranými soubory na Facebooku, nemožnost úplného smazání materiálů z Facebooku a také autorská práva vztahující se k materiálům jako takovým.

Žáci se zmínili o souvislosti bytí na Facebooku a zásahu do soukromí. Mají jasno v tom, že na Facebooku zveřejňují jen příspěvky, které mohou být veřejné a u kterých nevádí, že je může kdokoli vidět. Konkrétně například vidí všechny příspěvky, pokud si je někdo z jejich přátel oblíbí, tudíž to mohou být příspěvky naprosto cizích lidí, se kterými je pouze spojuje společný přítel. Jsou si vědomi toho, že na internetu není nic nezískatelného a že je proto pro ně důležité na tento fakt neustále myslet.

Žáci vidí problém ve využívání sociálních sítí během vyučovací hodiny v tom, že by se nesoustředili na výklad učitele. Již nyní se tento problém vyskytuje, když si žáci během vyučovacích hodin na Facebooku vyřizují soukromé záležitosti, odpovídají spolužákům na zprávy a sledují, co se na síti děje. V takové chvíli nesledují výklad učitele.

Zajímavý poznatek, který uvedla jedna žákyně, se týkal zveřejňování firemních či školních interních materiálů, které vlastně není možné zveřejňovat online, a tudíž nejsou pro takové případy Facebook ani jiné sociální sítě využitelné.

4. Diskuse

V provedeném výzkumném šetření byly zmíněny možnosti využití sociálních sítí pro předávání informací, které je třeba rychle dostat k cílové skupině, jelikož žáci mají chytrá zařízení, která jim informaci okamžitě zobrazí. Takovými informacemi mohou být například jednorázové změny v rozvrhu, jednorázové změny učebny, ve které bude hodina vyučována, informace o absenci učitele či například o jakýchkoli změnách v souvislosti s různými haváriemi dodávek vody či energií, které se dopředu nedají předpovědět a když nastanou, hodí se rychlý kanál pro komunikaci směrem k žákům. Pro komunikaci těchto informací směrem k učitelům není Facebook vhodný, jelikož nejsou na této sociální síti přítomni všichni z nich.

V případě technického vybavení učitelů i žáků může být Facebook vhodným nástrojem také pro předávání třídnických informací.

Z výzkumného šetření mezi žáky a učiteli středních škol vyplývá, že přímé využití sociálních sítí pro vzdělávání jako takové ani jedna ze dvou oslovených skupin nedoporučuje ani neshledává příliš vhodným. Na druhou stranu se však najdou případy, pro které je využití sociální sítě Facebook přímo ve vzdělávání žáky stejně jako učiteli doporučeno. Konkrétně se jedná o práci na projektech v týmech složených napříč jednou třídou či více třídami. Obecně je také doporučováno využití sociálních sítí pro komunikaci a výměnu organizačních informací, spíše než pro konání určité formy výuky.

Oslovení žáci a učitelé nechtějí Facebook využívat pro vzdělávání jako takové, ale vnímají tuto sociální síť jako příležitost pro propagaci školy, pro informování veřejnosti a pro celkový přehled o škole, který může být velmi užitečný uchazečům o studium na dané škole, ale i široké veřejnosti, která se o vzdělávací instituci zajímá.

Na základě zjištění výzkumného šetření níže uvádím využitelné funkce stránky na Facebooku jakožto oficiální prezentace školy na této sociální síti:

- a) propagační – s cílem přilákat a zaujmout potenciální žáky, zveřejňovat úspěchy školy na poli výzkumu a inovací a informovat o úspěších na poli spolupráce s prestižními firmami, ukázat žákům, že při studiu mohou získat praxi, částečně poznat trh práce, pracovní prostředí a jeho specifika v porovnání s žákovským životem; zobrazit události pořádané školou, ke kterým využije speciální funkcionalitu na Facebooku, přičemž tyto události mohou mezi sebou uživatelé

snadno sdílet, uvádět, zda se akce zúčastní či nikoli nebo například okomentovat danou akci;

- b) informační směrem k žákům školy i široké veřejnosti – s cílem přinést informace, které cílovou skupinu pobaví a zaujmou, zprostředkovat informace od současných žáků a informace o spolcích, které na střední škole fungují (např. zájmové kroužky, hudební skupiny, divadelní spolky), informovat o soutěžích a zajímavých projektech, kterých se mohou žáci zúčastnit;
- c) vzdělávací – publikace zábavně-vzdělávacích článků vlastní tvorby případně odkazů;
- d) reportážní – s cílem přinést informace o každodenních žakovských činnostech – možnostech stravování, nejdostupnějších obchodech apod., dále se stát zdrojem atraktivních fotografií ze života školy a žáků;
- e) pracovní – využití uzavřených skupin na Facebooku pro práci na určitém školním/třídním projektu, kterému forma skupiny na Facebooku může pomoci ke sdílení know-how a předávání informací nezbytných pro práci na projektu bez nutnosti konání schůzek projektového týmu, při kterých by se celý tým scházel ve stejný čas na jednom místě; podmínkou pro toto využití je však technické vybavení všech stran, které se projektu účastní, a dostupnost připojení k internetu.

Konkrétními možnostmi výše uvedené funkce propagace jsou výsledky ve vědě a výzkumu, spolupráce s firemním sektorem. Škola se díky těmto informacím stane atraktivnější pro ty, kteří o takové směřování jeví zájem. Zároveň zaujme možnost kontaktu s praxí v rámci studia, kdy žáci mohou navázat jednání ohledně své budoucí práce ještě při studiu, čímž si mohou zajistit budoucí uplatnění na trhu práce.

Funkce informování žáků školy zahrnuje možnost vedení kalendáře s přehledem školních akcí, zveřejňování mimořádných akcí a aktivit, které ovlivňují chod školy.

Kromě stránky na Facebooku mohou být založeny uzavřené skupiny pro žáky a učitele dané školy v případě, že obě strany, jak žáci, tak učitelé, s tím budou souhlasit a budou technicky vybaveni. Skupiny by reprezentovaly jednotlivé třídy a sloužily k třídnické komunikaci od třídního učitele směrem k žákům, stejně jako naopak od žáků

směrem k jejich třídnímu učiteli. Technické vybavení žáků se zdá být dostatečné, učitel se musí rozhodnout, zda by s takovýmto krokem souhlasil.

O existenci stránky školy na Facebooku lze informovat prostřednictvím prezentací na dnech otevřených dveří školy, letáků pro uchazeče o studium a na oficiálních internetových stránkách školy. Na základě této informace může veřejnost a žáci stránku školy pasivně sledovat a číst si sdělení, případně se aktivně podílet na obsahu a pod jednotlivé příspěvky přidávat své komentáře, hodnotit fotografie nebo se dotazovat na cokoli, co budou považovat za potřebné.

Pokud chce škola zvýšit provoz na svých webových stránkách, Facebook k tomu může velmi šikovně využít. Stačí na stránce na Facebooku uvádět odkazy přímo do určité sekce webu školy, přes které se na něj uživatelé snadno prokliknou a hlavní obsah sdílené informace si přečtou již nikoli na Facebooku, ale na oficiálním webu školy.

5. Závěr

V bakalářské práci jsem se zaměřila na získání informací od žáků a učitelů střední odborné školy, která aktivně využívá Facebook jako součást prezentace školy a pro komunikaci mezi aktéry vzdělávání. Chtěla jsem zjistit, jak na používání Facebooku ve vzdělávání nahlízejí, kde spatřují pozitivní možnosti k využití, a kde naopak vidí rizika, díky nimž by Facebook nepoužili. Bakalářskou práci jsem vedla jako explorační, ve snaze rozkrýt důležité informace pro další zkoumání v daném tématu.

V rámci teoretické části bakalářské práce jsou shrnuty a představeny moderní komunikační nástroje. Dále je v této části obecně rozvinuta problematika působení střední školy na sociálních sítích a jejich využití pro vzdělávání.

Praktická část je orientována na sociální síť Facebook, jakožto v současnosti nejpoužívanější sociální síť na světě a nejvyužívanější sociální médium žáky dané věkové kategorie. Bylo provedeno explorativní kvalitativní výzkumné šetření na vybraném vzorku učitelů a žáků vybrané střední školy s cílem prozkoumat a popsat vztah středoškolských žáků a učitelů k využití sociálních sítí ve vzdělávání a posoudit možnosti využití sociálních sítí ve středoškolském vzdělávání.

Z výzkumného šetření vyplynulo, že učitelé i žáci přistupují na Facebookové stránky školy. Škola využívá tyto stránky vzhledem k aktuálním technologickým možnostem žáků především pro předávání informací, propagační a náborovou činnost.

Pro mě poněkud překvapivě nezazněla ve výzkumném šetření potřeba nebo chuť výrazněji zapojit sociální síť do výuky a v přímé komunikaci učitele a žáka nad rámec řešení úkolů na bázi projektů, u kterých je nutná spolupráce celého týmu. Jako důvody proti většímu využití sociálních sítí byly zmiňovány obavy o vlastní soukromí, o rozptylování při výuce rušivými prvky sociálních sítí, o bezpečnost dat, o dodržování autorských práv a další.

Dalším zajímavým zjištěním plynoucím z výzkumného šetření bylo, že žáci upřednostňují pro hledání informací stránky školy na Facebooku před oficiálními internetovými stránkami, a to převážně pro jejich přehlednost a rychle dostupné informace.

V očích žáků základních i středních škol může střední škola díky efektivnímu využívání sociálních sítí výrazně ovlivnit jejich rozhodnutí při výběru školy, celkový názor na atraktivitu dané vzdělávací instituce, který může pozitivně přispět ke zvýšení

zájmu o studium a větší popularitu dané školy nejen mezi žáky, ale i médii a širší veřejností.

Uvědomuji si, že práce nenabízí data, která by mohla být jakkoli zobecnována. Přesto vnímám její přínos především v otevření diskuse nad možnostmi využití Facebooku školami, učiteli a žáky ve spojení se vzdělávacím procesem. Zjištění výzkumného šetření mi pomohla identifikovat některé oblasti, které jsem před jeho provedením do uvažování o vzdělávacím potenciálu sociálních sítí nezahrnovala. Za cenná zjištění považuji především možná rizika, která jsou spojena s pravidly sociálních sítí, díky nimž by se mohla dostat škola, učitelé a žáci do konfliktu s platnou legislativou, ale také to, že si žáci i učitelé uvědomují potřebu soukromí, kterou mohou sociální sítě narušovat.

Seznam použitých zdrojů

- BEACONFIRE, 2011. *Nonprofits rank Facebook twice as important as Twitter* [online]. 11. 1. 2011 [vid. 2014-12-28]. Dostupné z: <http://www.beaconfire.com/blog/2011/01/nonprofits-rank-facebook-twice-as-important-as-twitter/>
- BEDNÁŘ, V., 2011. *Marketing na sociálních sítích: prosad'te se na Facebooku a Twitteru*. 1. vyd. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3320-0.
- BEDNÁŘ, V., 2013. *Sociální sítě jako praktický nástroj v personálním managementu* [přednáška]. Praha: VŠE. 21. 1. 2013.
- BIERNÁTOVÁ, O., 2013. *Marketing na sociálních sítích* [přednáška]. Praha: VŠE. 21. 1. 2013.
- BODLÁKOVÁ, L., 2012. Budování kariéry mladých žen v kontextu mateřské dovolené. *Studia paedagogica*, roč. 17, č. 2, s. 127-137. ISSN 1803-7437.
- COX, D. D., 2012. *School Communications 2.0: A Social Media Strategy for K--12 Principals and Superintendents*. Iowa: Iowa State University ProQuest Dissertations & Theses A&I. ISBN 9781267390806.
- DE CHOUDHURY, M., SUNDARAM, H., JOHN, A., SELIGMAN, D. D., 2010. Analyzing the Dynamics of Communication in Online Social Networks. In: FURHT, B., ed. *Handbook of Social Network Technologies and Applications*. United States: Springer, p. 59-94. ISBN 978-1-4419-7142-5.
- FITZGERALD, R., STEELE, J. 2008. *Digital learning communities*. Sydney: Australian Learning and Teaching Council.
- HŘEBECKÝ, M., 2015. Škola a sociální sítě. *Řízení školy*, roč. 12, č. 4, s. 23-25. ISSN 1214-8679.
- LIVINGSTONE, S., HADDON, L., GÖRZIG, A., ÓLAFSSON, K., 2011. *EU Kids Online II: Final Report*. London: London School of Economics and Political Science.
- POORE, M., 2013. *Using social media in the classroom*. Los Angeles: Sage. ISBN 978-1-446-20280-7.
- SHIH, C., 2011. *How to Make Money Marketing Your Business on Facebook*. FT Press. ISBN 978-0-13-269188-8.

SOAT, J., 2010. 7 Questions Key to Social Networking Success. *InformationWeek*, vol. 18, no. 1254, p. 18-24. ISSN 8750-6874.

ŠKODA AUTO, 2015. Informace o škole. In: *Střední odborné učiliště strojírenské, odštěpný závod* [online]. [vid. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.sou-skoda.cz/skola>

ŠKODA AUTO a.s., Střední odborné učiliště strojírenské, 2015. In. *Facebook* [online]. [vid. 2015-09-18]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/sou.skoda/timeline>

ZBIEJCZUK, A., 2013. *Kdo by v organizaci měl zodpovídat za sociální média* [přednáška]. Praha: VŠE. 21. 1. 2013.

Seznam příloh

Příloha A – Přepisy rozhovorů

Na přiloženém CD nosiči jsou k dispozici přepisy rozhovorů, které byly provedeny v rámci výzkumného šetření s žáky a učiteli vybrané střední odborné školy.