

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ
ANTROPOLOGIE

INTERNETOVÁ PREZENTACE ZÁKLADNÍ ŠKOLY

Bakalářská diplomová práce

Obor studia: Řízení vzdělávacích institucí

Autor: Nikola Lipková

Vedoucí práce: Mgr. Tomáš Karger, Ph.D.

Olomouc 2022

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou prací na téma „*Internetová prezentace základní školy*“ vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne

Podpis

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucímu práce Mgr. Tomášovi Kargerovi, Ph.D. za jeho cenné rady, připomínky v průběhu psaní bakalářské diplomové práce a za celkové vedení mé práce. Dále bych chtěla poděkovat řediteli a pedagogickým pracovníkům ze zkoumané základní školy za jejich ochotu a vstřícnost při realizaci výzkumu.

Anotace

Jméno a příjmení:	<i>Nikola Lipková</i>
Katedra:	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
Studijní program:	<i>Řízení vzdělávacích institucí</i>
Studijní program obhajoby práce:	<i>Řízení vzdělávacích institucí</i>
Vedoucí práce:	<i>Mgr. Tomáš Karger, Ph.D.</i>
Rok obhajoby:	2022

Název práce:	Internetová prezentace základní školy
Anotace práce:	Bakalářská práce se zabývá internetovou prezentací základní školy na webových stránkách a sociálních sítích. Hlavním cílem práce je analyzovat, jakým způsobem je vybírán obsah pro prezentaci základní školy na internetu a jak je tato prezentace vnímána žáky a pedagogickými pracovníky školy. Teoretická část práce se zabývá zásadami internetové prezentace a obsahem sdíleným na webových stránkách a sociálních sítích školy. V empirické části byl proveden kvalitativní výzkum. Z rozhovorů se žáky, pedagogickými pracovníky a koordinátorkou ICT vyplynulo, že stránky školy podle respondentů nejsou moderní a přehledné.
Klíčová slova:	Webová prezentace, sociální síť, základní škola, komunikace školy, marketing školy
Title of Thesis:	Presentation of the primary school

Annotation:	This bachelor's thesis deals with the internet presentation of the primary school on websites and social networks. The aim of the thesis is to find out how is selected the content for the presentation of the primary school on the Internet and how is this presentation perceived by the pupils and pedagogical staff of the school. The theoretical part of the thesis deals with the principles of internet presentation and content shared on the school's website and social networks. In the empirical part was conducted a qualitative research. By the interviews with pupils, pedagogical staff and the ICT coordinator it was found that the school's website is not modern and clear.
Keywords:	Web presentation, social media, primary school, school communications, school marketing
Názvy příloh vázaných v práci:	Příloha č. 1: Informovaný souhlas s výzkumem pro zákonné zástupce žáků Příloha č. 2: Osnova rozhovoru Příloha č. 3: Ukázka rozhovoru – žák školy
Počet literatury a zdrojů:	36
Rozsah práce:	68 s. (105 278 znaků s mezerami)

Obsah

Úvod.....	8
1. Škola jako vzdělávací instituce	10
1.1. Online komunikace ve školním prostředí	11
2. Zásady prezentace vzdělávací instituce na internetu.....	12
2.1. Webové standardy	13
2.1.1. Cílová skupina návštěvníků	15
2.2. Obsah školní internetové prezentace	17
2.3. Relevantní legislativní rámec	19
2.3.1. Autorský zákon.....	19
2.3.2. Ochrana soukromí	20
2.3.3. Svobodný přístup k informacím	21
3. Hlavní cíl internetových stránek vzdělávací instituce.....	22
3.1. Statické a dynamické webové stránky	23
3.2. Redakční a publikační systémy	25
4. Současné komunitní portály.....	26
4.1. Web 2.0.....	26
4.2. Sociální síť.....	27
4.2.1. Facebook	29
4.2.2. Instagram	30
4.3. Webová stránka školy v systému InspIS PORTÁL	31
5. Metodologie výzkumu	33
5.1. Vymezení výzkumného problému a cíl výzkumu	34
5.2. Výběr výzkumného souboru	34
5.3. Etické aspekty výzkumu	35
5.4. Metoda získávání dat.....	36
5.5. Popis průběhu sběru dat	37

5.6. Metoda analýzy dat a interpretace	38
5.7. Závěrečná zpráva	38
6. Diskuze	49
Závěr	53
Seznam literatury	55
Seznam zkratek.....	58
Seznam příloh	59

Úvod

Internetová prezentace obecně v současné době patří mezi velmi oblíbené formy propagace na internetu. Internet v dnešní moderní době využívají děti, studenti, pedagogové, rodiny, důchodci a všichni Ti, kteří chtějí komunikovat, informovat a být informováni. Internet nám nabízí levnou a pohodlnou cestu ke spojení s celým světem. Dnešní uspěchaná doba nám přináší pořád nové trendy, které se v oblasti tvorby webů využívají a je tak nutné webové stránky neustále aktualizovat a poskytovat cílovým návštěvníkům aktuální informace. Prostřednictvím internetové prezentace se škola snaží představit sebe sama, svou činnost, své úspěchy i své záměry. Školní webová stránka může být považována za vzdělávací nástroj a také za efektivní komunikační nástroj mezi pedagogy, žáky školy a zákonnými zástupci.

Společnost dnes využívá širokou škálu zařízení nejen pro přístup k internetu, interakci mezi sebou navzájem, ale i pro zábavu. Veškerá zařízení se neustále zmenšují, zlehčují a podporují různé funkce (email, navigace – GPS systémy, prohlížeč aj.). Přístup k internetu nalezneme téměř všude a skoro každé zařízení se dokáže k internetu připojit, vč. některých herních konzol a digitálních televizí. To, co bylo dříve možné pouze od stolního počítače připojeného k internetu, je dnes nahrazeno mobilními telefony a chytrými přístroji, které jsou přenosné a každý je má ve své kapse nebo batohu. Zejména dnešní dospívající jsou v neustálém digitálním kontaktu, ať už se svými kamarády, tak i s rodinou. Na internetu se připojují k sociálním sítím, online hrám, emailu apod. Digitální technologie a sociální média se tak stávají součástí vzdělávání, slouží zejména k vyhledávání informací, při učení a zájmových činnostech. Slouží jako komunikační kanál, pomáhají hledat řešení zadaných úkolů, vyplňují dlouhé chvíle, mohou být nástrojem zábavy ve

volném čase nebo kompenzují nejistotu z přímého kontaktu s lidmi (Sieglová, 2019, s. 45).

Hlavním cílem práce je analyzovat, jakým způsobem je vybírán obsah pro prezentaci základní školy na internetu a jak je tato prezentace vnímána žáky a pedagogickými pracovníky školy.

V teoretické části bakalářské práce se budu zabývat internetovou prezentací základní školy. Konkrétně se budu zajímat o obsah statických webových stránek školy a obsah sdílený na sociálních sítích. Dále potom zásadami, hlavním cílem internetových stránek školy a současnými komunitními portály.

Empirická část práce je zaměřena na kvalitativní výzkum, který proběhl pomocí rozhovorů ve vybrané základní škole. Je zde vymezen výzkumný problém a cíl výzkumu, dále je popsáno, jak probíhal výběr výzkumného souboru, popis metod získávání a analýzy dat, popis průběhu sběru dat a závěrečné výsledky výzkumu, zohledněny jsou i etické aspekty výzkumu.

1. Škola jako vzdělávací instituce

Pojem škola je po celém světě velmi rozšířený, pro téměř každého z nás je škola vysoce důležitá. Denně se tak s tímto termínem setkáváme, pokaždé ale v jiné souvislosti. Najít jednotnou definici „školy“ nelze, ani v odborných pedagogických informačních dokumentech jí nenalezneme, protože není ještě pedagogikou vymezena.

Komplexní definice školy dle Průchy (2013, s. 390): *„škola je sociální instituce účelově vytvořená k realizaci svého základního úkolu – tj. k zajišťování řízené a systematické edukace. Tak jako jiné sociální instituce plní svá specifická poslání (např. armáda zajišťuje obranu země, ...), škola má jako své poslání realizaci různých edukačních funkcí. Edukační funkce školy je to, co ji odlišuje od jiných sociálních institucí, v nichž též probíhá edukace (např. od rodiny, ...).“*

Vzdělání má v pedagogice a didaktice dlouhou tradici, za vzdělaného člověka je dnes považován ten, který si osvojil vědomosti a dovednosti a chápe vztahy mezi poznatky. Má dovednost své vědomosti používat při řešení nových úkolů. Do vzdělávání patří i osvojení si hodnot morálních a estetických. Vytváříme si postoje k sobě samému, společnosti a ke světu, které se odráží na kritickém uvažování, praktických životních názorech a jednání. Vzdělání je výsledek určitých procesů, které se záměrně, soustavně a organizovaně rozvíjejí ve vyučování (Skalková, 2007, s. 28).

Školní prostředí, mimo rodinného prostředí, se podílí na vývoji a rozvoji lidského jedince. Na dítě jsou od začátku povinné školní docházky kladeny nové požadavky. Na rozdíl od rodinného prostředí je školní prostředí méně osobní a vyžaduje realizaci zadaných úkolů, kdy jejich nesplnění je doprovázeno sankcí či trestem. Účinnost školy závisí na její komunikaci. Předpoklad pro komunikaci je existence komunikačního vztahu mezi účastníky. Navazovat a udržovat komunikační vztah je vysoce náročný úkol (Gillernová & Krejčová, 2012, s. 16 – 21).

1.1. Online komunikace ve školním prostředí

Všechny lidské činnosti jsou zasaženy do ekonomického kontextu. Platí pro ně určitá pravidla a zásady marketingu. Z pohledu ekonomiky mají neziskové organizace v ekonomice nezastupitelnou roli, primárně nepřinášejí zisk a v různých odvětvích slouží k rozvoji společnosti. Jedná se o oblast školství a vzdělávání, sociální služby, justice, obranu státu, zdravotní péče, vědu a výzkum (Hejduková, Hommerová & Krechovská, 2018, s. 26 – 28).

Přikrylová (2019, s. 35) definuje marketing jako *„funkci firmy, která definuje cílové spotřebitele a hledá nejlepší cestu, jak uspokojit jejich potřeby a přání při optimální efektivnosti všech operací“*. Veřejnost chápe marketing většinou pouze jako reklamu, která slouží k propagaci určité služby nebo výrobku na trhu. Management firmy ale kombinuje různé marketingové nástroje orientované na cílový trh, jedná se o produkt (product), cenu (price), distribuci (place) a propagaci (promotion), tento soubor činností nazýváme marketingový mix, známý pod zkratkou 4P (tamtéž, 2019, s. 35 – 41).

Název práce napovídá, že se budeme soustředit zejména na čtvrtou složku marketingového mixu a to na propagaci. Propagaci chápeme jako určitou formu komunikace mezi firmou a zákazníkem. Obecně komunikace znamená předání informací od zdroje k příjemci. Karlíček (2016, s. 40) marketingovou komunikaci popisuje jako *„řízené informování a přesvědčování cílových skupin, s jehož pomocí naplňují firmy a další instituce své marketingové cíle“*. Marketingová komunikace respektuje různé principy. Sdělení by mělo cílovou skupinu zejména zaujmout, musí být správně pochopeno a musí umět cílovou skupinu přesvědčit, aby si např. daný produkt zakoupila (tamtéž, 2016, s. 100 – 103).

Marketing reaguje na rychle se měnící charakter i podstatu trhů. Nastaly technologické i společenské změny a marketing začal rozšiřovat jednotlivé nástroje a techniky o možnosti moderních komunikačních a

informačních technologií. Online reklamu chápeme jako neosobní formu propagace v online prostředí (Přikrylová, 2019, s. 649 – 654).

V dnešní době je vzdělávání velký byznys. Pokud to porovnáme s firmou, tak zákazníci firmy jsou pro danou organizaci stejně důležití, jako žáci školy pro školu. Každý nový žák přináší škole peníze, školy jsou podle toho financovány a proto je dobré svou online propagaci rozšířit o vlastní webové stránky, vytvoří se tak konkurenční výhoda. Na trhu existuje spousta základních škol a zákonní zástupci mají právo volby, do jaké školy jejich dítě přihlásí. Vzdělávací instituce tak musí *„v celém komplexu svých komunikačních aktivit umět identifikovat a předvídat, tím tak stimulovat a uspokojovat potřeby zákazníka“* (Dobeš a kol., 2012, s. 45).

2. Zásady prezentace vzdělávací instituce na internetu

Mezi základní činnosti vzdělávací instituce dle Mužíka (2001, s. 18) patří *„příprava produktů, se kterými vstupuje na trh.“* Podnik se snaží prosadit na trhu s cílem zvýšit prodejnost těchto produktů pomocí tří hlavních prvků a to je komunikační, prodejní a distribuční síla. Vzdělávací instituce se momentálně soustředí na nabízení služeb a produktů přes internet (tamtéž, 2001, s. 105 – 106).

Dnes je internetová prezentace škol soustředěna zejména na webové stránky. Podle Egera (2010, s. 19 – 20) je kvalita školních webových stránek v dnešní moderní době velmi důležitá. WWW stránky dané neziskové organizace jsou základní podmínkou pro uplatňování marketingu na internetu. Jedná se o jednoduchý a základní způsob, jak *„dát veřejnosti o sobě vědět“*. Už dávno je pryč doba, kdy webové stránky měly pouze podnikatelské subjekty a školy si tuto skutečnost dobře uvědomují. V praxi se už skoro nesetkáme se školou, která by neměla své internetové stránky.

Karlíček (2016, s. 888) uvádí tyto důležité zásady efektivních webových stránek:

- před tvorbou internetové prezentace určit primární funkci a cílovou skupinu,
- nabízet cílové skupině atraktivní a aktuální obsah,
- obsah musí být přesvědčivý a měl by naplňovat stanovený cíl instituce,
- web by měl být optimalizovaný pro internetové vyhledávače,
- web by měl být přehledný, logický, přístupný, intuitivní a uživatelsky přívětivý,
- web by měl mít estetický a grafický design.

Eger (2010, s. 20) uvádí následující zásady internetové prezentace školy:

- *„Dodržovat pravidla web designu a webové standardy;*
- *respektovat zásady jednotného vizuálního stylu;*
- *podpořit přístupnost webu;*
- *akceptovat variabilitu koncových platforem.“*

2.1. Webové standardy

Internet se nám neustále vyvíjí a proto bylo nutné vytvořit určité standardy při vyvíjení a programování webových stránek. Obsahují praktické doporučení pro návrh, programování a design webových stránek. Tyto standardy slouží k tomu, aby použitelnost internetových stránek byla co nejdelší a to jak pro starší verze, tak i pro nové budoucí webové prohlížeče. Každý dobrý web by dle Neumajera (2005, s. 30) měl *„používat moderní jazyk XHTML výhradně k definování logické struktury dokumentu. Jeho vzhled by měl být popsán pomocí CSS. Dokumenty XHTML by měly obsahovat pouze strukturovaný obsah, který je dobře čitelný a použitelný v jakémkoliv prohlížeči. Všechny příkazy formátování se z jazyka XHTML vyjímají a jsou umístěny pouze v CSS“*. Webové standardy zahrnují součinnost, použitelnost a přístupnost webových stránek.

Součinnost webových stránek vyžaduje předání veškerých informací o instituci, následné komunikaci s webmasterem a schvalování jednotlivých návrhů designu. Design je dnes velmi důležitý, první dojem dělá vše. Návštěvník musí jasně vědět, kde se nachází a co je aktuální. Grafika a její účelnost by měla vzbudit důvěru ve schopnosti instituce být moderní a kreativně myslet. Měla by být jednotná a čitelná napříč celým webem (Eger, 2010, s. 26). Vhodný grafický design by měl odpovídat estetickému vkusu cílové skupiny a měl by se lišit od konkurence. Jednotlivé prvky a funkcionality by měla návštěvníkovi umožnit, aby se dostal k požadovaným informacím co nejrychleji (Karlíček, 2016, s. 878).

Webové stránky musí být jeden konzistentní logický celek, aby se na nich návštěvníci neztráceli. Všechny stránky by měly být psané stejným čitelným písmem a měly by dodržovat stejný systém navigace. Dodržovat by se měly i již zaběhnuté konvekce, například logo se nachází v levém horním rohu a vyhledávání v pravém horním rohu. Významnou roli na internetových stránkách hraje tlačítko „homepage“, neboli místo (většinou úvodní strana), kam se návštěvník může jedním kliknutím vrátit. Slouží také k tomu, kdyby se návštěvník nějakým způsobem na stránkách ztratil. Odstavce a věty by měly být krátké, text by se měl rozdělit příslušnými nadpisy a musí být srozumitelný, gramaticky napsaný správně a stručný (Karlíček, 2016, s. 868 – 875).

Přístupnost webových stránek by měla být pro všechny uživatele, jedná se o umožnění zvětšení textu a nesmíme zapomenout na návštěvníky z mobilních telefonů. Webová stránka se na mobilním zařízení musí zobrazovat stejně čitelně a přehledně, jako na počítači. Jedná se buď o mobilní aplikace webových stránek nebo o mobilní verze internetových stránek, které jsou uzpůsobené pro obrazovky telefonů (Karlíček, 2016, s. 875 – 877). Přístupnost stránek neklade návštěvníkům při používání webu překážky, webmaster by

měl myslet i na uživatele, kteří používají pouze klávesnici. U státních a veřejných institucí je přístupnost téměř nutností (Neumajer, s. 34 – 38).

V realitě je často zapomínáno na handicapované návštěvníky webu. Handicapovaný může být ale pouze žák se zlomenou rukou nebo rodič se zhoršeným zrakem a instituce by měli při tvorbě webových stránek na tuto skutečnost brát ohledy a umožnit všem uživatelům bezproblémové vnímání obsahu (Příkrylová, 2019, s. 701 – 702). Přístupnost textu musí být dle zákona č. 365/2000 Sb., *o informačních systémech veřejné správy* a vyhlášky o přístupnosti č. 64/2008 Sb., *o přístupnosti* přizpůsobena i pro zdravotně postižené (Eger, 2010, s. 23).

2.1.1. Cílová skupina návštěvníků

Každá prezentace musí mít již od začátku jasně stanoveno, pro koho je určena. Když vytváříme webovou stránku, je dobré se vžít do očí cílového čtenáře, který bude stránku navštěvovat. Tímto lze obsah a forma webu uzpůsobit na míru. Zaujmout cílovou skupinu je v dnešní době jeden z nejtěžších úkolů. Každá škola se snaží své návštěvníky přesvědčit o svých největších přednostech (Karlíček, 2018, s. 986 – 987).

Neumajer (2005, s. 10) uvádí následující cílové skupiny na které může být školní internetová prezentace zaměřena:

- žáky/studenty a jejich zákonné zástupce,
- uchazeče a jejich zákonné zástupce,
- pedagogy,
- náhodný návštěvník stránky,
- sponzory,
- zřizovatele, MŠMT, ČŠI, kontrolní orgány,
- jiné školy,
- sociální partnery.

Nelze se zaměřit na všechny cílové skupiny návštěvníků webových stránek. Každá škola by si měla zvolit své základní priority na koho se zaměří. Některé cílové skupiny nejsou pro management škol zásadní a školy je tolik nepodporují. Nejdůležitější cílovou skupinou pro základní školy jsou současní žáci a jejich zákonní zástupci, zákonní zástupci uchazečů a pedagogové. Níže rozeberu pouze ty nejdůležitější skupiny.

Zákonný zástupce, neboli rodič žáka, patří mezi nejdůležitější cílovou skupinu návštěvníků webových stránek základní školy. Rodiče na webových stránkách hledají zejména informace, které jim dítě doma neřekne. Jedná se zejména o organizaci školního roku, fotografie z různých akcí školy, dokumenty školy (uvolnění z tělesné výchovy, školní řád, aj.), kontakty pro komunikaci se školou, jídelníček, informace o dění ve škole a v dnešní elektronické době už i známky svého dítěte a domácí úkoly. V covidové době, kdy školy byly zavřené, rodiče hledali zejména informace k distanční výuce.

Žáci jsou v dnešní době připojeni k internetu téměř nonstop. Připojit se k internetu dokáží vždy a všude, ať už pomocí mobilních dat nebo doma či v knihovně. Škola by bez svých žáků nefungovala a proto je na ně potřeba myslet i při tvorbě webových stránek. Každý žák školy by se v průběhu své nepřítomnosti, např. kvůli nemoci, měl dozvědět, co se ve škole dělo. Důležité je na stránkách školy uvádět zejména plán aktivit školy, tedy co žáky v blízké době čeká, kontakty na pedagogy v případě domluvy individuálních konzultací apod., jídelníček, učební plány, domácí úkoly a školní/žakovský parlament. Webové stránky školy mohou pro žáky sloužit i jako místo, kde jsou prezentovány jejich činnosti.

Zákonní zástupci uchazečů jsou pro školy nepostradatelná cílová skupina. Zejména u základních škol je právě rodič ten, který rozhodne, kam jeho dítě do školy nastoupí. Pro rodiče budoucích žáků je důležité na stránkách školy najít zejména informace o dnech otevřených dveří, informace

k zápisu dětí, výsledky zápisu, školní vzdělávací program, kontakty a činnost školy.

Pedagogický pracovník (učitel) na stránkách školy hledá zejména informace o své třídě. Webové stránky mohou učitelům sloužit jako možnost komunikace se zákonnými zástupci žáků a i s žáky. Učitel při návštěvě webových stránek školy se chce dozvědět něco víc o činnostech jiných tříd a vyžaduje na stránkách školy zveřejňovat učební materiály a pracovní listy.

Náhodný návštěvník stránky navštíví webové stránky školy např. za účelem spolupráce. Na stránkách vyhledává zejména kontakt na konkrétní osoby (ředitel, zástupce ředitele), základní informace o škole a volná pracovní místa.

2.2. Obsah školní internetové prezentace

Internetové stránky musí cílovou skupinu zaujmout v první řadě svým obsahem. Atraktivní obsah je to, co návštěvníky motivuje k navštívení stránky. Zároveň musí splňovat komunikační a marketingové cíle instituce, cílová skupina by webové stránky měla snadno vyhledat a orientovat se na nich. Kvalitní a atraktivní obsah je považován za to nejdůležitější, protože to je to, za čím se návštěvníci na stránky vracejí (Karlíček, 2016, s. 837 – 843).

Při vytváření školního webu bychom si měli jasně stanovit, co budeme na stránkách sdílet. Neumajer (2005, s. 13) uvádí, že co škola na své internetové prezentaci bude sdílet „*by mělo být dáno rámcem cílové skupiny a možností autorů vytvářet atraktivní obsah*“. Dobrý školní web nemusí být tvořený pouze jako informační zdroj, ale může sloužit jako otevřená platforma pro výměnu názorů. Otevřený web názorům rodičů a žáků je skvělý způsob pro zajištění velké návštěvnosti a dobré reklamy (tamtéž, 2005, s. 13 – 14).

Na webových stránkách by podle Egera (2010, s. 22) nemělo chybět:

- představení organizace: obecné informace, poslání, vize;

- kontakty s úplnou adresou pro korespondenci, emaily na kontaktní osoby a telefonní čísla;
- novinky, aktuality: záznamy z různých akcí.

Každá škola své stránky tvoří podle sebe, podle svého vkusu, považují za důležité jiné informace, proto se na některých stránkách dozvíme více a na některých méně informací. Existují školní weby tvořené pouze jednou stránkou, kde najdeme jen základní informace o škole (název školy, kontakt, adresa, studijní obory). A potom jsou tu více obsáhlé školní weby, které obsahují více stránek a tím i více informací o škole (akce, rozvrh hodin, školní dokumenty, fotogalerie, aj.).

Obsah je z části ovlivněn platnou legislativou a to zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím. Kromě názvu, důvodu a způsobu založení dle zákona musí subjekty, umožňující dálkový přístup na webových stránkách školy, zveřejňovat kontakty, organizační strukturu, žádosti a informace, předpisy a dokumenty do kterých patří zřizovací listina školy, výroční zpráva, rozpočet, školní řád a znění školního vzdělávacího programu. Obsah je dále dán ale i zájmem školy a jejich prioritami. Školy kladou různá kritéria při výběru obsahu na jejich školní webové stránky, prostřednictvím kterých se prezentují.

Na internetu nalezneme spoustu školních webů, jedná se o weby moderní, pravidelně aktualizované, které si autora získají už od pohledu. Najdeme ale i ty, které už nikdo neaktualizuje, nemodernizuje a jsou tak považovány za „mrtvé“. Tyto zastaralé weby pak dané škole vytváří špatnou vizitku, jelikož působí na autora negativním dojmem. Pokud tedy chceme mít atraktivní školní web, jeho aktualizace by měla být co nejčastější. Neumajer (2005, s. 22 – 23) uvádí, že by „na stránkách školy měla být zřetelně vidět poslední aktualizace a každý nový příspěvek by měl být uvedený s datem, kdy byl zveřejněn“. Nové informace a okamžiky by se měly na internetovou prezentaci umístit ihned. Neustále se ve školách děje něco nového a je dobré tyto aktivity stručně

na webu zveřejňovat. Průběžná aktualizace webových stránek by měla být delegována na kompetentního pracovníka. Pravidelně dodávaný obsah motivuje návštěvníky k další návštěvě stránek (Karlíček, 2016, s. 843 – 844).

Informace by měli být cílovou skupinou získávány v souladu se zákonem a s pravidly etiky. Nedodržení těchto pravidel je považováno za hrubé porušení a jedná se o nelegální nebo nevhodný obsah (Kovářová, 2019, s. 15).

2.3. Relevantní legislativní rámec

Následující kapitola poukazuje na několik právních předpisů a ministerských nařízení, které jsou při internetové prezentaci školy důležité.

2.3.1. Autorský zákon

Zákon č. 121/2000 Sb., *o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů*, dále jen jako autorský zákon.

Ve školním prostředí je autorský zákon velmi důležitý, protože při neoprávněném zveřejnění některých autorských děl může škola dostat občanskoprávní postih, v krajním případě trestněprávní nebo správní postih. Školy v praxi využívají zejména § 31 *o bezúplatné zákonné licenci*. Užití školního díla upravuje § 35. Jedná se o díla, která „*vytvořili studenti pro splnění školních či studijních povinností. Škola je může užívat i bez jejich souhlasu, ale pouze nevydělečně a jen ke své vnitřní potřebě. Musí zveřejnit autora, název a pramen*“. V praxi to znamená, že pokud chce škola zveřejnit autorské díla na školním webu, musí mít nejlépe písemné povolení od autorů a to buď od studenta staršího 18 let nebo zákonného zástupce dítěte. Na webu pak musí být u daného díla uveden autor a název díla (Neumajer, 2005, s. 105 – 106).

2.3.2. Ochrana soukromí

Školní webová stránka je veřejná, tím i jednoduše přístupná pro všechny, a je možné, že návštěvníci stránky nebudou vždy jen potenciální zájemci o vzdělávání, zákonní zástupci, žáci, pedagogové a podobně. Mezi ně se mohou řadit i deviantní jedinci s pedofilními sklony. Je třeba při sdílení citlivých informací dávat pozor na to, že zneužití uvedené informace na internetových stránkách může kdokoliv (Neumajer, 2005, s. 108 – 110). Důležité je si uvědomit, že každý z nás, včetně dětí, máme ze zákona právo na ochranu své osobnosti. Fotografie zveřejněné na internetových stránkách školy by tak měly být v souladu s občanským zákoníkem.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, hovoří v § 89 tak, že „podobizna nebo zvukový či obrazový záznam se mohou bez svolení člověka také pořídit nebo použít přiměřeným způsobem též k vědeckému nebo uměleckému účelu a pro tiskové, rozhlasové, televizní nebo obdobné zpravodajství“. Nesmí být ale využito nepřiměřeným způsobem v rozporu s oprávněnými zájmy člověka (Ryšávková a kol., 2014, s. 158 – 163).

Bezpečný školní web, který dodržuje autorská práva a nevystavuje žáky nebezpečí, by měl být pro školy prioritou. Webmaster by měl mít v tomto směru rovnováhu a přistupovat k tomu s obezřetností a respektem. Neumajer (2005, s. 110) uvádí následující hlavní zásady bezpečného webu:

- chránit soukromí žáků;
- nezveřejňovat fotografie se jmény;
- dbát na vhodné pojmenování obrázků;
- vyžádat si souhlas od rodičů;
- upřednostňovat hromadné fotografie před portréty;
- kontrolovat odkazy a reklamy;
- vést žáky ke správnému chování na síti.

2.3.3. Svobodný přístup k informacím

Instituce jsou nuceny zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím zveřejňovat informace, které mají být veřejně přístupné. Dle § 2 odst. 1 jsou školy povinnými subjekty, které za stanovených podmínek musí poskytovat informace vztahující se k jejich působnosti. Důležitý je zde zejména § 4, který nám říká, že „povinné subjekty poskytují informace žadateli na základě žádosti nebo zveřejněním“. Samotné zveřejňování je vymezeno v § 5.

Neumajer (2005, s. 111) uvádí následující informace, které by měli být na všeobecně přístupném místě zveřejněny:

- *„důvod a způsob založení povinného subjektu, vč. podmínek a principů, za kterých provozuje svoji činnost,*
- *popis organizační struktury, místo a způsob, jak získat příslušné informace, kde lze podat žádost či stížnost, předložit návrh, podnět či jiné dožádání anebo obdržet rozhodnutí,*
- *místo, lhůtu a způsob, kde lze podat opravný prostředek proti rozhodnutí povinného subjektu, a to vč. výslovného uvedení požadavků, které jsou v této souvislosti kladeny na žadatele, jakož i popis postupů a pravidel, která je třeba dodržovat při těchto činnostech, a název příslušného formuláře a způsob a místo, kde lze takový formulář získat,*
- *postup, který musí povinný subjekt dodržovat při vyřizování všech žádostí, návrhů i jiných dožádání občanů, a to vč. příslušných lhůt, které je třeba dodržovat;*
- *přehled nejdůležitějších předpisů, podle nichž povinný subjekt zejména jedná a rozhoduje, které stanovují právo žádat informace a povinnost poskytovat informace a které upravují další práva občanů ve vztahu k povinnému subjektu, a to vč. informace, kde a kdy jsou tyto předpisy poskytnuty k nahlédnutí,*
- *sazebník úhrad za poskytování informací,*

- *výroční zprávu za předcházející kalendářní rok o své činnosti v oblasti poskytování informací“.*

3. Hlavní cíl internetových stránek vzdělávací instituce

Online komunikace je propojena s disciplínami komunikačního mixu. Plní plno funkcí, jedná se o zavádění nové produktové kategorie, zvyšování povědomí o stávajících produktech, posilování image, pověsti a komunikaci s cílovými skupinami. Nejdůležitějším online komunikačním kanálem jsou internetové stránky a popularitu si získávají i sociální média (Karlíček, 2016, s. 829 – 837).

Neumajer (2005, s. 8) uvádí následující důvody, proč by webové stránky mohly být pro progresivní školu zajímavé:

- *„Představují samotnou školu (zaměření školy, profil absolventa, nabídku volitelných kroužků a vzdělávacích předmětů, pedagogické zázemí, ...);*
- *informují rodiče o organizaci školního roku a veškeré důležité termíny, kontakty, sdělení a aktuality lze jednoduše převést do podoby webové stránky;*
- *umožňují zákonným zástupcům žáků přístup ke klasifikaci a výsledkům práce svých dětí, rozvrhu, změnám suplování atd.;*
- *prohlubují komunikaci s žáky a rodiči (nástěnky, diskusní fóra);*
- *zprostředkovávají přijímací řízení pro nové žáky, mohou obsahovat ukázky příkladů z minulých let;*
- *informují o formách a výsledcích výchovně-vzdělávacího procesu školy, mohou obsahovat plné znění inspekčních zpráv konaných Českou školní inspekcí, výsledky nezávislé evaluace;*
- *slouží jako výkladní skříň prací žáků, na webu mohou být vystaveny práce dětí (básničky, výkresy);*

- *zprostředkovávají administraci soutěže, kterou škola na obvodní nebo krajské úrovni organizuje (přihlášky, pravidla a výsledky soutěží);*
- *dělají reklamu doplňkové činnosti školy (pronájem tělocvičny, počítačové učebny, jídelny, vaření obědů, ...);*
- *tvoří platformu pro spolupráci s partnerskými školami.“*

Není potřeba splnit všechny výše uvedené cíle. Každá škola by si měla na začátku své tvorby webových stránek vytvořit marketingový plán, který bude specifikovat jednotlivé kroky vývoje. Měla by pečlivě analyzovat a definovat své cíle, určit cílové skupiny uživatelů a analyzovat konkurenci (Eger, 2010, s. 21). Výhodou vlastních internetových stránek je, že je instituce mohou plně kontrolovat a ovlivňovat (Přikrylová, 2019, s. 697).

Webové stránky obecně plní mnoho funkcí. Umožňují přímý prodej, jsou interaktivní, přizpůsobují obsah i formu konkrétnímu návštěvníkovi a je zde měřitelná jejich efektivita. Můžeme je tak považovat za nástroj direct marketingu. Jako další hlavní funkcí je posilování image značky a komunikace s cílovými návštěvníky stránky (Karlíček, 2016, s. 838 – 840).

Bednář (2011, s. 182) uvádí následující obecná platná pravidla komunikace, která nám zlepší komunikaci s našimi návštěvníky, fanoušky a následovníky:

- vždy se snažme být věcní,
- vždy musíme být slušní,
- hovořme tak, aby nám publikum rozumělo,
- nikoho neurážejme a nenechejme se od nikoho urážet,
- neutíkejme od rozdělané práce.

3.1. Statické a dynamické webové stránky

Webové stránky školy mohou být tvořeny jako statické, tedy autorem stránek nebo jako dynamické, které se řídí požadavky návštěvníka. Statické i

dynamické weby jsou tvořeny webovou stránkou, která se zobrazuje návštěvníkovi. Tyto dva typy webových stránek se zásadně liší tím, jak jsou tvořené (Neumajer, 2005, s. 118).

Způsob, jak jednoduše vytvořit finančně nenáročné školní webové stránky, se za poslední roky posunul dopředu. Dříve se stránky tvořily pomocí komerčního softwaru např. Microsoft FrontPage nebo pomocí programů, které jsou dostupné zdarma např. Mozilla Composer, SeaMonkey. Stránky byly umísťovány na školní server nebo se využíval webhosting (Neumajer, 2010).

Internetové stránky v počátcích rozvoje internetu byly zejména statického původu. Statické webové stránky nezajišťují žádnou interaktivitu mezi uživatelem a serverem a stránky slouží zejména pro prezentaci daných informací. Tyto stránky v minulosti sloužily zejména ke sdílení vědeckých výzkumů mezi univerzitami v podobě statických prezentací.

Statické webové stránky jsou tvořeny pouze jedním dokumentem, kterým je tvořena každá stránka na webu, ve stejné podobě je předkládána návštěvníkům webu a bez ruční editace se tak nic nezmění (Neumajer, 2005, s. 118). Pokud chceme provést změnu webové stránky, musí se dokument ručně editovat a poté nahrát zpět na server, tím se nahradí stávající dokument. Statický web nemá vlastní kódování a dynamické funkce. Nevyžaduje žádné skriptování na straně serveru, pouze na straně klienta, například HTML a CSS.

Statické webové stránky jsou levnější, než dynamické a uplatní je zejména ti, kteří často neaktualizují svůj obsah.

Dynamické stránky začaly vznikat s dalším rozvojem WWW (World Wide Web) a internetu. WWW můžeme chápat jako celosvětovou pavučinu, která propojuje hypertextové dokumenty (Procházka, 2011, s. 27).

Dynamické webové stránky oproti statickým webovým stránkám poskytují interaktivitu mezi uživatelem a serverem. Na základě požadavků uživatelů je generován obsah stránek. Všechny data se ukládají do databáze,

jsou vytvářeny ještě pomocí skriptovacího jazyka a zobrazují se uživatelům až když o ně sám žádá. Obsah stačí změnit přidáním dat do databáze nebo úpravou. Někdy se může jednat o dynamické webové stránky, které jsou komplexní CMS systém (Content Management Systems) nebo se může jednat o statické stránky, které využívají dynamické prvky (Neumajer, 2005, s. 118).

Strejček (2010) uvádí, že *„interaktivita je vedle obsahu, designu, zabezpečení a legislativní korektnosti publikovaných informací jedním z důležitých kritérií posuzování kvality školních webů“*.

3.2. Redakční a publikační systémy

Další z možností tvorby školní webové stránky je nainstalovat na školním serveru redakční a publikační systém. Redakční systémy jsou *„systémy založené na databázi, které umožňují celému týmu lidí sdílet informace přesně definovaným způsobem“* (Neumajer, 2005, s. 117). Systémy jsou dostupné většinou zdarma a už je většina v češtině.

Redakční a publikační systémy spadají pod CMS systémy, které spravují obsah a umožňují tak autorům textů přenést pozornost z formy na obsah. Jejich výhodou je, že na vytváření webu se může podílet více autorů, oddělují nastavení vzhledu a tvorbu obsahu, takže se autoři soustředí pouze na obsah a nemusí se strachovat, že nesprávným zásahem změní vzhled webové stránky školy (Neumajer, 2010). Všichni tvůrci školního webu mají určitou roli. Jedná se o např. roli redaktora, korektora, šéfredaktora a grafika. Do uživatelské role redaktora patří učitelé a vybraní žáci či rodiče školy, kteří texty na webovou stránku vytvářejí. Korektor je většinou učitel českého jazyka, který všechny články před jejich zveřejněním opraví. Šéfredaktor je typicky ředitel, ten před zveřejněním musí každý článek odsouhlasit. Grafik, jak už z názvu vypovídá, je zodpovědný za vzhled webu (Neumajer, 2005, s. 117 – 119).

Velkou výhodou redakčních a publikačních systémů je jejich modularita. Všechny stránky na webu jsou tvořeny z tzv. modulů nebo také nazývaných bloků. Každý modul má svůj úkol. Kvalitní systémy umožňují sestavit web jen z těch modulů, o které má tvůrce webu zájem. Nejčastěji se používá modul aktuality, newsletter, diskuzní fórum, náhodný text (citát, motto, ...), online diskuze, rozcestník, reklama aj. Mezi nejznámější školské weby patří Česká škola, která je tvořena pokročilejším modulárním redakčním systémem (tamtéž, 2005, s. 119 – 120).

Tematická zpráva České školní inspekce (dále jen ČŠI) uvádí, že „99% velkých základních škol nad 150 žáků a 93,9% malých ZŠ, zapsaných ve školském rejstříku, provozuje vlastní webové stránky, a to většinou prostřednictvím některého redakčního systému poskytovaného zdarma“ (Tematická zpráva ČŠI, 2017).

4. Současné komunitní portály

Komunitní portály poskytují informace konkrétním uživatelům. Školy komunitní portály využívají zejména pro svou propagaci a komunikaci s cílovými skupinami. ČŠI uvádí, že „rozsah a úroveň elektronické komunikace, která významně urychluje předávání informací rodičům i dalším partnerům, jsou závislé na technickém vybavení školy, její schopnosti obnovy zařízení i programů a na zabezpečení chodu těchto prostředků odborným pracovníkem – koordinátorem/metodikem ICT“ (Tematická zpráva ČŠI, 2017).

4.1. Web 2.0

Pojem Web 2.0 považujeme za vývojový krok, který rozšiřuje funkcionalitu a sociální pojetí webové služby. Díky jeho funkcionalitě se zvyšuje návštěvnost na internetových stránkách, zlepšují se výsledky ve vyhledávacích a vytváří se stálá komunita (Novotný, 2009). Pokrokem v jeho vývoji byl také vznik WWW.

Web 2.0 nemá oficiální definici. Mašek (2009) uvádí, že se jedná o „soubor principů, kde prvním a základním prvkem je web jako platforma. Bez této platformy by Web 2.0 nikdy nemohl existovat“. Zásadní vlastnost Webu 2.0 je „společné sdílení informací mezi uživateli konkrétní služby v dané komunitě“. Moderní technologie změnily společnost a tím se musela změnit i škola. Bez digitálních technologií by Web 2.0 nemohl fungovat. Web 2.0 se stal i významnou součástí vzdělávání, žáci si dokáží dohledat detaily o probírané látce téměř okamžitě, stačí jim použít pouze např. mobilní zařízení. Mezi nejvýznamnější projekt Webu 2.0, který souvisí se vzděláváním, patří Moodle (tamtéž, 2009).

Komunitní server Web 2.0 podporuje interakci mezi uživateli, komunikaci a nové technologie. Uživatelé se podílí na vytváření obsahu a sdílení informací, podporuje se tak spolupráce mezi uživateli. Pod tímto pojmem si můžeme představit blog, wiki, chat a sociální sítě (Pokorný, 2010).

4.2. Sociální síť

Sociální sítě jsou v současné době velmi trendová záležitost a staly se všeobecnou komunikační platformou. Můžeme je definovat jako „skupinu sociálních vztahů mezi aktéry, které je vzájemně propojují“ (Burian, 2012, s. 22). Většina obsahu je vytvořena samotnými uživateli, základem jsou vztahy mezi uživateli a jejich vzájemné komentáře, odkazy a hodnocení. Provozovatel serveru vstupuje do provozu minimálně (Bednář, 2011, s. 7 – 10). Eger (2010, s. 52) uvádí, že sociální sítě „jsou charakteristická tím, že jejich uživatelé mohou editovat obsah, tzn. mohou vytvářet specifické profily a skupiny, zakládat nové události nebo například komentovat příspěvky ostatních uživatelů“. Uživatelé sociálních sítí se chtějí na internetu naučit něco nového, ovlivnit ostatní, poznávat nové lidi se stejnými zájmy a samozřejmě hledají také zábavu.

Dnes jsou sociální sítě využívány zejména k mezilidské interakci ve virtuálním světě a také ke komunikaci. Velký úspěch mají tyto služby u dětí, kteří na nich tráví spoustu volného času. Dospívajícím internet dává společné téma. Šmahel (2003, s. 121) uvádí, že se dospívající „schází ve virtuální realitě v určité komunitě, která je speciální svým tématem a zaměřením. Toto téma internetu se nezřídka stává společným atributem komunikujících v rámci této skupiny“.

Sociální sítě fungují pomocí zpětné vazby a postupně integrují. Uživatelé na sociálních sítích vystupují mnohdy pod svou identitou a vytváří si virtuální vazby mezi sebou. Mnozí uživatelé na internetu si myslí, že si můžou psát cokoli se jim zalíbí, aniž by za svá slova nesli zodpovědnost, to ale již není pravda. Dnes už sociální sítě využívají reálnou identitu uživatelů a tak se mnozí s jejich názory brzdí, protože to v nich vyvolává pocit zodpovědnosti za své výroky (Bednář, 2011, s. 170).

V reálném životě máme uložený fyzický záznam o naší identitě v podobě občanského průkazu, pasu, rodného listu a podobně. Ve virtuálním světě se jedná o naši emailovou adresu, která je někde uchována a uložena. Adresa nás ve virtuálním prostředí určitým způsobem reprezentuje. Virtuální identita je to, co my sami ve virtuální reprezentaci přisuzujeme. Virtuální reprezentace může být různá, můžeme se pokusit ztotožnit s naší reálnou identitou – naše skutečná osobnost. Lze zde vložit i méně vědomý aspekt sebe sama a to sebe jako osobu opačného pohlaví, osobu vysoce komunikativní, agresivního jedince, osobu výrazně mladší či starší a podobně. Internet nám nabízí možnost hrát roli svého alternativního já pomocí tzv. „chatů“ a jiných nástrojů. Virtuální realita podporuje multiplicitu, kterou známe z běžného života. V reálném životě jsme například v roli studentky, manželky a matky a tyto oddělené role jsou propojené s naším fyzickým já. Naopak virtuální osobnosti nejsou nijak prostorově propojeny (Šmahel, 2003, s. 39 – 48).

Dospívající hledají svou novou identitu, vztahy a skupiny a separují se tak od rodičů a rodiny. Snaží se dělat vše podle sebe a chtějí být nezávislími

jedinci. Na internetu adolescenti naleznou neomezený počet lidí a skupin se kterými mohou komunikovat, tím se zlepšuje jejich sociální dovednost, protože komunikují s širokou sortou lidí, jelikož na internetu potkávají lidi různého věku a kulturního zázemí. Navazují tak nové intimní vztahy a nachází ty skupiny, ve kterých mají pocit, že do nich patří. Internet je pro ně vzrušujícím místem, kde mohou naplnit své potřeby (tamtéž, 2003, s. 50 – 52).

Pro zvýšení efektivity je nejlepší řešení propojit tradiční webové stránky s prezentací na sociálních sítích. Pomocí webových stránek získáme uživatele, kteří se přes web dostanou na sociální síť. Na sociálních sítích uživatelé získají informace méně tradičním kanálem a použijeme je tak k pokročilé práci uživatelů s webem. Tyto dvě metody využití sociální sítě jsou postaveny na vzájemném posilování a odkazování. Web a sociální síť je rozlišná komunikační platforma, ale jejich propojením získáváme návštěvníky pro obě komunikační platformy. Efektivní integrace by neměla skončit pouze na propojení těchto komunikačních nástrojů a aby jedna síť mechanicky přebírala obsah publikovaný na druhé síti (Bednář, 2011, s. 64 – 66).

4.2.1. Facebook

Facebook patří mezi nejznámější a nejvíce rozšířené sociální sítě po celém světě, vč. České republiky a mají nejširší uživatelskou základnu (Pospíšilová, 2017, s. 10). Rozšířit internetovou prezentaci školy na sociální síti Facebook je v dnešní době velmi efektivní. Facebook je největší sociální síť na světě, kterou využívá zhruba 2,5 miliardy uživatelů. V České republice platformu Facebook využívá každý měsíc cca 5,5 milionu lidí, to je z celkové populace více, než polovina (Holzman, 2020).

Platforma Facebook nabízí několik možností, jak se instituce, organizace nebo jedinec může prezentovat a komunikovat s cílovou skupinou v prostředí internetu. Základním komunikačním prostředkem Facebooku je

profil, skupina, stránka a aplikace. Uživatelé skrze jejich profily uzavírají virtuální přátelství a stávají se fanoušky různých stránek. Fotografie majitele účtu podpoří důvěryhodnost profilu (Bednář, 2011, s. 34 – 35). Stránky určité instituce slouží pro sdělování důležitých informací, nabízení služeb či produktu, propagaci a aktualizaci novinek. Řídí jí provozovatel a fanoušci stránky jsou v podřízené pozici (tamtéž, 2011, s. 37).

Mezi nejpodstatnější část Facebooku patří tzv. „zeď“, která je společná pro uživatele, kteří spolu uzavřou přátelství. Na zeď si uživatelé mohou psát své pocity, vkládat své fotografie, videa a různé odkazy, označovat do nich své přátele a místa. Všechny příspěvky se zobrazují přátelům a ti je potom mohou komentovat a dávat „to se mi líbí“, či jiné reakce „to mě mrzí, to mě štve“ aj. Uživatelé Facebooku využívají i oficiální aplikace, které umožňují soukromě komunikovat pomocí tzv. „chatů“ se svými přáteli (Pavlíček, 2010, s. 138 – 139). Všechny aktivity provedené na Facebooku by se měly provázat s firemním webem a navázat na marketingové aktivity (Janouch, 2010, s. 248).

4.2.2. Instagram

Sociální síť Instagram je založená na fotografiích, videích, obrázcích a samozřejmě na komunitě. Uživatelé své fotografie mohou pořizovat, upravovat pomocí editačních nástrojů, vylepšovat pomocí různých filtrů, které Instagram nabízí, sdílet i na jiná propojené sociální sítě a tagovat je (Linachke, 2011, s. 8). Pod fotografií lze napsat jakýkoliv text, přidat hashtag (nebo-li klíčové slovo), označit placenou reklamu nebo místo, kde se fotografie nachází. Lze tak fotografie nebo videa pořizovat po celém světě a ihned je sdílet se svými fanoušky.

Oproti platformě Facebook, který byl v jeho počátcích vytvořený pro stolní počítače, je Instagram vyvinutý zejména pro mobilní zařízení a je pro ně přizpůsobený už od jeho začátku. Ostatní platformy museli vývojáři pro

mobilní telefony přizpůsobit. Původně byl Instagram vytvořen jen pro značku Apple a jejich zařízení iPhone a iPad. Později díky své oblíbenosti u uživatelů byla platforma dostupná i pro uživatele využívající operační systém Android. Instagram se postupem času rozšířil i na webové stránky, ale na nich uživatel nemůže sociální síť využívat v plném rozsahu, protože zde nelze vytvářet příběhy aj. (Miles, 2014, s. 3 – 7).

Uživatelský profil, stejně jako u platformy Facebook, je důležitá součást prezentace na sociální síti. Hampl (2015) uvádí, že uživatelské jméno by mělo být jednoduché a stručné. U škol je to tedy samotný název školy, např. @zsnovatrida, aby nás uživatelé jednoduše našli. Jméno a popis by měl být opět jednoduchý a výstižný. Instagram nabízí propojení různých sociálních sítí, lze tedy propojit s platformou Facebook a vybrané příspěvky se budou sdílet i tam. Do odkazu na webové stránky přidat webovou stránku školy, abychom podpořili jejich návštěvnost a stačí už tvořit atraktivní obsah pro své fanoušky.

Komunikovat s fanoušky lze i přes Instagram Direct, který byl přidán v roce 2013. Přes direct se dají posílat fotografie vybraným uživatelům a naopak. Od roku 2017 lze posílat i zprávy (Instagram: Press news, 2017).

4.3. Webová stránka školy v systému InspIS PORTÁL

Česká školní inspekce (dále jen ČŠI) vytvořila informační systém InspIS PORTÁL, který plní roli multifunkčního webového portálu. Umožňuje školám a školským zařízením zapsaným ve školském rejstříku veřejně publikovat komplexní informace o jejich činnostech.

Prostřednictvím tohoto systému může veřejnost vyhledávat školy podle zadaných kritérií a parametrů. Systém nabízí základní údaje, jako je velikost školy, počet žáků, dopravní dostupnost, termíny zápisů, bezbariérovost apod., ale i specifické vybavení odborných učeben, způsob

hodnocení dětí a žáků v konkrétní škole, informace o zájmových činnostech, využívání alternativních metod výuky, výuce cizích jazyků, výroční zprávy a další.

Portál od ČŠI školám umožňuje tvořit a spravovat vlastní webovou stránku pomocí velmi jednoduchého redakčního systému, přičemž celý provoz vč. zajištění webhostingu a zvolené internetové adresy je pro školy zcela zdarma.

5. Metodologie výzkumu

Následující kapitola seznamuje s výzkumným problémem, cílem výzkumu, s výběrem výzkumného vzorku, etickými aspekty, průběhem sběru dat a popisuje vybrané metody a postupy, které byly určeny pro tento výzkum. Dále obsahuje závěrečnou zprávu.

Empirická část bakalářské práce byla koncipována do kvalitativního výzkumu, výzkumným designem bude případová studie. Jednotkou případové studie je konkrétní případ, nebo-li hlavní předmět zkoumání, zde se jedná o vybranou základní školu. Šafránková (2019, s. 451) popisuje kvalitativní výzkum následovně: *„kvalitativně orientovaný výzkum uvádí svá zjištění v nečíselné podobě, popisuje jevy a procesy tak, aby se z nich neztratil člověk. Více, než čísel, si cení významů, komunikace a přirozených prostředí kolem nás. Zkoumá malé skupiny jevů a jejich jedinečnost“*.

Švaříček & Šedová (2010, s. 97) uvádí, že případová studie *„je empirickým designem, jehož smyslem je velmi podrobné zkoumání a porozumění jednomu nebo několika málo případů. Adjektivum empirický naznačuje klíčovou charakteristiku, kdy základem případového šetření musí být sběr skutečných dat vztahujících se k objektu výzkumu“*. Případem může být osoba, skupiny osob, procesy, události nebo instituce. Badatel se pohybuje v přirozeném prostředí zkoumaného objektu (tamtéž, 2010, s. 98 – 99).

Jednotlivé kroky případové studie podle Švaříčka & Šedové (2010, s. 107 – 108) jsou následující:

- určení výzkumného problému a definování výzkumných otázek,
- výběr zkoumaného případu,
- definování etických kritérií výzkumu případu,
- sběr dat,
- analýza a interpretace dat,
- vytvoření výzkumné zprávy o případové studii.

5.1. Vymezení výzkumného problému a cíl výzkumu

Práce je zaměřena na internetovou prezentaci konkrétní základní školy. Daná škola bude dále uváděna jako ZŠ XY z důvodu anonymizace dat. Každá škola si své vlastní školní stránky spravuje jinak a ZŠ XY, kde byl proveden výzkum, s nimi dlouhodobě není spokojená a snaží se je zlepšit, aby se mohli vyrovnat konkurenci. Autorku práce zajímalo, jak jsou žáci a pedagogičtí pracovníci s jejich stránky školy spokojeni a jaké mají návyky na školních stránkách a celkově na internetu. Hlavním cílem výzkumu bylo tedy zjistit, jakým způsobem žáci a pedagogičtí pracovníci vnímají prezentaci školy navenek.

Základní výzkumná otázka byla nastavena následovně:

„Jak je vybraný obsah internetové prezentace základní školy vnímán pedagogickými pracovníky a žáky školy?“

Výzkumná otázka byla ještě rozdělena do několika podotázek:

- Jakým způsobem žáci školy využívají internet?
- Jakým způsobem žáci školy využívají stránky školy?
- Jakým způsobem pedagogičtí pracovníci školy využívají stránky školy?
- Jak žáci a pedagogičtí pracovníci školy hodnotí stránky školy?
- Co by měla školní stránka obsahovat, aby uspokojila požadavky žáků a pedagogických pracovníků školy?
- Dokáží se žáci a pedagogičtí pracovníci identifikovat se školou?
- Jsou žáci a pedagogičtí pracovníci zapojováni do tvorby obsahu školních webových stránek?
- Jaký je způsob tvorby školních webových stránek?

5.2. Výběr výzkumného souboru

Kvalitativní výzkum je zaměřený na žáky a pedagogy základní školy. Volba základní školy vycházela ze tří předpokladů:

1. aktivní využívání svých internetových stránek,
2. předchozí osobní kontakt s ředitelem a pedagogy ulehčil přístup do školy,
3. souhlas zákonných zástupců dětí s výzkumem.

Respondenti výzkumu byli vybráni na základě předem stanovených kritérií tzv. metodou záměrného (účelového) výběru. Tato metoda je v kvalitativním výzkumu nejrozšířenější. Účastníci museli splňovat následující kritéria:

- žák 8. – 9. třídy nebo pedagog vybrané základní školy,
- podepsaný informovaný souhlas od zákonných zástupců (pouze nezletilý),
- účastník výzkumu se pohybuje na internetu a zná školní webové stránky.

Potencionální respondenti byli navrženi autorce ředitelem vybrané základní školy. Na pedagogy jí byl s jejich svolením předán od ředitele školy kontakt a s žáky autorka mluvila osobně o přestávce v budově školy (ředitelna), kde si s nimi předala kontakt a následně se telefonicky domlouvala na náležitostech, které potřebovala pro rozhovor, termínu a místě rozhovoru.

5.3. Etické aspekty výzkumu

Respondenti byli předem seznámeni s tématem a účelem výzkumu, následně byli autorkou práce požádáni o spoluúčast. Všem respondentům bylo s dostatečným předstihem sděleno, jak rozhovor bude probíhat. Nezletilým jedincům byl předán informovaný souhlas pro jejich zákonné zástupce (viz. příloha č. 1), který od nich museli mít před začátkem rozhovoru podepsaný.

Obsahem informovaného souhlasu byly:

- důležité informace o výzkumu,

- informace, že je jejich účast na výzkumu dobrovolná,
- nemusí odpovédět na veškeré otázky,
- kdykoliv mohou z výzkumu odstoupit,
- jejich identita a i identita zmíněných v rozhovoru zůstane v anonymitě.

Před samotným začátkem rozhovoru byli respondenti obeznámeni, že získaný materiál z rozhovorů slouží čistě pro účely výzkumné práce.

5.4. Metoda získávání dat

Pro kvalitativní výzkum byla zvolena jako metoda získávání dat jeho nejrozšířenější a nejčastější metoda a to je rozhovor. Konkrétně autorka využila polostrukturovaný rozhovor (viz. příloha č. 2), díky kterému se dodržela předem daná struktura a v jeho průběhu bylo možné se doptávat na doplňující otázky.

„Cílem polostrukturovaného rozhovoru je získat detailní a komplexní informace o studovaném jevu“ (Švaříček & Šedřová, 2010, s. 13). Rozhovor můžeme chápat jako ústní dotazování jednoho respondenta výzkumu na otevřené otázky a většinou je prováděn jen jedním výzkumníkem. Výzkumník, pomocí několika otevřených otázek, může lépe porozumět pohledu respondenta na konkrétní věc, aniž by ho limitoval výběrem položky v dotazníku (tamtéž, 2010, s. 159).

Ve výzkumu proběhly následující řízené rozhovory:

1. Řízené rozhovory se žáky školy

- 5 žáků 8. – 9. tříd
- součástí rozhovoru byly i doplňující otázky – výhoda profilu školy na Facebooku

2. Řízené rozhovory s pedagogickými pracovníky

- 2 pedagogičtí pracovníci 2. stupně ZŠ

- součástí rozhovoru byly i doplňující otázky – pohled na moderní technologii

3. Řízený rozhovor s pedagogickým pracovníkem, který vybírá obsah

- 1 pedagogický pracovník
- součástí rozhovoru byly i doplňující otázky – výhoda profilu školy na Facebooku

Webové stránky a sociální sítě základní školy byly analyzovány pro získání přehledu o typech obsahu, který byl v minulosti využit pro prezentaci základní školy. Identifikované typy obsahu pak byly využity v rozhovorech se žáky a pedagogy.

5.5. Popis průběhu sběru dat

Sběr dat proběhl u všech tří skupin respondentů v únoru 2022. Rozhovory byly provedeny osobně ve škole, pouze jeden rozhovor s pedagogem proběhl přes aplikaci Zoom Video Communications z důvodu onemocnění autorky COVID-19. Některé otázky byly v rozhovorech vypuštěny a to z toho důvodu, že respondent zvládl odpovědět na otázku ještě dříve, než se tazatelka zeptala.

Autorka na začátku rozhovoru poděkovala za účast ve výzkumu a ještě jednou představila sebe a téma výzkumu, seznámila respondenty s rozhovorem a dala prostor pro jejich otázky, které se týkaly ochrany soukromí a anonymizace dat. Následoval samotný rozhovor, který byl zaznamenávaný do počítače autorky. Při jednotlivých rozhovorech se autorka snažila o navození příjemné atmosféry, aby se respondenti cítili příjemně a po skončení mohli autorce respondenti poskytnout zpětnou vazbu. Pozitivní a příjemná atmosféra, získaná důvěra respondenta a přátelský vztah patří mezi důležité kroky při rozhovoru (Šafránková, 2019, s. 475). Z důvodu

anonymizace dat byly jména informantů a informantek nahrazeny u jednotlivých skupin písmeny A-E.

5.6. Metoda analýzy dat a interpretace

Po provedení jednotlivých rozhovorů u žáků, pedagogických pracovníků a pracovníka, který vybírá obsah následovala analýza daných rozhovorů a interpretace výsledků výzkumného šetření.

Rozhovory byly analyzovány pomocí otevřeného kódování. U otevřeného kódování jsou texty rozděleny na jednotky, kterým je potom přidělen kód. Při kódování je doporučeno využívat návodné otázky, které slouží jako pomůcka pro pojmenování dané pasáže. Kladou se v závislosti na povaze pasáže a výzkumné otázky (Švaříček & Šedová, 2010, s. 211 – 212). V analýze rozhovorů byla jednotka slovo a delší souvětí a kódování proběhlo metodou papír a tužka.

5.7. Závěrečná zpráva

Na webových stránkách ZŠ XY bylo rozčleněno celkem 21 stránek s obsahem. Na sociálních sítích ZŠ XY byly analyzovány pouze 4 příspěvky. Vše bylo rozebráno pomocí kódování. Analýzou školních webových stránek bylo zjištěno, že škola na svých webových stránkách sdílí i ze zákona nepovinné informace, obsah pravidelně aktualizuje a je na první pohled zřejmé, že se jedná o základní školu. Není ale jednoduché se na stránkách zorientovat skrz jejich složité menu a na dnešní dobu již nemají reprezentativní vzhled. Z této skutečnosti vznikla do rozhovoru otázka, zda jsou pro respondenty stránky přehledné a moderní. Zkoumané sociální sítě, kde se nachází profil školy, nejsou pravidelně aktualizovány. Jedná se o Facebook i Instagram. I toto zjištění bylo do rozhovoru zahrnuto.

Osobní rozhovory se žáky 8. – 9. tříd nebyly zrovna nejjednodušší a byly z části ovlivněny vývojovým obdobím žáka. Žáci momentálně prochází pubertou, mění se jejich morální vývoj a akceptují jen ty zásady a ideály, které se jim líbí. Mnohdy jsou až tyto ideály absurdní a na to je nutné ve výsledcích brát ohledy. K dospělým jsou velmi kritičtí, vzdorují jim a řídí se téměř jen podle svého svědomí. V rozhovorech bylo vidět, jak každý má své zásady a ideály jiné.

V úvodu rozhovoru se žáky se otázky soustředily na přístup k internetu a návyky respondentů na internetu, aby se respondenti mohli rozmluvit a poté odpovídat na složitější otázky, které v rozhovoru dále následovaly. Dle zjištěných informací z rozhovorů, přístup k internetu mají všichni žáci a nezáleží na tom, kde se nachází, jak uvedl například respondent A *„Doma přístup k internetu máme a ve škole taky, buď nám funguje školní wi-fi nebo máme asi všichni ve třídě mobilní data, samozřejmě na hodinách informatiky máme přístup k internetu taky“*. Připojení k internetu jsou tedy téměř nonstop, ať už ve škole, doma nebo venku. K neustálému připojení s virtuálním světem jim usnadňují mobilní data. Čas strávený na internetu se u žáků liší, respondent C tráví na internetu *„Asi tak 5 hodin denně“*. Stejný počet hodin strávených na internetu odpověděl ještě respondent E. Z rozhovorů bylo zjištěno, že žáci na internetu tráví zhruba 2 – 5 hodin denně. Všichni vlastní profil minimálně na jedné sociální síti a aktivně ji využívají. Na internetu sledují videa, hrají hry a nakupují přes e-shopy, na sociálních sítích si píší se svými kamarády, přidávají příspěvky a sledují své idoly.

Webové stránky školy žáci moc nevyužívají a nenavštěvují je tak často jako např. sociální sítě, kde tráví spoustu svého volného času. Respondent A se vyjádřil na otázku, jak často stránky školy navštěvuje následovně *„Jen když něco fakt potřebuju, to je tak jednou měsíčně a občas taky v hodinách informatiky, ale to je třeba jednou za čtvrt roku“*. Naopak respondentka D odpověděla: *„Řekla bych že tak 5x do měsíce se tam podívám“*. Školní webová stránka není jejich hlavní

zdroj informací, navštěvují je nejčastěji kvůli fotografiím, aktualitám a jídelníčku, dále potom kvůli rozvrhu a známám. Dva žáci, konkrétně respondenti A a E uvedli, že školní webové stránky školy byly napadeny virem a některé fotografie byly ze stránek smazány. Žáci zde vidí chybu v zabezpečení školních stránek a fotografie postrádají.

Hodnocení žáků školní webové stránky je docela shodné „*Nejsou moc moderní, ale jinak jsou asi v pohodě*“ (respondent B). Žáci se shodli na tom, že nejsou školní stránky moderní a potřebovaly by změnu. Respondent D byl se svým hodnocením nejmírnější „*Jako jsou hezčí stránky, ale není to zas tak strašný*“. Dva z nich navíc ještě uvedli, že jsou pro ně nepřehledné a těžko se jim tam vyhledávají informace. Ohledně profilu na sociální síti Facebook a Instagram byla odpověď žáků jednotná, respondentka D profily školy na sociálních sítích vnímá následovně „*Je super, když škola je v kontaktu s lidma přes ty sociální sítě, ale naše škola tohle zatím nedělá*“. Když jsem analyzovala webové stránky a sociální síť školy, škola opravdu skoro žádné příspěvky na sociální síť nepřidává, ale profil školy tam existuje, jen ho nikdo pravidelně nespravuje. Poslední jejich přidáný příspěvek je 15. 2. 2020 a to je pouze změna profilové fotografie. Respondentka D výhody sociálních sítí vidí v počtu sledujících „*No rozhodně by jí sledovalo víc lidí, než webovky*“. Další respondenti výhodu na sociálních sítích vidí v rychlosti komunikace s cílovými skupinami, jelikož na nich víc lidí, i samotných žáků školy, tráví svůj čas a sledují je častěji, než klasické webové stránky školy.

Na otázku, co by tedy měly a neměly školní webové stránky a profily na sociálních sítích obsahovat, aby uspokojily požadavky žáků, odpovídali respondenti různě. Zde si bylo možné povšimnout, jak každý respondent má jiná ideály a zásady o tom, jak by měla webová stránka vypadat a co by měla obsahovat. Všichni žáci uvedli, že nejdůležitější je na stránkách kontakt. Pak jsou podle respondenta B důležité „*... rozvrhy, nějaký dokumenty skrz uvolnění z výuky a ty aktuální informace*“. Někteří považují ještě za důležité uvádět

organizaci školního roku, plán učiva, jídelníček, známky, domácí úkoly, informace k distanční výuce a nabídku zájmových kroužků. Respondent C uvedl, že na stránkách postrádá „ ... *emaily. Oni tam možná někde jsou, ale v kontaktech jsem je nenašel*“. Respondent A postrádá „ ... *rozpis denního režimu, jako kdy je škola otevřená, jak začínají hodiny, od kdy do kdy je velká přestávka. To by se třeba pro rodiče, kteří mají v plánu sem dát jejich dítě, mohlo hodit*“. Je nutno podotknout, že žáci neměli na výběr z alternativních odpovědí, vše vymysleli sami v rámci probíhajícího rozhovoru. Pokud by měli na výběr, vybrali by určitě více důležitých položek, které by neměly chybět na webových stránkách školy.

Nikdo z tázaných žáků nemá problém své jméno spojit se školou na veřejnosti, ovšem hrdí na internetovou prezentaci jejich školy nejsou „ ... *nelíbí se mi vzhled těch stránek a že mají ty profily k ničemu*“ (respondent C). Stěžují si zejména na sociální sítě, kde škola profily vlastní, ale nijak s nimi nenakládá a tak to vytváří základní škole negativní recenze. Žáci nechápou, proč profily existují, když se jim škola skoro nevěnuje. Jestli se s obsahem na webových stránkách školy dokáží ztotožnit odpověděl respondent A „*Já bych se určitě těma stránkama nechlubil. Ztotožnit se s nimi nedokážu, kdyby bylo po mém, vypadají úplně jinak a taky ten obsah je tam přidávaný častěji*“. S obsahem se ztotožnit nedokáží zejména proto, že škola neaktualizuje obsah tak často, jak oni by si představovali.

Žáci školy zapojování do tvorby obsahu školních webových stránek nejsou. Škola je do této pozice zatím nepostavila a neumožňuje, aby se žáci mohli na stránkách školy podílet. Odpověď respondentky E na tuto otázku byla „*Ne, ale asi by nás měli zapojovat, jestli se chtějí zlepšit*“. Z výpovědí žáků je zřejmé, že by byli rádi, kdyby jim škola umožnila podílet se na tvorbě obsahu na stránky školy. Respondent B by byl ochotný se do tvorby stránek školy zapojit „*Pomáhal bych jim tvořit ty příspěvky třeba z výletů a ještě bych jim třeba radil skrz ten vzhled těch stránek*“. Žáci jsou ochotni pomoci, ať už s psaním

článků, vylepšením vzhledu webových stránek, vytvářením pozvánek na různé akce školy či vyfotografováním fotografií. Tvůrci webu doporučil respondent A „ ... *vylepšit vzhled webových stránek na modernější a aby byly přehlednější i pro starší lidi (...)* pak taky pravidelně aktualizovat informace na sociálních sítích. Myslím si, že my mladí ty sociální sítě využíváme víc a škola by se nám měla trochu přizpůsobit“, respondentka E se k otázce vyjádřila „*My žáci ty sítě sledujeme víc, než webovky, tak začít přidávat příspěvky i tam. Osobně bych za to byla já sama ráda, protože na tom Instagramu jsem fakt každou přestávku a kdyby tam ta škola něco dávala, což se teda moc neděje, tak bych aspoň nemusela chodit na další stránky. No prostě, ať jdou trochu s dobou*“. Žáci doporučují především oživit sociální sítě a věnovat se jejich častému aktualizování. Přidávat na ně zajímavé příspěvky s užitečnými informacemi, videa a fotografie. Dále doporučují stránky zmodernizovat a udělat přehlednější pro všechny věkové kategorie. Respondentka D ještě uvedla „*Zkusit nás žáky do toho zapojit a přidávat víc příspěvky na sociální sítě*“.

Rozhovory s pedagogickými pracovníky obsahovaly otázky, které se prolínaly s otázkami v rozhovoru se žáky. Úvodní část rozhovoru opět sloužila pro rozmluvení pedagogických pracovníků, otázky zjišťovaly zejména pohled pedagogů na moderní technologie. „*Moderní technologie dokážou podpořit celou výuku. Nepovažuji se za úplného začátečníka ve vztahu k digitálním technologiím a opravdu tyto technologie ve výuce i v komunikaci se žáky rád využívám*“ uvedl pedagog B.

Pedagogičtí pracovníci pro komunikaci s žáky webové stránky nevyužívají, pedagog A ještě otázku doplnil „ ... *komunikujeme spolu z 99% osobně ve škole, v krajních nouzích přes email nebo aplikaci WhatsApp*“. Návštěvnost webových stránek a sociálních sítí se u pedagogů liší. „*Stránky školy na sociálních sítích jsou momentálně delší dobu neaktualizované, ale škola se již snaží o nápravu, tak snad se jim to podaří dotáhnout do zdárného konce. Webové stránky školy*

navštěvují téměř pravidelně“ uvedl pedagog B. Ti, co stránky tolik nenavštěvují, sdílí počítač ještě s mnoha kolegy a to může být hlavní důvod jejich nízké návštěvnosti z řad pedagogů. Potvrzuje to odpověď pedagoga A, ten odpověděl na otázku, jak často stránky školy navštěvuje následovně „Dokážeme to spočítat na jedné ruce, opravdu více jak 5x do měsíce to není. Možná je to způsobeno i tím, že sdílím počítač s kolegy a doma jej nemáme, pouze u dcery“. Pedagogičtí pracovníci na webových stránkách školy nejčastěji vyhledávají třídní stránky, jídelníček a aktuality z činnosti školy.

Hodnocení pedagogických pracovníků bylo odlišné oproti hodnocení žáků. Pedagog A odpověděl *„Nejsem žádný expert na grafickou podobu, tu si nedovolím odborně hodnotit. Chybí mi tam ale barevnost a aby to hlavní menu bylo lépe uspořádané. Berte to ale jako pohled od úplného laika“*. Pedagog B hodnotil stránky, které do teď existovaly, momentálně škola pracuje na stránkách nových *„ ... Starší stránky byly opravdu zastaralé, už to nepůsobilo z pohledu veřejnosti dobře a opravdu potřebovaly radikální změnu ... “*. Proč by mělo být hlavní menu lépe uspořádané pedagog A odpověděl *„ ... pokud něco hledáte, tak podstupujete velmi zdlouhavý proces, než se k tomu, co hledáte, proklikáte“*. V odpovědi se shodl i pedagog B *„Webové stránky jsou složitě řešené, lidé se musejí proklikávat obsahem, než naleznou to, co hledají ... “*.

Podle pedagogických pracovníků je důležité, aby stránky obsahovaly to, co je ze zákona povinné, dále potom *„ ... jídelníček, fotogalerie, dokumenty ke stažení, plán učiva, aktuality, výukové materiály, rozvrh hodin ... “* (pedagog B). Pedagog A ještě dodal *„ ... znění školního vzdělávacího programu (...) zájmové kroužky, (...) informace ze školního parlamentu, multimediální záznamy ... “*. Na školních webových stránkách podle pedagoga A chybí diskuzní fórum. Pedagog B na školních webových stránkách postrádá *„Školní časopis a stránka, která bude uzavřená a určena jen pro pedagogy, kde spolu mohou komunikovat“*. Naopak obsah, který se na stránkách školy sdílí, není ani jedním pedagogem považován za zbytečný.

Profil školy na sociálních sítích škola od roku 2020 neaktualizuje, potvrzuje to i pedagog B, který odpověděl následovně *„Naše škola profily na sociálních sítích nijak neaktualizuje, jak jsem již říkal, ale všechno se teď řeší, takže věřím, že za měsíc – dva by se mohly zprovoznit. Teď to bohužel působí velmi neprofesionálně a zanedbaně“*. Pedagog A vidí výhodu sociálních sítí v tom, že *„pro naše žáky bude jednodušší najít aktuality školy na Facebooku, než aby chodili na stránky školy“*. Pedagog B uvedl *„ ... Z řad rodičů i žáků, ať už stávajících, tak i budoucích jsou tyto platformy využívány. Tráví na sociálních sítích čas a naše škola při placené propagaci se tak může dostat do povědomí více lidem a přilákat nám nové žáky, které škola, aby mohla fungovat, potřebuje. A samozřejmě je tu výhoda v rychlosti komunikace“*.

Pedagogičtí pracovníci jsou na tvář školy v prostředí internetu hrdí. Škola se snaží prezentovat, jak nejlépe umí. S obsahem se ztotožnit dokáží, pouze pedagog A podotkl, že *„ ... pohled na určité věci mám jiný – až staromódní řekla bych a to se zase nelíbí naší koordinátorce ICT, která stránky školy spravuje“*. Spojit své jméno se školou na veřejnosti nemají problém.

Škola pracovníkům umožňuje zasahovat do sdíleného obsahu, jak uvedl pedagog B *„ ... můžu si sám podle sebe spravovat stránky třídy, tedy aktualizovat úvodní fotku, publikovat příspěvky, vkládat učební materiály, fotografie, přidávám školní akce – zejména, co se sportovních akcí týče a mám tam svůj profil, který můžu editovat, automaticky se to aktualizuje i v kontaktech“*. Bohužel se všichni pedagogičtí pracovníci na tvorbě obsahu na stránkách školy nepodílí. Je dost možné, že ti, co na stránky nepřidávají příspěvky, sdílí počítače i se svými kolegy a nemají tak tolik prostoru, jako pedagogové, kteří mají svůj osobní počítač. Někteří z nich ani nemají oprávnění k přidávání příspěvků na webové stránky školy, poukázal na to pedagog A *„ ... Když potřebuji zveřejnit učební materiály, řeším to s naší koordinátorkou ICT, protože ona schvaluje příspěvky zveřejněné na webu ... “*.

Doporučení pro svého kolegu, který spravuje stránky školy, má pedagog A „ ... soustředit se na cílovou skupinu a stránky tvořit hlavně pro ně. Neohlížet se na ostatní“. Pedagog B ještě upozornil na správu profilů na sociálních sítích a zapojení do tvorby obsahu žáky školy „Ať začne aktivně spravovat i profily na sociálních sítích a zaplatí placenou propagaci, aby se naše škola zviditelnila. Možná by nebylo na škodu do celého procesu ještě zapojit naše žáky“.

Rozhovor s pracovnící, která vybírá obsah, přinesl zajímavá data. Koordinátorka ICT základní školy ve své funkci působí od roku 2014. K funkci se dostala splněním podmínek. „Koordinátor ICT musí splnit určité podmínky, jako je odborná kvalifikace, splnění dalších kvalifikačních předpokladů, například znalost orientovat se v nových trendech ICT a praxe, která musí být 3 roky“ uvedla.

Příspěvky na stránky školy jsou přidávány podle toho, kolik akcí nebo jiných aktualit se ve škole děje. Dle pracovnice, která spravuje stránky školy, jsou příspěvky na stránky přidávány „ ... zhruba dvakrát až třikrát do týdne“. Nejvíce jsou podle koordinátorky ICT na stránkách školy sdíleny „ ... činnosti školy. Jaké proběhly akce a projekty ve škole nebo mimo ní, informace ohledně onemocnění COVID-19 a zprávy ze školní družiny“. Poslední přidáný příspěvek se týkal recitační přehlídky žáků 1. stupně. Podílela se na něm pracovnice, která „ ... měla celou akci na starosti. Kolegyně sepsala celý článek včetně výsledků a já ho pouze vložila na naše stránky, bez jakékoliv úpravy“ uvedla koordinátorka ICT školy.

Možnost zadávat příspěvky na stránky školy mají jen někteří pedagogové, jak jsme se již dozvěděli už z rozhovorů s pedagogy. Pracovnice spravující stránky školy odpověď ještě upřesnila „Přístup mají i ostatní pedagogové, zejména třídní učitelé, kteří si samy potom už přidávají příspěvky nebo fotografie na stránky třídy. Některé příspěvky musím schválit, protože pedagogický pracovník na to nemá uživatelské oprávnění je zveřejnit“. Obsah, který je přidáván na stránky školy není pravidelně kontrolován. „Občas jsou zkontrolovány

čestinářem pro lepší korekci, ředitelem školy a mnou zda odpovídají zásadám“ uvedla koordinátorka ICT.

Při hodnocení stránek školy se žáci, pedagogičtí pracovníci i koordinátorka ICT shodli a to zejména v tom, že jsou školní webové stránky na dnešní dobu zastaralé. *„Naše stránky jsou opravdu zastaralé. Hodnotím je jako podprůměrné, naše konkurence sice není velká, ale když se podíváte na jejich stránky, tak jsou opravdu krásně barevné a přehledné ... “* konstatovala koordinátorka ICT. Škola momentálně své webové stránky modernizuje, snaží se o správu sociálních sítí, ale podle odpovědi pracovnice, která vybírá obsah, samotný obsah škola měnit nebude ani na nových stránkách. *„Obsahově stránky téměř neměníme. Tyto stránky, které aktuálně máme jsou zastaralé pouze svým vzhledem a přístupností, například se náš web nedokáže přizpůsobit mobilním telefonům. Obsah je pravidelně aktualizován a vše je přepisováno i do nového systému. Jediné, co se změní, tak jsou třídní stránky, které budou na stránce jednotlivě a budou uvedeny i datумы, kdy byly příspěvky přidány“* odpověděla.

Kritéria výběru obsahu na internetové stránky školy uvedla koordinátorka ICT následující *„Obsah je na stránky vybírán na základě jejich důležitosti, užitečnosti a dalšího významu pro budoucnost. Musí být hlavně srozumitelný pro danou cílovou skupinu, napsaný stručně a graficky upraven. Přiložené fotografie musí být kvalitní, reprezentativní a nerozmazané, zároveň musí splňovat zásady kyberbezpečnosti. Články z projektů a akcí školy by měly být nejlépe vyprávěny krátkým příběhem, aby se ten, kdo článek čte, dokázal užít do daného momentu. Nadpis musí zaujmout na první dojem, vyhýbá se zavádějícím titulům“.* Před samotným zveřejněním příspěvku se podle pracovnice spravující stránky školy *„ ... musí samozřejmě něco ve škole odehrát, aby se z toho mohla následně sepsat zpráva. Zpráva se sepiše, zkontroluje, zda nemá žádné překlepy, gramatické chyby a podobně. Upraví se do finální podoby a pak se zveřejní“.*

Z rozhovorů se žáky bylo zjištěno, že žáci do tvorby obsahu zapojování nejsou. Koordinátorka ICT ale uvedla, že škola má v plánu do budoucna své

žáky do tvorby obsahu na stránkách školy zapojit. „Chceme je od příštího školního roku zapojovat do tvorby různých článků a podobně. Samozřejmě bude i tvorba školního časopisu, který na nových webových stránkách nebude chybět a bude to takový minipodnik našich žáků. V novém školním roce bude vyhrazený čas na redakční rady v učebně počítačů. Máme připravený ediční plán, nápady na spoustu článků a plánujeme strategii. Dobrovolníci se postupně hlásí, tak uvidíme, kolik se do toho s námi příští rok celkem zapojí žáků“.

Přehled o tom, zda jsou stránky školy pedagogickými pracovníky a žáky školy využívány, škola má. „U sociálních sítí se snažíme, abychom je v co nejbližší době spravovali, protože profily, které zde existují, nejsou pravidelně aktualizovány, takže je žáci ani pedagogové využívat nemůžou. Školní webové stránky jsou využívány pedagogickými pracovníky a i žáky, i když o hodně méně“. Návštěvnost stránek školy škola cíleně nezjišťuje.

Koordinátorka ICT vidí v sociálních sítí „... budoucnost celé naší internetové prezentace. Lidé se k dění ve škole dostanou mnohem snadněji cestou, nemusí chodit zvlášť na stránky školy, v podstatě se jim zobrazí přímo pod nosem. Významné projekty a akce školy sdílí na svém Facebooku náš zřizovatel a lidé se v komentářích ptají, proč nemáme vlastní facebookové stránky. Navíc během několika málo minut je vysoká interakce u příspěvku od uživatelů Facebooku a ten algoritmus je zde nastaven tak, že čím více je té interakce ihned po zveřejnění, tím se potom více uživatelům příspěvek zobrazí a to my potřebujeme, na vlastním profilu školy“.

Školní webové stránky jsou umístěny na „... serveru poskytovatele internetových služeb pro školu. Jsou spravovány pomocí redakčního systému, který mi usnadňuje práci“ uvedla koordinátorka ICT. Škola si staré stránky spravovala sama, ale nový web již řeší s odborníky, kteří řeší veškeré jejich požadavky, jak potvrzuje odpověď pracovníka, který vybírá obsah „Momentálně již vše řešíme s odborníky, kteří nám vytváří nový web na míru a řeší všechny naše požadavky“. Sociální sítě budou spravovat svépomocí.

Žáci na první pohled vnímají především vzhled stránek, jak uvedl respondent C, že stránky školy „... nejsou moderní“. Pedagogičtí pracovníci na první pohled vnímají především barevnost, přehlednost a jednoduchost webu. První dojem pedagogických pracovníků zaujme i prototypovost tzv. „... dodržování obecných zvyků, jako je logo v levém horním rohu a kontakty na pravé straně“, jak uvedl pedagog B. Zajímavé je, že z výpovědí všech respondentů převažují odpovědi ohledně designu stránek školy, nikdo z nich nezmínil, že je na první pohled zaujme samotný obsah, který je sdílený. Až doplňující otázky v rozhovoru dokázaly získat odpověď na to, jak žáci a pedagogičtí pracovníci vnímají obsah. Žáci na stránkách školy percipují zejména kvalitní fotografie a zajímavé články, protože to je u nich i nejčastější důvod, proč stránky školy navštěvují. Pedagogičtí pracovníci a koordinátorka ICT se soustředí hlavně na důležitost a užitečnost zpráv na každé stránce webových stránek, relevantnosti obsahu a také na poutavé titulky, které ale nesmí být dle koordinátorky ICT zavádějící. U všech respondentů je vnímána i aktuálnost internetových stránek školy.

6. Diskuze

Tato bakalářská práce se zabývá internetovou prezentací základní školy. Zaměřuje se na prezentaci školy v prostředí internetu. Výzkum probíhal na jedné předem vybrané základní škole. Respondenti byli žáci 8. – 9. tříd a pedagogové školy. Cílem výzkumu bylo zjistit, jakým způsobem žáci a pedagogičtí pracovníci vnímají prezentaci školy navenek. K naplnění cíle byla stanovena základní výzkumná otázka „*Jak je vybraný obsah internetové prezentace základní školy vnímán pedagogickými pracovníky a žáky školy?*“, která byla rozdělena ještě do několika podotázek. Nutno podotknout, že výsledky výzkumu nelze zobecnit, protože se výzkum týkal velmi úzkého okruhu respondentů na konkrétní základní škole.

První dílčí otázka výzkumu se týkala toho, jakým způsobem žáci školy využívají internet. Žáci v jednotlivých rozhovorech odpověděli, že internet využívají zejména pro hraní her, sledování videí, nakupování přes e-shopy, psaní si s kamarády přes sociální sítě a sledování různých pro ně inspirativních profilů. Z výsledků je zřejmé, že dospívající v prostředí internetu vyhledávají ty komunity, které jim jsou svým zaměřením nejbližší a tímto se potvrzuje výrok Šmahela (2003, s. 121) uvedený v kapitole 4.2. této bakalářské práce.

Druhá podotázka se zajímala o to, jakým způsobem žáci školy využívají stránky školy. Stránky školy ZŠ XY nejsou žáky tolik využívány a navštěvovány. Žáci je využívají zejména kvůli tomu, aby se podívali na fotografie, jídelníček, rozvrh hodin a aktuality. Zajímavé je, že ani jeden ze žáků si nevzpomněl na školní parlament a prezentaci jejich činností na webu školy, jak je uvedeno v kapitole 2.1.1. Přitom škola tyto informace na svém webu pravidelně aktualizuje. Může to být ale způsobené tím, že bylo provedeno pouze 5 rozhovorů, kdyby byla zvolena například jiná metoda výzkumu a nebo jiné či větší složení respondentů, bylo by to žáky zmíněno.

Třetí podotázka zjišťovala, jakým způsobem pedagogičtí pracovníci školy využívají stránky školy. Pedagogičtí pracovníci stránky školy ZŠ XY využívají hlavně pro správu svých třídních stránek, pak také pro přidávání výukových materiálů. Vyhledávají tam jídelníček, třídní stránky a aktuality. Proč pedagogové stránky nevyužívají víc může být způsobeno tím, že někteří sdílí počítač se svými kolegy a nemají tak tolik času na jejich návštěvu nebo jsou pro ně stránky složitě řešené a špatně se jim tam vyhledávají či přidávají informace. Je dost možné, až škola spustí nové jednodušší webové stránky, začnou je pedagogové více využívat, i ke komunikaci mezi žáky a veřejností.

Otázka čtvrtá se zaměřila na to, jak žáci a pedagogičtí pracovníci školy hodnotí stránky školy vč. sociálních sítí školy. Stránky školy hodnotili žáci jako nemoderní a nepřehledné. Profily na sociálních sítích ZŠ XY nejsou aktualizovány a žáci tuto skutečnost vnímají velmi negativně. Vidí v sociálních sítích velkou výhodu, zejména v rychlosti komunikace s cílovými skupinami a vysokém počtu sledujících. Pedagogičtí pracovníci hodnotili stránky školy jako zastaralé a zbytečně složitě řešené. Návštěvník, rodič či žák se podle nich musí obsahem zdlouhavým procesem proklikávat, aby se dostal k cílové informaci. Tato informace byla zjištěna i výzkumníkem při analýze webových stránek. Toto zjištění se propojuje s druhou a třetí podotázkou a v podstatě nám odpovídá na to, proč stránky školy žáci a pedagogové skoro nevyužívají. Dostáváme se tak do kapitoly 2 v teoretické části k tvrzení Karlíčka (2016, s. 888), který uvádí, že web by měl být přehledný, logický, přístupný, intuitivní a uživatelsky přívětivý a také by měl mít estetický a grafický design. I Eger (2010, s. 20) ve stejné kapitole doporučuje dodržovat pravidla web designu a webové standardy, které jsou podrobně rozepsány v kapitole 2.1. této práce.

Pátá podotázka: Co by měla školní stránka obsahovat, aby uspokojila požadavky žáků a pedagogických pracovníků školy? Podle žáků vybrané základní školy by jejich školní stránky měly obsahovat rozvrhy, aktuality,

kontakty, formuláře ke stažení, jídelníček, nabídku zájmových kroužků, organizaci školního roku, plán učiva, známky a domácí úkoly. Znovu připomínám, že vše vymýšleli během rozhovoru a neměli na výběr z alternativních odpovědí. Na stránkách podle pedagogických pracovníků by nemělo chybět to, co je ze zákona povinné zveřejňovat. Ze zákona povinně zveřejňované informace uvádí Neumajer (2005, s. 111) v kapitole 2.3.3. této bakalářské práce. Dále potom fotogalerie, aktuality, jídelníček, rozvrh hodin, plán učiva, zájmové kroužky, informace ze školního parlamentu a multimediální záznamy. Postrádají diskuzní fórum, uzavřenou stránku pro pedagogy a školní časopis. Z odpovědí bylo potvrzeno tvrzení Egera (2010, s. 22) v kapitole 2.2., co by na stránkách školy nemělo chybět, kdy vše bylo respondenty uvedeno. Další zveřejňovaný obsah (školní časopis, diskuzní fórum) je už potom na zájmu školy a na jejich předem stanovených kritériích při výběru obsahu, tudíž každá škola vybírá obsah na své školní webové stránky jinak.

Otázka šestá se zajímala o to, zda se žáci a pedagogičtí pracovníci dokáží identifikovat se školou. Ani jeden z respondentů neuvedl, že by měl problém spojit své jméno se školou na veřejnosti. Žáci ale uvedli, že hrdí na internetovou prezentaci školy nejsou, zejména kvůli tomu, že škola neaktualizuje obsah dle jejich představ, nevzhlednosti stránek a neaktualizovanými profily na sociálních sítích. Pedagogové se s obsahem ztotožnit dokáží. Jak uvádí Karlíček (2016, s. 838 – 840) v kapitole 3, webové stránky plní mnoho funkcí a u žáků je vyžadována hlavně interaktivnost webu, škola by měla také prostřednictvím školních stránek se žáky komunikovat. Eger (2010, s. 21) také v kapitole 3 této práce doporučuje vytvořit si marketingový plán na začátku tvorby webových stránek.

Zda jsou žáci a pedagogičtí pracovníci zapojováni do tvorby obsahu školních webových stránek, zjišťovala podotázka sedmá. Žáci nejsou školou zapojováni do tvorby obsahu. Škola tuto možnost ještě nenabízí. Z rozhovoru

s koordinátorkou ICT ale bylo zjištěno, že v příštím školním roce je škola do tvorby obsahu zapojovat bude a to formou tvorby školního časopisu, který bude přidán na nové školní stránky a psaním článků. Naopak pedagogičtí pracovníci mohou zasahovat do sdíleného obsahu a to správou třídních stránek, přidáváním příspěvků, výukových materiálů a fotografií. Přidávat příspěvky není ale umožněno všem, někteří nemají dostatečná oprávnění a aby byly příspěvky přidány, musí to schválit koordinátorka ICT. Do přidávání obsahu na stránky školy se ale nezapojují všichni pedagogové. To může být způsobeno tím, jak už jsem upozornila výše, že nemají vlastní počítač a musí se o něj dělit se svými kolegy. Proč se žáci do tvorby školních stránek nezapojují může být ovlivněno tím, že web není dynamického typu, ale statického, tudíž je vše při zveřejňování informací složitější, jak popisuje v kapitole 3.1. této práce Neumajer (2005, s. 118).

Podotázka osmá: Jaký je způsob tvorby školních webových stránek? Nynější stránky jsou tvořeny jako statické pomocí jazyka (X)HTML Stránky, které škola momentálně připravuje, budou již tvořeny jako dynamické a budou spravovány pomocí redakčního systému. Tuto změnu škola potřebuje, protože dynamické weby jsou interaktivní mezi uživatelem a serverem a dají se spravovat „za běhu“. Žáci toto kritérium vyžadují a potvrzuje se tak tvrzení Strejčka (2010) v kapitole 3.1. Redakční a publikační systémy mají výhodu v jejich modularitě, jak uvádí v kapitole 3.2. Neumajer (2005, s. 119 – 120).

Rozsah práce bohužel neumožnil prozkoumat celou problematiku internetové prezentace ZŠ XY. Škola navíc začala svůj velký nedostatek v podobě stránek školy tento školní rok řešit a tudíž by bylo dobré provést výzkum znovu, který by byl zaměřený již na nové stránky. Další zajímavé výzkumy by se mohly týkat pouze sociálních sítí a jejich možným přínosem pro školu nebo porovnání webů konkurenčních škol, protože se zásadně liší svým vzhledem, ale i sdíleným obsahem.

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat, jakým způsobem je vybírán obsah pro prezentaci základní školy na internetu a jak je tato prezentace vnímána žáky a pedagogickými pracovníky školy.

Bakalářská práce se skládá ze dvou částí a to teoretické a empirické. V teoretické části byla představena škola jako vzdělávací instituce, zásady, obsah a hlavní cíl internetové prezentace a byly objasněny komunitní portály. Empirická část se zabývala metodikou výzkumu a závěrečnou zprávou výzkumu. Data ve výzkumu byla získána pomocí polostrukturovaného rozhovoru, ty nebyly nijak nahrávány, autorka si je pouze zaznamenávala do svého počítače. Následně byly rozhovory analyzovány a vyhodnocovány.

Výzkum byl proveden analýzou školních webových stránek vybrané základní školy a jejich sociálních sítí, následovaly rozhovory s žáky, pedagogickými pracovníky školy a s pracovníkem, který vybírá obsah, v tomto případě s koordinátorkou ICT.

První fáze výzkumu spočívala v analýze školních webových stránek a sociálních sítí pro získání přehledu o typech obsahu, ty potom byly využity v rozhovorech se žáky a pedagogy. Po analýze a následném sestavení polostrukturovaného rozhovoru byly provedeny individuální rozhovory s vybranými respondenty výzkumu, kteří zodpověděli výzkumné otázky.

Sdílený obsah na stránkách školy je vybírán podle důležitosti, užitečnosti a jaký má další význam pro budoucnost školy. Obsah musí být stručný, srozumitelný pro cílovou skupinu a graficky upravený. Články mají být zajímavě napsané, nejlépe do příběhu, aby se čtenář mohl vžít do dané situace a titulek nesmí být zavádějící, zároveň by ale měl návštěvníka zaujmout. Fotografie, které jsou sdílené na stránkách školy, jsou vybrány na základě kvality a musí splňovat zásady kyberbezpečnosti.

Analýzou sociálních sítí školy a následně i ve výzkumu bylo zjištěno, že škola sociální sítě od roku 2020 neaktualizuje. Žáci, pedagogičtí pracovníci i koordinátorka ICT tuto skutečnost vnímají velmi negativně a snaží se tento nedostatek také řešit. Škola v sociálních sítích vidí budoucnost a to hlavně ve zviditelnění základní školy a sdílení obsahu o průběhu pedagogické práce.

Z provedených rozhovorů s jednotlivými respondenty bylo zjištěno, že žáci a pedagogičtí pracovníci vnímají internetovou prezentaci ZŠ XY různě. Žáci školy se soustředí na to, zda jsou stránky školy moderní a společně s profily na sociálních sítích pravidelně aktualizovány, dále jestli obsahují kvalitní fotografie a zda jsou stránky pravidelně aktualizované. Pedagogičtí pracovníci vnímají barevnost webu, aktuálnost, uspořádanost, přehlednost a zda jsou dodržovány základní zvyky. Společně s koordinátorkou ICT se soustředí na relevantnost obsahu, titulky u článků, které nejsou zavádějící a stručnost příspěvků. Nikdo z respondentů nevedl, že by sdílený obsah na stránkách školy byl zbytečný. Všichni se shodli, že informace zveřejněné na webu jsou důležité. Webové stránky ZŠ XY všichni respondenti vnímají jako zastaralé, nepřehledné a nepřístupné, potřebují podle nich radikální změnu.

Z rozhovoru s koordinátorkou ICT vyplynulo, že ZŠ XY si nedostatky internetové prezentace velmi dobře uvědomuje a snaží se je již řešit. Novými, moderními, přehlednými a přístupnými stránkami se aktuálně zabývají a snaží se i o znovuzrození profilů na sociálních sítích. Pro školu je internetová prezentace aktuálním tématem a považují ho za velmi důležité. Škola by chtěla mít do začátku příštího školního roku nové přístupnější stránky, které budou spravovány pomocí redakčního systému, aby se koordinátorce ICT ušetřila práce a čas strávený nad tvorbou obsahu.

Cíl práce byl naplněn. Jejím přínosem může být možnost praktického využití při tvorbě nových moderních školních stránek ZŠ XY, může sloužit jako podklad k tvorbě nebo rozšíření obsahu a tím zdokonalení a přizpůsobení stránek školy cílovým skupinám.

Seznam literatury

Bednář, V. (2011). *Internetová publicistika*. Grada.

Burian, P. (2012). *Webové a agentové technologie*. Grada.

Česko (2022). *Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím*. Citováno 6. ledna 2022. Dostupné z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-106>

Česko (2022). *Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů*. Citováno 6. ledna 2022. Dostupné z <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

Dobeš, M., Brabcová, J., Sládková, I., & Šafránková, P. (2012). *Kuchařka marketingu pro vzdělávací instituce*. Národní ústav pro vzdělávání, školské poradenské zařízení a zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků. Citováno 28. února 2022. Dostupné z https://www.nuv.cz/uploads/KONCEPT/publikace/KUCHARKA_VN.pdf

Eger, L. (2010). *Komunikace vzdělávacích organizací s veřejností na internetu: děti dospělými, dospělí dětmi*. Česká andragogická společnost.

Gillernová, I., & Krejčová, L. (2012). *Sociální dovednosti ve škole*. Grada.

Hampl, H. (2015). *Jak založit kvalitní instagram profil pro firmu i jednotlivce*. Instagrameri.cz. Citováno 28. prosince 2021. Dostupné z <http://www.instagrameri.cz/jak-zalozit-kvalitni-instagram-profil-pro-firmu-i-jednotlivce/>

Holzman, O. (2020). *Facebook po světě používá každý měsíc 2,5 miliardy lidí. V Česku už je to více než polovina populace*. CzechCrunch.cz. Citováno 3. ledna 2022 z <https://cc.cz/facebook-po-svete-pouziva-kazdy-mesic-25-miliardy-lidi-v-cesku-uz-je-to-vice-nez-polovina-populace/>

Instagram: Press news: Updates to Instagram Direct Message. (2017). Instagram Blog. Citováno 4. ledna 2022. Dostupné z <https://about.instagram.com/blog/announcements/new-updates-to-instagram-direct-message>

- Janouch, V. (2010). *Internetový marketing: prosaďte se na webu a sociálních sítích*. Computer Press.
- Karlíček, M. (2016). *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu (2., aktualizované a doplněné vydání)*. Grada.
- Karlíček, M. (2018). *Základy marketingu (2., přepracované a rozšířené vydání)*. Grada.
- Kovářová, P. (2019). *Informační bezpečnost žáků základních škol: lekce v knihovnách*. Filozofická fakulta, Masarykova univerzita.
- Krechovská, M., Hejduková, P., & Hommerová, D. (2018). *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Grada.
- Linaschke, J. (2011). *Getting the Most from Instagram*. Peachpitt Press.
- Mašek, J. (2009). *Web 2.0 a jeho vliv na oblast vzdělávání: (Edukační technologie 2008/09)*. Pedagogická fakulta: Katedra informačních technologií a technické výchovy. Citováno dne 28. prosince 2021. Dostupné z http://it.pedf.cuni.cz/strstud/edutech/2008_Web20_Masek/Masek-Web2.pdf
- Miles, J. (2014). *Instagram power: build your brand and reach more customers with the power of pictures*. McGraw-Hill Education.
- Mužík, J. (2001). *Marketing a management ve vzdělávání dospělých*. Praha: MJF.
- Neumajer, O. (2005). *Budujeme školní web: prosaďte se na Facebooku a Twitteru*. CP Books.
- Neumajer, O. (2010). *Jednoduše na školní web*. Metodický portál RVP.cz. Citováno dne 5. ledna 2022. Dostupné z <https://clanky.rvp.cz/clanek/8003/JEDNODUSE-NA-SKOLNI-WEB.html>
- Novotný, M. (2009). *Web 2.0 jako důležitý milník v evoluci webu*. IPEXO: IT Professionals. Citováno dne 28. prosince 2021. Dostupné z <https://www.ipexo.cz/blog/web-2-0-jako-dulezity-milnik-v-evoluci-webu>
- Pavlíček, A. (2010). *Nová média a sociální sítě*. Oeconomica.

Pokorný, D. (2010). *Web 2.0*. Metodický portál RVP.cz. Citováno 29. prosince 2021. Dostupné z

https://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogick%C3%BD_lexikon/W/Web_2.0

Procházka, D. (2011). *CSS a XHTML: tvorba dokonalých WWW stránek krok za krokem* (2., aktualiz. vyd). Grada.

Procházka, D., & Němeček, P. (2012). *SEO: cesta k propagaci vlastního webu*. Grada.

Průcha, J. (2013). *Moderní pedagogika* (4., aktualiz. a dopl. vyd). Portál.

Přikrylová, J. (2019). *Moderní marketingová komunikace* (2., zcela přepracované vydání). Grada.

Ryšávková, V., Benátčanová, P., Prudíková, D., & Korbel, F. (2014). *Nový občanský zákoník úplně pro všechny*. Grada.

Sieglová, D. (2019). *Konec školní nudy: didaktické metody pro 21. století*. Grada.

Skalková, J. (2007). *Obecná didaktika: vyučovací proces, učivo a jeho výběr, metody, organizační formy vyučování*. Grada.

Strejček, J. (2010). *Školní web*. Metodický portál RVP.cz. Citováno 10. ledna 2022. Dostupné z

https://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogick%C3%BD_lexikon/S/%C5%A0koln%C3%AD_web

Šafránková, D. (2019). *Pedagogika* (2., aktualizované a rozšířené vydání). Grada.

Šmahel, D. (2003). *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Triton.

Švaříček, R., & Šedřová, K. (2010). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Portál.

Tematická zpráva: Komunikace mezi školou a veřejností v základním vzdělávání. (2017). Česká školní inspekce ČR. Citováno 10. ledna 2022. Dostupné z https://www.csicr.cz/Csicr/media/Prilohy/PDF_el_publicace/Tematick%C3%a9%20zpr%C3%a1vy/03-F_TZ-Komunikace-mezi-skolou-a-verejnosti-v-ZV-18-5-FINAL_kor.pdf

Seznam zkratk

CSS (Cascading Style Sheets) – kaskádové styly

ČŠI – Česká školní inspekce

HTML (HyperText Markup Language) – značkovací jazyk

MŠMT – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

WWW (World Wide Web) – celosvětová pavučina

Seznam příloh

Příloha č. 1: Informovaný souhlas s výzkumem pro zákonné zástupce žáků

Příloha č. 2: Osnova rozhovoru

Příloha č. 3: Ukázka rozhovoru – žák školy

Příloha č. 1

Informovaný souhlas s výzkumem pro zákonné zástupce žáků

Vážený pane, vážená paní,

žádám o souhlas s účastí Vašeho syna/dcery ve **výzkumném projektu na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v rámci bakalářské práce autorky Nikoly Lipkové s názvem Internetová prezentace základní školy** prováděné na předem domluveném místě (škola, kavárna, u Vás doma).

Výzkum bude probíhat v období: **1.2. – 28.2.2022**. Týká se internetových stránek základní školy. **Cílem** výzkumného projektu je zjistit, jakým **způsobem vnímají prezentaci navenek ti, kteří se denně pohybují uvnitř školy**, tj. žáci a pedagogové. Účastníci budou pomocí **osobního rozhovoru** odpovídat na otázky kladené autorkou bakalářské práce. **Účast** ve výzkumu je čistě **dobrovolná**. Rozhovor bude trvat zhruba hodinu – hodinu a půl. V průběhu výzkumu **nebudou pořizovány fotografie, nahrávky ani videa**, autorka si rozhovory bude zapisovat do svého počítače. V případě Vašeho zájmu celkové výsledky a závěry výzkumného projektu Vám mohu zaslat na Vaší emailovou adresu. V maximální možné míře zajistím, aby získaná data nebyla zneužita.

Prohlašuji a svým níže uvedeným vlastnoručním podpisem potvrzuji, že dobrovolně souhlasím s účastí mého syna/dcery ve výše uvedeném výzkumu a že jsem měl(a) možnost se zeptat na vše podstatné týkající se účasti ve výzkumu a že jsem dostal(a) jasné a srozumitelné odpovědi na své dotazy. Byl(a) jsem poučen(a) o právu odmítnout účast ve výzkumném projektu nebo svůj souhlas kdykoli odvolat a to na emailu lipkova.nikol@seznam.cz. Dále potvrzuji, že mi byl předán jeden originál vyhotovení tohoto informovaného souhlasu.

V dne

Jméno a příjmení účastníka:

Jméno a příjmení zákonného zástupce:

Podpis:

Příloha č. 2: Polostrukturovaný rozhovor

Pro žáky základní školy 8. – 9. tříd

1. Máte doma a ve škole přístup k internetu?
Jak dlouhou dobu zhruba na internetu trávíte?
Co tam nejčastěji děláte?
2. Vlastníte profil na sociální síti Facebook?
Jakým způsobem jej využíváte?
3. Používáte webové stránky školy a stránky školy na sociálních sítích k získávání informací? Pokud ne, proč?
4. Jak často navštěvujete internetové stránky školy?
A co tam nejčastěji vyhledáváte?
Co jste naposledy na stránkách školy vyhledával/a a za jakým účelem?
5. Jak hodnotíte celkový vzhled webových stránek školy?
Jsou pro Vás webové stránky školy dostatečně přehledné?
Naleznete tam snadno všechny informace, které potřebujete?
Jaké informace Vám přijdou nejvíc potřebné?
6. Co si myslíte o profilu školy na sociální síti Facebook?
Má podle Vás profil na Facebooku výhodu oproti klasické internetové stránce?
7. Je něco, co Vám na webových stránkách školy chybí?
Přijde Vám něco, co se na stránkách školy, vč. na sociálních sítích školy, sdílí, zbytečné? A proč?
8. Dokážete se s obsahem na stránkách školy ztotožnit?
Jste na tvář školy v prostředí internetu hrdí?
Nemáte problém spojit své jméno se školou na veřejnosti?
9. Můžete zasahovat do sdíleného obsahu na stránkách školy? Případně – jak?
Byl bys ochotný podílet se na tvorbě stránek školy? Jak?

10. Představte si, že jste v pozici tvůrce školních webových stránek Vaší školy, co byste primárně na stránkách sdíleli, co by tam podle Vás nesmělo chybět?

Co byste doporučil/a tvůrci školních webových stránek?

Pro pedagogické pracovníky

1. Na škole pracujete jako vyučující jakých předmětů?
Vlastníte profil na sociální síti Facebook?
Jakým způsobem jej využíváte?
2. Jaký máte pohled na moderní technologii?
Používáte pro komunikaci s žáky webové stránky nebo sociální síť školy?
3. Navštěvujete webové stránky školy a stránky školy na sociálních sítích pravidelně nebo jen pokud něco potřebujete?
Jak často navštěvujete internetové stránky školy?
A co tam nejčastěji vyhledáváte?
Co jste naposledy na stránkách školy vyhledával/a?
4. Jak hodnotíte celkový vzhled webových stránek školy?
Jsou pro Vás webové stránky školy dostatečně přehledné?
Naleznete tam snadno všechny informace, které potřebujete?
Jaké informace Vám přijdou nejvíc potřebné?
5. Co si myslíte o profilu školy na sociální síti Facebook?
Má podle Vás profil na Facebooku výhodu oproti klasické internetové stránce?
6. Je něco, co Vám na webových stránkách školy chybí?
Přijde Vám něco, co se na stránkách školy, vč. na sociálních sítích školy, sdílí, zbytečné? A proč?
Co by podle Vás na stránkách školy nemělo chybět?
7. Dokážete se s obsahem na stránkách školy ztotožnit?

- Jste na tvář školy v prostředí internetu hrdí?
- Nemáte problém spojit své jméno se školou na veřejnosti?
8. Je Vám umožněno zasahovat do sdíleného obsahu na stránkách školy? Případně – jak?
- Podílíte se nějak na sdíleném obsahu na stránkách školy?
- Byl/a byste ochotný/á podílet se na stránkách školy?
9. Máte ve škole nějaké porady, které se týkají školních webových stránek?
- Co se na nich probírá?
10. Je něco, co byste doporučil/a svému kolegovi, který tvoří internetové stránky Vaší školy?

Pro pedagogického pracovníka, který vybírá obsah

1. Mimo funkci „tvůrce školního webu“, pracujete na škole ještě jako učitel nějakého předmětu? Jakého?
- Vlastníte profil na sociální síti Facebook? Jakým způsobem jej využíváte?
2. Jak dlouho spravujete školní stránky?
- Jak jste byl/a vybrán/a do této pozice?
3. Jak často přidáváte příspěvek na webové stránky školy?
- Jaké informace na stránkách sdílíte nejčastěji?
- Jakou informaci jste naposledy zadal/a na stránky školy? Podílel se někdo na daném příspěvku? Jak?
4. Jak vnímáte vzhled Vašich webových stránek?
- Dají se považovat za moderní?
- Jak byste ohodnotil/a školní webové stránky?
- Našlo by se něco, co byste na nich změnil/a?
5. Popíšete mi obvyklá kritéria výběru obsahu na internetové stránky školy?

6. Co se děje, jaký je postup, před samotným zveřejněním daného příspěvku na stránky školy?
Příspěvky na stránky školy zadáváte pouze Vy nebo je mohou zadat i ostatní učitelé?
Kontroluje někdo před zveřejněním dané příspěvky?
7. Mohou se podílet na tvorbě obsahu i samotní žáci? Pokud ne, proč?
Pokud ano, jak se mohou zapojit? Zapojují se?
8. Využívají žáci a pedagogičtí pracovníci školy školní webové stránky nebo stránku na sociálních sítí?
Zjišťujete návštěvnost stránek ze strany žáků a pedagogů?
9. Co si myslíte o profilu školy na sociální síti Facebook?
Má podle Vás profil na Facebooku výhodu oproti klasické internetové stránce?
Je stránka (dle zjištěné návštěvnosti) na sociální síti Facebook navštěvována víc, než klasická internetová stránka?
10. Webové stránky jsou spravovány pomocí redakčního systému nebo si je tvoříte úplně samy?
Je do toho zapojena ještě externí osoba – odborník na webové stránky?

Příloha č. 3: Ukázka rozhovoru – žák

Rozhovor s respondentem A

Tazatel: „Máš doma a ve škole přístup k internetu?“

Respondent: „Doma přístup k internetu máme a ve škole taky, buď nám funguje školní wi-fi nebo máme asi všichni ve třídě mobilní data, samozřejmě na hodinách informatiky máme přístup k internetu taky.“

T: „Jak dlouhou dobu zhruba na internetu trávíš?“

R: „Ve škole jsem na internetu téměř každou přestávku a doma na internetu trávím zhruba 2 – 3 hodiny.“

T: „A co tam nejčastěji děláš, co vyhledáváš?“

R: „Jelikož nepatřím mezi premianty třídy se samýma jedničkama, tak tam nevyhledávám moc nějaký informace k učení, ale spíš hraju hry a koukám na různá videa.“

T: „Vlastníš profil na sociální síti Facebook nebo na Instagramu?“

R: „Ano, vlastním. Na Facebooku ale netrávím moc času jsem spíš aktivní na Instagramu, kde sleduju spoustu profilů, který mě inspirují a zajímají a samozřejmě i já zejména na Instagram přispívám svými příspěvky skrz sport, co dělám. Pak taky chatuju s kamarády.“

T: „Co se stránek školy týče, používáš webové stránky školy a stránky školy na sociálních sítích k získávání informací?“

R: „Moc je nevyužívám.“

T: „Jak často navštěvuješ internetové stránky školy?“

R: „Jen když něco fakt potřebuju, to je tak jednou měsíčně a občas taky v hodinách informatiky, ale to je třeba jednou za čtvrt roku.“

T: „A co tam nejčastěji vyhledáváš?“

R: „Asi rozvrh, protože si ho nepamatuju a chodím se dívat na fotky, které se tam přidávají z různých akcí. Nedávno ale přišel vir a všechny fotky se ze stránek smazaly,

to mě trochu naštválo. Občas jsme se některým momentkám společně s kámošema smáli.“

T: „Co jsi naposledy na stránkách školy vyhledával a za jakým účelem?“

R: „Posledně jsem se díval na fotky a na příspěvky ohledně loučení deváťáků, abych se podíval na starší žáky, jak to měly oni, jelikož letos končíme my, tak abych věděl, co mě tady ještě čeká.“

T: „Jak hodnotíš celkový vzhled webových stránek školy?“

R: „Podle mě jsou velmi špatný, nejsou vůbec na tuhle dobu moderní.“

T: „Jsou pro Tebe webové stránky školy dostatečně přehledné?“

R: „Nejsou, nedivil bych se, když je navštíví nějaký starší rodič, že je tam ztracenej, protože ač je tolik nenavštěvuju, tak se tam taky ztrácím.“

T: „Takže nelze říct, že tam snadno naleznáš všechny informace, které potřebuješ?“

R: „Přesně tak, kdybych hledal něco jinýho, než jsem zvyklý, tak to jen tak nenajdu.“

T: „Jaké informace Ti na stránkách školy přijdou nejvíc potřebné?“

R: „Za mě je to určitě rozvrh, aktuality a pak asi kontakt na učitele, adresa kde se škola nachází a možná i ty dokumenty skrz uvolnění z výuky.“

T: „Co si myslíš o profilu školy na sociální síti Facebook a Instagram?“

R: „Naše škola ty profily na sociálních sítích vůbec neaktualizuje, nechápu, proč je vlastně jako mají, když tam přidávají příspěvek jednou za půl roku.“

T: „Má podle Tebe profil na Facebooku a Instagramu výhodu oproti klasické internetové stránce?“

R: „Určitě je to rychlejší, zejména pro nás žáky, pro předání aktualit, protože na nich trávíme čas a nemusíme navštěvovat ještě webovky.“

T: „Vrátíme se zpátky k webovým stránkám školy, je něco, co Ti na nich chybí?“

R: „Řekl bych že na těch stránkách je asi skoro všechno, když to ten člověk dokáže najít. Jediný co, tak tam není nějaký rozpis denního režimu, jako kdy je škola otevřená, jak začínají hodiny, od kdy do kdy je velká přestávka. To by se třeba pro rodiče, kteří mají v plánu sem dát jejich dítě, mohlo hodit.“

T: „Přijde Ti něco, co se na stránkách školy, vč. na sociálních sítích školy, sdílí, zbytečné?“

R: „Na sociálních sítích není sdílené téměř nic a na webových stránkách školy si asi nic nevybavím, takže asi ne.“

T: „Dokážeš se s obsahem na stránkách školy ztotožnit?“

R: „Já bych se určitě těma stránkama nechlubil. Ztotožnit se s nimi nedokážu, kdyby bylo po mém, vypadají úplně jinak a taky ten obsah je tam přidávaný častěji.“

T: „Kdyby jsi teda byl v pozici tvůrce školních webových stránek Vaší školy, co bys tam primárně sdílel, co by tam podle Tebe nesmělo chybět?“

R: „Podle mě by tam neměl chybět určitě rozvrh hodin, kontakty na učitele, aktuality, školní řád, organizace školního roku a taky ta fotogalerie. Jo a ještě v téhle době informace k distanční výuce.“

T: „Můžeš říct, že jsi na tvář školy v prostředí internetu hrdý?“

R: „Vůbec ne, webovky nejsou moderní na tuhle dobu a sociální sítě neaktualizují. Ale teď by to měl převzít jinačí učitel, tak snad se to zlepší, jen já už tu nebudu, no.“

T: „Když jsi nespokojený se stránkami školy, dělá Ti tak problém spojit své jméno se školou na veřejnosti?“

R: „To pro mě asi problém není, beru to jako dočasnou záležitost. Když vypustím ty stránky školy, že jsou hrozný, tak je škola dobrá a jsem tu docela spokojenej. Normálně řeknu, kam chodím na školu.“

T: „Ještě by mě zajímalo, jestli můžete jako žáci školy zasahovat do sdíleného obsahu na stránkách školy?“

R: „To nemůžeme, možná proto tak ty stránky vypadají.“

T: „Byl bys ochotný podílet se na tvorbě stránek školy, kdyby Vás zapojovali?“

R: „Kdybych na to měl čas, tak jo. Ale skrz mé sportovní vytížení bych to teď nezvládl. Myslím si, že spolužáci by se ale určitě zapojili.“

T: „A jak bys případně pomohl s tvorbou stránek školy?“

R: „Určitě s vizáží těch stránek, mám úplně jinačí styl. Záleží taky, jestli by se jim to líbilo.“

T: *„Na závěr se Tě ještě zeptám, jestli je něco, co bys doporučil tvůrci školních webových stránek?“*

R: *„Doporučil bych rozhodně vylepšit vzhled webových stránek na modernější a aby byly přehlednější i pro starší lidi. Když se tam nemůžu vyznat já, tak jak se tam vyzná starší rodič, to teda fakt nevím. Pak taky pravidelně aktualizovat informace na sociálních sítích. Myslím si, že my mladí ty sociální sítě využíváme víc a škola by se nám měla trochu přizpůsobit.“*