

# Česká zemědělská univerzita v Praze

Institut vzdělávání a poradenství  
Katedra celoživotního vzdělávání a podpory studia



## Sociální sítě a vzdělávání

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor: **Nikola Pejřimovská**

Vedoucí práce: Ing. Jiří Husa, CSc.

2015

## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma *Sociální sítě a vzdělávání* vypracovala samostatně a použila jen pramenů, které cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Jsem si vědoma, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím s jejím zveřejněním dle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a to i bez ohledu na výsledek její obhajoby.

Jsem si vědoma, že moje bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitní databázi a bude veřejně přístupná k nahlédnutí.

Jsem si vědoma, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, především ustanovení § 35 odst. 3 tohoto zákona, tj. o užití tohoto díla.

.....  
Podpis autorky

V Praze dne 30. 3. 2015

## **PODĚKOVÁNÍ**

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Jiřímu Husovi, CSc. za pomoc s výběrem tématu a za vedení práce. Dále bych chtěla poděkovat mému příteli a mé rodině, kteří mi byli při psaní velkou oporou. V neposlední řadě patří velké díky přátelům a známým za spolupráci při realizaci projektu na sociální síti Facebook.

## ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou online sociálních sítí a jejich využitím ve vzdělávání. Práce je rozdělena do dvou základních částí – část teoretickou a část praktickou. První část se nejdříve věnuje nejen teorii sociálních sítí obecně, ale také popisem vybraných neznámějších a nejužívanějších sociálních sítí a jejich historií, zajímavostmi, možnostmi využití a jejich možným uplatněním ve vzdělávání. Druhá část práce je zaměřena na praktické využití vybrané sociální sítě Facebook v předávání vzdělávacích informací. Součástí praktické části je dotazníkové šetření mezi uživateli, kteří se stali fanoušky facebookové stránky Inspirativní koutek, která byla pro účely zpracování této práce založena. V rámci dotazníkového šetření zjišťuji zpětnou vazbu na chod stránky na Facebooku, vhodnost konkrétně této sítě při dalším vzdělávání, otázky ohledně dalších sociálních sítí a jejich úloze při vzdělávání a v neposlední řadě pohled na sociální sítě jako součást výuky, na účinnost stránek a sdíleného obsahu jejich prostřednictvím. Na základě vlastní analýzy a analýzy dotazníku přináším doporučení a návrhy pro využití sítě v dalších možnostech vzdělávání.

**Klíčová slova:** Sociální sítě, Vzdělávání, Facebook, YouTube, Twitter, Google+

## **ABSTRACT**

This bachelor's thesis is concerned on issues of online social sites and its use in education. The thesis is divided into two main parts – the theoretical one and the practical one. First part is not only about the social sites in general, but also about the most known and most used social sites and their history, curiosities, options of use and their possible use in education. Second part is focused on practical use of a chosen social site Facebook as an exchange of educational informations. There is a survey among those users who became fans of Inspirativní koutek, a Facebook page which was created specially for this thesis, included in the second part. Within the terms of the survey I can tell the feedback on the Facebook page, the pertinency of this concrete social site in another education, questions about other social sites and its function in education and last but not least the view of social sites as a part of education, effectiveness of pages and the content shared through them. Based on my own analysis and the survey analysis I bring recommendations and suggestions for using the sites as another way of education.

**Keywords:** Social Networking Sites, Education, Facebook, YouTube, Twitter, Google+

## Obsah

### TEORETICKÁ ČÁST

1. Úvod .....	13
2. Cíle práce .....	14
3. Metodika práce .....	14
4. Sociální sítě .....	16
4.1 Sociální sítě a vzdělávání .....	17
5. YouTube .....	18
5.1 Historie YouTube .....	19
5.2 YouTube dnes.....	19
5.3 Zajímavá fakta o YouTube .....	20
5.4 YouTube a vzdělávání .....	20
6. Twitter.....	21
6.1 Historie Twitteru .....	22
6.2 Twitter dnes .....	22
6.3 Zajímavá fakta o Twitteru .....	23
6.4 Twitter a vzdělávání .....	23
7. Google+.....	24
7.1 Historie Google+ .....	25
7.2 Google+ dnes.....	25
7.3 Google+ a vzdělávání .....	25
8. LinkedIn.....	26
8.1 Historie LinkedIn .....	27
8.2 LinkedIn a vzdělávání .....	27

9. Facebook.....	28
9.1 Historie Facebooku .....	29
9.2 Facebook dnes .....	29
9.3 Facebook a vzdělávání .....	29
9.4 Facebookový profil.....	30
9.5 Facebooková stránka.....	30
9.6 Skupina na Facebooku .....	31

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

10. Úvod do praktické části.....	34
11. Cíle projektu .....	34
12. Plánovaný postup projektu .....	34
13. Popis a vývoj projektu.....	35
14. Demografické a geografické údaje stránky.....	37
15. Sdílené příspěvky .....	39
15.1 Příspěvky sdílené stránkou Inspirativní koutek.....	39
15.2 Příspěvky sdílené fanoušky stránky.....	40
16. Dotazníkové šetření.....	41
16.1 Respondenti dotazníku .....	43
16.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	46
17. Závěr .....	53
18. Seznam použitých zdrojů.....	56
18.1 Monotematické publikace .....	56
18.2 Elektronické dokumenty.....	56
19. Seznam příloh .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>

19.1 Příloha č. 1 – Dotazníkové šetření – přepsané dotazníky.... **Chyba!**  
**Záložka není definována.**

## **Seznam obrázků**

Obrázek 1-Loga sociálních sítí.....	16
Obrázek 2-YouTube, úvodní strana .....	18
Obrázek 3-Twitter, úvodní strana .....	21
Obrázek 4-Google+, úvodní strana po přihlášení.....	24
Obrázek 5-LinkedIn, úvodní strana .....	26
Obrázek 6-Facebook, úvodní strana .....	28
Obrázek 7-Přístup ke skupině na Facebooku .....	32
Obrázek 8-Náhled na FB stránku Inspirativní koutek .....	35
Obrázek 9-Demografické údaje z FB stránky.....	38
Obrázek 10-Nejoblíbenější sdílené příspěvky .....	40
Obrázek 11-Využitelnost dalších sociálních sítí .....	49
Obrázek 12-Vhodnost sociálních sítí pro vzdělávání .....	51

## **Seznam grafů**

Graf 1-Označení FB stránky v měsících .....	36
Graf 2-Sdílené příspěvky x Označení To se mi líbí .....	36
Graf 3-Geografické údaje ze stránky.....	38
Graf 4-Čas vyplňování dotazníku .....	42
Graf 5-Respondenti dotazníku .....	43
Graf 6-Údaje o věku respondentů .....	44
Graf 7-Kategorie respondentů.....	44
Graf 8-Rok založení FB účtu .....	45



Graf 9-Průměrná doba strávená na Facebooku .....	46
Graf 10-Údaje o sdílení stránky.....	46
Graf 11-Je Facebook vhodný pro vzdělávání? .....	48
Graf 12-Využitelnost dalších sociálních sítí.....	49
Graf 13-Vhodnost sociálních sítí pro vzdělávání .....	50
Graf 14-Zařazení sociálních sítí do výuky .....	51

## 1. Úvod

V posledních letech je svět čím dál více obklopen internetem a sociálními sítěmi. Doby, kdy byl internet pouze světem statických webů, které vypadaly všechny stejně, jsou dávno pryč. Chceme být neustále informováni o dění ve světě, sdílet prostřednictvím internetu své nálady a pocity, být se svými známými, přáteli a kolegy z práce neustále v kontaktu, chceme propagovat své produkty a služby, toužíme po vzdělávání. Čas plyne rychle, máme čím dál méně času, a tak se snažíme hledat prostředky, které nám usnadní nejen práci, ale také vzdělávání. A takové prostředky, nejen díky sociálním sítím, které zaznamenaly v posledních několika letech velký boom, také máme. Dobám, kdy jsme potřebné informace a studijní materiály hledali v regálech knihoven, téměř odzvonilo. Vzhledem k tomu, že se pátým rokem věnuji profesně online marketingu a pracuji se sociálními sítěmi prakticky denně, rozhodla jsem se využít příležitosti a psát bakalářskou práci na téma *Sociální sítě a vzdělávání*. Víím, že firmy, a například i neziskové společnosti, sociální sítě využívají na propagaci vlastních produktů či služeb, protože věří ve velký potenciál, který sociální sítě mají. Ale jakým způsobem lze potenciál sociálních sítí využít v otázkách vzdělávání? Jak lze sociální sítě celkově využívat k našemu prospěchu? Jaká je historie sociálních sítí a které z nich jsou nejvíce populární? Lze sociální sítě vzájemně propojit? Těmto a dalším otázkám se ve své bakalářské práci budu věnovat.

## **2. Cíle práce**

Cílem teoretické části této bakalářské práce bude přiblížit problematiku sociálních sítí a zjistit, v jaké míře lze sociální sítě využívat v oblasti vzdělávání. V praktické části pak bude zjišťováno, jak může být facebooková stránka využívána pro uživatele sociální sítě Facebook, hledající možnosti dalšího vzdělávání v oblasti vaření, pečení a výroby domácích produktů. Bude pozorováno, kolik na stránce bylo aktivních uživatelů, kolik uživatelů se na stránku pouze přidalo, avšak nevyvíjelo žádnou aktivitu, kolik uživatelů stránku využívalo na denní bázi a podílelo se na jejím obsahu, kolik uživatelů se inspirovalo příspěvky dalších a zároveň se i podílelo svými příspěvky. Rádi bychom také zjistili, kolik uživatelů uvažuje nad tím, že bude Facebook využívat i pro vzdělávání v dalších oblastech a zároveň, pro koho bylo využití této facebookové stránky přínosem.

## **3. Metodika práce**

Předkládaná bakalářská práce je rozdělena do dvou částí, část teoretickou a část praktickou. V teoretické části se budeme zabývat charakteristikou nejznámějších a nejoblíbenějších sociálních sítí, jako je YouTube, Twitter, Google+, LinkedIn a Facebook, jejich historií a možnostmi či přínosem v oblasti vzdělávání. Zároveň bude zkoumáno, zda a jakým způsobem, lze tyto sociální sítě vzájemně propojit. Při psaní teoretické části se budeme opírat o informace získané jak z knižních a internetových zdrojů, tak i přímo z prostředí jednotlivých sociálních sítí.

Náplní praktické části budou výstupy z nově založené facebookové stránky, která se bude zaměřovat na poradenství v oblasti vaření a pečení a v oblasti výroby domácích produktů. Cílová skupina uživatelů, na kterou se zaměříme, budou dospělí 20+, předpokládaná skladba oslovených uživatelů budou ženy v domácnosti, maminky na mateřské dovolené, ženy a muži, kteří se rádi věnují vaření a pečení a domácím pracím. Na stránce se budou sledovat aktivity těchto uživatelů od doby založení této stránky až po její ukončení (říjen až prosinec 2014).

Během této doby budou shromažďována data jako počet celkových uživatelů stránky, počet aktivních uživatelů stránky, počet nových uživatelů za den/týden/měsíc, počet příspěvků, zpětná vazba uživatelů, aktivita stránky jako taková po celou dobu jejího trvání, úspěšnost jednotlivých příspěvků, kategorií apod. Zakončením praktické části budou výstupy, jak byla facebooková stránka uživatelům nápomocná, v jaké míře ji využívali, která demografická, geografická a věková skupina uživatelů převažovala a zda se dá sociální síť využít pro vzdělávání se konkrétně v těchto oblastech. Zmíněná data se získají přímo ze samotné facebookové stránky plus následně budou jednotliví uživatelé obesláni online dotazníkem ze serveru Survio, pomocí kterého se získají potřebné a chybějící informace pro zakončení praktické části. V závěru bakalářské práce jsou shrnuty celkově klady a zápory sociálních sítí jakožto vzdělávacích prostředků, je uveden pohled moderní společnosti na svět sociálních sítí a také další možnosti jejich využití.

## 4. Sociální sítě

Obrázek 1-Loga sociálních sítí



Zdroj: <http://www.optimizemybrand.com/2014/06/09/pictures-social-media-sites-time-update/>

Sociální sítě v posledních letech zažívají velkého rozmachu. Registrace a následné používání většiny sociálních sítí je zdarma, uživatelské rozhraní je jednoduché a více než příjemné, člověk je se svými přáteli, kolegy, kamarády a blízkými v neustálém kontaktu, obzvláště využívá-li aplikaci pro sociální sítě ve svém chytrém telefonu, kdy za pomoci datového připojení může být připojen k sociální síti kdykoli a kdekoli během několika vteřin. Sociální sítě mohou fungovat taktéž jako úložiště dat, videí a fotografií. Chceme-li, můžou sociální sítě sloužit k propagaci našeho vlastního já. Uživatel si může vybrat, jaký obsah a s kým vším jej prostřednictvím sociálních sítí bude sdílet. Sociální síť neslouží jen k udržení stávajících kontaktů, ale samozřejmě i k navazování kontaktů nových. A to jak profesních, tak i osobních. Málokdy se uživatel registruje pouze na jedné online síti, naopak jich využívá několik najednou. Jak na které síti můžeme komunikovat se svými stávajícími kontakty, či navazovat kontakty nové, jakým způsobem lze prostřednictvím sociálních sítí sdílet jakýkoli obsah, ale především ten vzdělávací, se budeme věnovat v dalších kapitolách této práce.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> JANOUCH, Viktor. *Internetový marketing: Prosaďte se na webu a sociálních sítích*, 2010.

## 4.1 Sociální sítě a vzdělávání

V České republice doposud nebyla vydána žádná knižní publikace, která by například brala v potaz náš školský a vzdělávací systém a která by se přímo zabývala vhodností využití sociálních sítí ve školách, v samotném vzdělávání, podpory sítí v komunikaci mezi studenty a učiteli, či mezi samotnými studenty. Z veřejně přístupných zdrojů bylo objeveno pouze pár článků sepsaných na webu a jedna diplomová práce z roku 2012 od Lenky Sukové, studentky Vysoké školy ekonomické v Praze, kde jejím cílem bylo zprostředkovat čtenářům náhled pod pokličku sociálních sítí, jejich možností v otázkách vzdělávání a zároveň se pokusit vybranou sociální sítí prakticky využít ve výuce.<sup>2</sup>

Nicméně, i přes absenci česky psaných publikací na toto téma, uživatelé sociálních sítí se sami pokoušejí přicházet na možnosti, které jim samotné sociální sítě nabízejí a utvářejí si jejich prostředí k obrazu svému. Sociálních sítí jsou na internetu desítky, jsou si velmi podobné nejen uživatelským rozhraním, ale přesto se každá z nich vyjímá jedinečností a výjimečností, která ji odlišuje od jiných sítí. Bylo vybráno několik sociálních sítí z žebříčku těch nejoblíbenějších<sup>3</sup>, které budou představeny a u kterých se blíže zaměříme na jejich možnosti v oblastech vzdělávání.

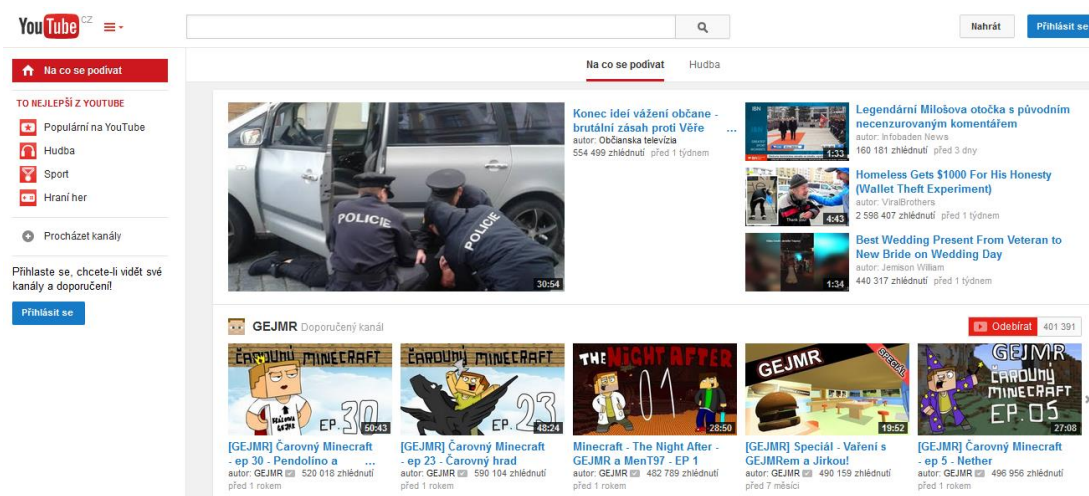
---

<sup>2</sup> SUKOVÁ, Lenka. *Sociální sítě ve vzdělávání*, 2012.

<sup>3</sup> <http://webtrends.about.com/od/socialnetworkingreviews/tp/Social-Networking-Sites.htm>

## 5. YouTube

### Obrázek 2-YouTube, úvodní strana



Zdroj: <https://www.youtube.com>

YouTube je server, na kterém se dá zhlédnout prakticky jakýkoli klip, který si jen člověk může představit. Samozřejmě každý uveřejněný videoklip musí být v souladu s pravidly užívání této sociální sítě. Na YouTube nalezneme klipy hudebních skupin všech žánrů, klipy bavičů, starých či nových televizních reklam, muzikálových představení, koncertů, školních besídek a filmových projektů, domácích videí, videí s roztomilými zvířátky, s osobními video blogy – tedy téměř opravdu vše, na co si jen vzpomeneme. Uživatelé na server nahrávají doslova miliony videoklipů, na které se může prostřednictvím webového prohlížeče podívat zdarma vesměs každý uživatel internetu.

Většina z těchto videoklipů je amatérská, tvořená laiky, pomocí webových kamer, obyčejných osobních kamer či prostřednictvím mobilního telefonu. Právě toto klipům dodává osobního rázu a hlavně z tohoto důvodu takové klipy lidé velmi rádi sledují. Avšak YouTube není pouze serverem pro amatérské videoklipy, v poslední době narůstá i počet profesionálních klipů, které slouží k propagaci konkrétního výrobku nebo služby, či nabízejí vzdělávací obsah.<sup>4</sup> Jednou z firem, která sdílí svá vzdělávací videa a taktéž informace o svých produktech prostřednictvím serveru YouTube, je internetový gigant Google.

<sup>4</sup> MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu*, 2012.

Specialisté z online marketingu sami velmi často využívají tato videa ke své práci. Google má dokonce vlastní kanál ve videoučebně YouTube EDU, které se blíže věnujeme v kapitole *YouTube a vzdělávání*.

Všechna videa YouTube je možné sdílet prostřednictvím dalších sociálních sítí, například prostřednictvím Google+, Facebooku, Twitteru a LinkedInu.

## 5.1 Historie YouTube

Zakladateli serveru YouTube jsou tři bývalí zaměstnanci společnosti PayPal – Chad Hurley, Steven Chen a Jawed Karim. Měli dojem, že lidé potřebují službu, která zkombinuje nahrávání, sledování a sdílení videoklipů. A právě tato myšlenka dala za vznik serveru YouTube. Nejdříve byla v květnu 2005 vyvinuta testovací beta verze, ve které se snažili zakladatelé vychytat všechny nedostatky a v prosinci téhož roku byl server YouTube spuštěn oficiálně.<sup>5</sup>

YouTube se stal velmi rychle nesmírně oblíbeným serverem. Než uplynul rok, dosáhl server 38 milionů návštěvníků. Stala se z něj jedna z deseti nejnavštěvovanějších webových stránek – a také jedna z nejrychleji rostoucích stránek v dějinách internetu. Což samozřejmě začalo velmi zajímat konkurenci, hlavně společnost Google. A tak, v říjnu roku 2006, se Google rozhodl, že server YouTube koupí. Zaplatil za něj neuvěřitelných 1,65 miliard dolarů.<sup>6</sup>

## 5.2 YouTube dnes

Počet videí i uživatelů serveru, dalo by se říci, že každou minutou, neustále narůstá. Podle průzkumu společnosti comScore je YouTube třetím největším serverem celého internetu. Návštěvníci sledují v průměru dvě miliardy klipů denně, což představuje cca 40% všech klipů zhlédnutých na internetu. Tento

---

<sup>5</sup> MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu*, 2012.

<sup>6</sup> MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu*, 2012.



záabavní server se pravidelně umisřuje v řebřičku popularity mezi 5 nejoblíbenějšími servery.<sup>7</sup>

### 5.3 Zajímavá fakta o YouTube<sup>8</sup>

1. Během jediného dne mají videa na YouTube průměrně 4 miliardy zhlédnutí.
2. Kdybychom si chtěli přehrát všechna videa, která se na YouTube nahrají za pouhou minutu, trvalo by to více než 4 dny.
3. Více než 14% Američanů používá YouTube během své pracovní doby.
4. Server YouTube má 61 jazykových mutací.
5. Více než polovina zhlédnutých videí je provedena prostřednictvím chytrých telefonů.
6. Píseň Gangnam style od jihokorejského zpěváka PSY drží rekord ve zhlédnutí videa. Tato nahrávka nasbírala od roku 2012 přes neuvěřitelné 2 miliardy a několik desítek milionů zhlédnutí.<sup>9</sup>
7. YouTube kanál jako celek ovládá zpěvačka Rihanna, jelikož počet zhlédnutí všech jejích videí přesahuje 5 miliard.
8. V Americe používá YouTube přes 97% amerických charit a neziskových společností.
9. Nejvíce uživatelů tohoto kanálu nalezneme v Číně. YouTube využívá 90 milionů obyvatel.
10. YouTube si měsíčně pustí každý sedmý obyvatel světa.

### 5.4 YouTube a vzdělávání

Chcete-li své myšlenky, vědomosti či dovednosti sdílet s ostatními, je to prostřednictvím YouTube velmi jednoduché. K pořízení videoklipu není třeba víc, než kamera, popřípadě mobilní telefon, a samozřejmě počítač. Náklady

---

<sup>7</sup><http://webtrends.about.com/od/socialnetworkingreviews/tp/Social-Networking-Sites.htm>

<sup>8</sup> <http://objevit.cz/10-faktu-ktere-nevite-o-youtube-t91520>

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>

na výrobu klipů jsou téměř nulové. Do videoklipů se dají vložit vyskakovací poznámky, anotace a interaktivní okna.

YouTube má dokonce jakousi videoučebnu, která vám poskytne přístup k široké škále vzdělávacích videí od akademických přednášek až po inspirativní projevy. Tento kanál se nazývá YouTube EDU a nabízí možnost filtrování videí podle zájmů (např. humanitní a přírodní vědy, technické obory, jazyky a umění) a podle úrovně vzdělání (základní a středoškolské, vysokoškolské, celoživotní). Autory videí jsou zpravidla přímo vzdělávací instituce, nebo odborníci v dané kategorii. U jednotlivých videí je možnost zobrazení popisku, o čem video pojednává, nebo například skrytá videa, která jsme už zhlédli a znovu je vidět nepotřebujeme. U většiny videí, které přímo neobsahují anglické titulky, je možnost si titulky přidat. Bohužel ne vždy jsou ale přesné.<sup>10</sup>

## 6. Twitter

Obrázek 3-Twitter, úvodní strana



Zdroj: <https://twitter.com/?lang=cs>

Twitter je celosvětově rozšířenou sociální sítí, která slouží jako mikro blogovací nástroj, pomocí kterého můžeme sdílet (tzv. tweetovat) své myšlenky, pocity nebo zajímavé informace. Příspěvky, neboli tweety,

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/t/education>

nemohou přesáhnout délku 140 znaků, takže je třeba vyjadřovat se stručně a výstižně. Na tweety ostatních uživatelů, které sledujeme, můžeme reagovat, nebo je rovnou zveřejňovat na vlastní zdi příspěvků.

## 6.1 Historie Twitteru

Zakladatelem Twitteru je Jack Dorsey. K založení této sociální sítě ho přivedl nápad o založení služby, která by velmi rychle informovala o tom, co právě děláme, například pomocí sms zpráv. První prototyp Twitteru se objevil v červnu 2006 a sloužil pouze jako interní služba zaměstnanců Odeonu. Hlavní zlom nastal v srpnu roku 2007, kdy na festivalu South by Southwest proběhla jeho velká propagace pomocí dvou obřích plazmových obrazovek, na kterých probíhaly tweety. Během pár dní se jeho využívání ztrojnásobilo. Z počátku byla pracovní verze Twitteru pojmenována Status, ale takové jméno tvůrcům služby nestačilo. Nastala doba, kdy se tvůrci snažili najít lepší název a prvním z návrhů se stalo slovo Twitch. Toto označení bylo odvozeno od pohybů mobilního telefonu při vibračním vyzvánění. Tak se autoři rozhodli nahlédnout do slovníku na slova sousedící s Twitchem a náhle byl název na světě. Twitter = cvrlikání. V roce 2009 byl Twitter třetí největší sociální sítí. Této pozice dosáhl během necelých tří let. V češtině je Twitter dostupný od 6. srpna 2012.<sup>1112</sup>

## 6.2 Twitter dnes

Twitter má v současné době přes 300 milionů uživatelů, kteří každý den tweetnou až 250 milionů příspěvků. V České republice využívá Twitter něco málo přes 100 tisíc uživatelů, což je, například oproti Facebooku, opravdu zanedbatelné číslo. Od letošního roku je možné prostřednictvím Twitteru také inzerovat reklamu a do budoucna bude možné prostřednictvím této sociální sítě také nakupovat.<sup>1314</sup>

---

<sup>11</sup> LÜSTED, Marcia Amidon. *Social Networking: MySpace, Facebook, & Twitter*, 2011.

<sup>12</sup> O'REILLY, Tim. MILSTEIN, Sarah. *The Twitter Book*, 2011.

<sup>13</sup> <http://www.marketup.cz/cs/blog/9-zajimavosti-o-twitteru-ktere-byste-meli-vedet>

<sup>14</sup> <http://www.nejinformatiky.cz/fakta-a-cisla-o-twitteru-infografika/>

### 6.3 Zajímavá fakta o Twitteru<sup>15</sup>

1. Každý čtvrtý uživatel Twitteru pochází z Ameriky.
2. Ze všech hlav států, které mají Twitter, je nejsledovanější americký prezident Barack Obama.
3. Na Twitteru je téměř polovina neaktivních uživatelských účtů a cca 20 milionů účtů je falešných.
4. Účet na Twitteru má každý desátý milionář.
5. Twitter využívá zhruba 80% všech světových lídrů.
6. Ve Velké Británii má Twitter účet více než 10 milionů obyvatel, což je nejvíce uživatelů ze všech evropských zemí.
7. Denně je aktivních přes 45% všech uživatelů Twitteru.
8. Zhruba 200 milionů uživatelů zapíná svůj Twitter účet alespoň jednou měsíčně.

### 6.4 Twitter a vzdělávání

Twitter nemá žádný vlastní kanál určený pro vzdělávání. Nicméně lze prostřednictvím Twitteru sdílet vlastní webové stránky, blogy, nebo videa, které se vzdělávání přímo věnují, nebo vzdělávací témata obsahují. A pak u tohoto tweetu, prostřednictvím kterého jsme sdíleli nějaký vzdělávací obsah, sledovat komentáře, postřehy a nápady uživatelů, kteří nás sledují a kterým se náš obsah líbí.

Avšak jednou z možností, jak vytvořit vzdělávací obsah, je použití tzv. hashtagů - krátké odkazy označené znakem #. Ke každému tweetu máme také možnost vytvořit unikátní hashtag. Tento znak mění jakékoliv slovo, nebo skupinu slov, na dohledatelný odkaz. Tyto odkazy nám umožňují organizovat obsah a sledovat diskuze založené na stejných klíčových slovech. Budeme-li chtít tedy tweetnout nějaký odkaz na náš web, blog, či video, přidáme k tomuto

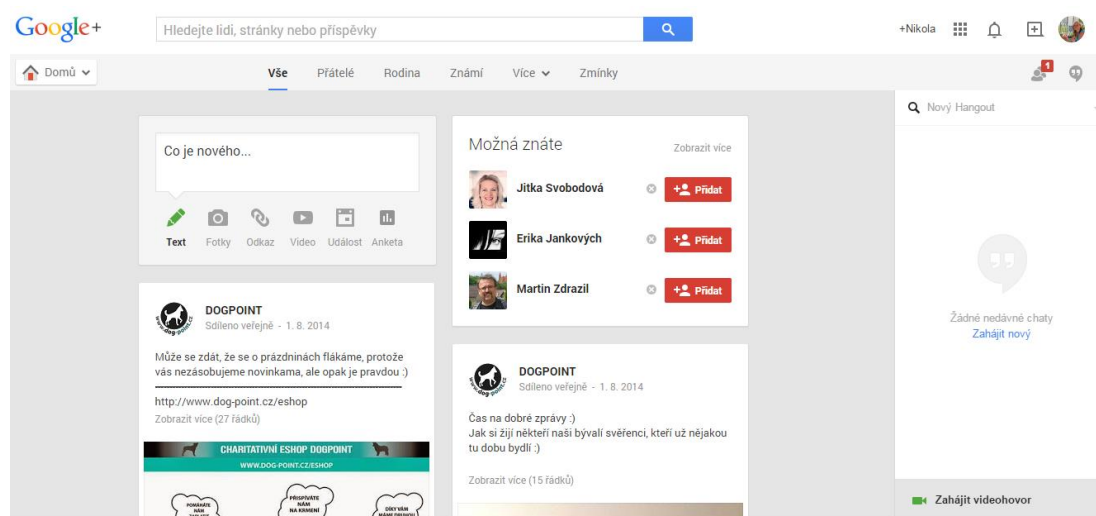
---

<sup>15</sup> <http://objevit.cz/10-faktu-ktere-nevite-o-twitteru-t96589>

tweetu i hashtag, který bude souviset s daným tématem, například ve formátu [#SocialniSite](#). Po kliknutí na tento hashtag se nám zobrazí všechny příspěvky od uživatelů, kteří jej taktéž zmiňují. Můžeme se touto cestou dostat k dalším blogům, webovým stránkám nebo videím, které se věnují stejnému tématu.

## 7. Google+

Obrázek 4-Google+, úvodní strana po přihlášení



Zdroj: <https://plus.google.com/>

Google+ je jednou z nejmladších sociálních sítí. Provozovatelem, jak sám název vypovídá, je internetový gigant Google. Do sítě se můžete přihlásit prostřednictvím e-mailu, kdy si vytvoříte uživatelský profil. Využíváte-li Gmail (e-mail od Googlu), máte profil vytvořený automaticky, stačí se do něj pouze přihlásit a profil si přizpůsobit – vyplnit další informace o své osobě, které nebyly zadány při vytváření Gmailu, nebo přidat profilovou a titulní fotografii.

Na této sociální síti můžete sdílet videa, fotografie, vaše pocity a nálady. Jednou ze zajímavostí této sítě je vytváření Kruhů. Můžete si vytvořit Kruhy z vašich přátel, spolužáků, známých, kolegů z práce nebo rodiny. Není potřeba zde potvrzovat přátelství, stačí odebírat příspěvky ostatních uživatelů, které je možné sdílet buď do vámi vybraných kruhů, nebo veřejně. Výhodou je také automatická záloha fotografií – využíváte-li chytrý telefon a máte-li v něm založen Google účet, stačí si zapnout automatické zálohování fotografií a ve

chvíli, kdy se telefon připojí k internetu prostřednictvím wi-fi nebo mobilní sítě, automaticky uloží na váš profil Google+ všechny nově pořízené fotografie. Tyto fotografie nemůžou zobrazit ostatní uživatelé, které máte v kruzích, dokud jim to sami neumožníte.

## 7.1 Historie Google+

Google+ byl spuštěn 28. 6. 2011 a měl se stát hlavním konkurentem Facebooku. Zpočátku tato síť byla zpřístupněna jen některým uživatelům, kteří obdrželi pozvánku. Postupně byl počet uživatelů navyšován a po prvních dvou týdnech se do sítě registrovalo přes 10 milionů lidí. Od září roku 2011 je sociální síť dostupná všem uživatelům. Zpočátku bylo možné registrovat se do sítě až od 18 let, a to vzhledem k tomu, že byla síť v testovací verzi a Google tak nemohl zaručit ochranu všech osobních údajů. Od ledna 2012 se věkový limit snížil na 13 let. V dubnu 2012 měl Google+ přes 170 milionů registrovaných uživatelů.<sup>16</sup>

## 7.2 Google+ dnes

Dle posledních údajů by měl Google+ mít přes dvě miliardy zaregistrovaných uživatelů. Nicméně nejsou to aktivní uživatelé, a tak se řadí mezi sociálními sítěmi na druhé místo. Podle odhadů je aktivních 38% registrovaných uživatelů, kteří ale nevyužívají tuto sociální síť na denní bázi. Prostřednictvím této sítě můžete komentovat videa na YouTube, zálohovat fotografie ze svého mobilního telefonu, nebo komunikovat s lidmi, které máte v kruzích.<sup>17</sup>

## 7.3 Google+ a vzdělávání

Google+ je k možnostem vzdělávání o dosti vstřícnější, než například Twitter. Když pomíneme možnost sdílet videa přímo z YouTube, což umožňuje

---

<sup>16</sup> BROGAN, Chris. *Google+ for Business: How Google's Social Network Changes Everything*, 2012.

<sup>17</sup>[http://technet.idnes.cz/google-plus-dve-miliardy-uzivatelu-d60-/sw\\_internet.aspx?c=A141021\\_204910\\_sw\\_internet\\_pka](http://technet.idnes.cz/google-plus-dve-miliardy-uzivatelu-d60-/sw_internet.aspx?c=A141021_204910_sw_internet_pka)

v dnešní době každá ze zmiňovaných sociálních sítí, jsou k dispozici další varianty, které nám síť nabízí. Například samostatná služba Hangout, díky které máme možnost realizovat videohovory. Pomocí služby Hangout můžeme uspořádat webináře nebo přednášky, můžeme se připojovat na různá školení, na která jsme obdrželi pozvánku. Videohovory prostřednictvím této služby lze nahrávat a tím pádem i ukládat. Na Google+ si může založit profil škola, nebo jakákoli jiná vzdělávací instituce a vytvořit si kruhy svých žáků a studentů, kterým následně bude prostřednictvím této sociální sítě sdílet vlastní vzdělávací obsah.

## 8. LinkedIn

Obrázek 5-LinkedIn, úvodní strana

Zdroj: <https://cz.linkedin.com/>

LinkedIn patří také mezi sociální sítě, avšak neslouží přímo ke vzdělávání, nicméně jsme-li na této síti aktivní, může souviset s naší profesní kariérou, proto ji nesmíme opomenout.

LinkedIn je profesní sociální síť, jakási platforma například pro udržení stávajících a získávání nových obchodních kontaktů. LinkedIn si zakládají

firmy nejen jako další kanál ke své propagaci, ale samozřejmě také pro komunikaci se svými obchodními partnery.<sup>18</sup>

## 8.1 Historie LinkedIn

Sociální síť LinkedIn byla založena v roce 2002 Reidem Hoffmanem a jeho kolegy, oficiální spuštění proběhlo 5. května 2003.<sup>19</sup> Během tří let se na této síti zaregistrovalo více než 5 milionů uživatelů. V roce 2007 se otevírá první zákaznické centrum v Omaze a o rok později, v roce 2008, kdy už má LinkedIn přes 20 milionů registrovaných uživatelů, expandují do Evropy, konkrétně do Londýna. Zároveň vytvářejí španělskou a francouzskou verzi webových stránek. LinkedIn se tedy stává opravdovou globální společností.<sup>20</sup>

## 8.2 LinkedIn a vzdělávání

LinkedIn se přímo na vzdělávání nepodílí. Nicméně nátlak díky úspěšnosti ostatních sociálních sítí je natolik silný, že už i prostřednictvím sítě LinkedIn může uživatel sdílet své pocity, aktualizovat nápady a samozřejmě odkazy na stránky a videa, která mohou mít vzdělávací obsah. Ale mnohem lépe LinkedIn funguje jako online životopis, jehož základní údaje jsou přístupné všem, i neregistrovaným uživatelům. Kompletní přehled o profesní kvalifikaci vybraného uživatele je možné získat až po registraci do sítě.

V roce 2014 měla tato síť více než 330 milionů uživatelů a přes 3 miliony zaregistrovaných firemních profilů.<sup>21</sup> S nadsázkou by se dalo říci, že chcete-li získat práci, vytvořte si na LinkedIn profil, zadejte všechny požadované údaje, aby byl profil kompletní a snažte se být vidět. Pak máte přes LinkedIn opravdu velkou šanci.

---

<sup>18</sup> ROSEN, Viveka von. *LinkedIn marketing: an hour a day*, 2012.

<sup>19</sup> <https://www.linkedin.com/about-us?trk=hp-about>

<sup>20</sup> <https://ourstory.linkedin.com/>

<sup>21</sup> <https://ourstory.linkedin.com/>



## 9. Facebook

Obrázek 6-Facebook, úvodní strana

The image shows the Facebook homepage layout. At the top left is the Facebook logo. To the right are input fields for 'E-mail/telefon' and 'Heslo', with a 'Přihlásit se' button. Below these are checkboxes for 'Zůstat přihášen(a)' and a link 'Zapomněli jste své heslo?'. The main content area is split into two columns. The left column features a headline: 'Facebook vám pomáhá navázat kontakt s lidmi ve vašem životě a sdílet s nimi své příspěvky.' Below this is a world map with several orange person icons connected by dashed lines, representing a social network. The right column is titled 'Zaregistrovat se' and includes the text 'Facebook byl, je a bude zdarma.' Below this are several input fields: 'Jméno' and 'Příjmení' (grouped), 'E-mail nebo číslo mobilního telefonu', 'Zadejte e-mail nebo číslo mobilu znovu', and 'Nové heslo'. At the bottom of the registration form is a 'Datum narození' section with dropdown menus for 'Uen', 'Měsíc', and 'Rok', and radio buttons for 'Žena' and 'Muž'. A small link 'Proč musím uvést svoje datum narození?' is also present.

Zdroj: <https://www.facebook.com/>

Facebook je fenomén. Celosvětově se jedná o nejoblíbenější sociální síť, kterou využívá více než 500 milionů uživatelů. Jen v České republice je na této sociální síti zaregistrována pětina obyvatel. Registrovat se může každý, kdo má vlastní e-mailovou adresu a dovršil 13 let věku.<sup>22</sup>

Od svého spuštění prošel Facebook velkými změnami. V dnešní době můžete na Facebooku, kromě tradičního chatu s přáteli a sdílení svých pocitů a fotek, také hrát hry nebo inzerovat reklamu – propagovat vlastní firmu či konkrétní produkty. Na Facebooku si můžete založit nejen vlastní profil, ale zároveň také stránku, či skupinu. Stránky využívají různé firmy k vlastní propagaci, či celebrity ke kontaktu se svými fanoušky. Stránku je možné založit, i pokud už máte vlastní profil – pak tuto stránku spravujete přímo přístupem ze svého profilu.

Stránky je možné využít právě i pro vzdělávání. Jsou hojně využívány kantory středních škol, kde uvádí informace pro své studenty, mohou jim přes stránky nahrávat materiály k učivu, upozorňovat na blížící se zkoušky prostřednictvím událostí a podobně. Obsah stránky je viditelný všem uživatelům, kteří ji označí tlačítkem „To se mi líbí“. Stejně se dají na Facebooku zakládat skupiny, které

<sup>22</sup> WANKEL, Charles. *Educating Educators with Social Media*, 2011.

využívají studenti samotní – většinou platí, že každá třída má svou vlastní skupinu. Tyto skupiny bývají zpravidla neveřejné, přístupné pouze pro přidání uživatele. Prostřednictvím skupiny mohou uživatelé diskutovat nebo si sdílet studijní materiály. Facebookovým stránkám a skupinám se blíže věnujeme v samostatných kapitolách.

## **9.1 Historie Facebooku**

Facebook byl založen studentem Harvardské univerzity, Markem Zuckerbergem, který zprvu roku 2003 vytvořil web Facemash, na kterém mohli studenti Harvardu hodnotit atraktivitu svých spolužaček. Tento počín ho dostal před kárné řízení univerzity kvůli krádežím použitých fotografií. Koncem roku 2003 začal Zuckerberg pracovat pro bratry Winklevossovy, kteří v té době vytvářeli univerzální sociální síť s názvem HarvardConnection. Tento nápad se Zuckerbergovi natolik zalíbil, že začal s kamarády vyvíjet vlastní sociální síť – thefacebook.com. Název byl složen na základě seznamovacích letáků amerických studentů. První měsíc provozu sloužila tato sociální síť pouze studentům Harvardu, ale již během několika málo týdnů se zpřístupnila i dalším prestižním americkým školám. Do tří let od vzniku se na Facebook mohl přihlásit každý, kdo měl vlastní e-mailovou adresu a byl starší 13 let.

## **9.2 Facebook dnes**

V roce 2013 měl Facebook více než jednu miliardu aktivních uživatelů po celém světě. Vzhledem k tomu, že Facebook disponuje velmi kvalitní mobilní aplikací, která se pravidelně aktualizuje, polovina uživatelů se přihlašuje právě z mobilních zařízení, to znamená, že se ke své oblíbené sociální síti mohou připojit všude, kde je dostupná mobilní síť, anebo wi-fi.

## **9.3 Facebook a vzdělávání**

Na Facebooku má uživatel spoustu možností, jak využít tuto sociální síť ke vzdělávání, ať už vlastnímu, či ke vzdělávání dalších uživatelů. Vzhledem

k tomu, že si profil na Facebooku může založit uživatel až po dovršení 13 let, nemohou facebookové profily a stránky využívat pro vzdělávání mladší žáci, a tím pádem o možnost jejich vzdělávání z facebookového prostředí přicházejí taktéž učitelé prvního stupně. Možností by bylo zprostředkování informací za pomoci profilu rodičů či starších sourozenců, ale nejde-li o komunikaci napřímo se žákem, nemusí být předávání informací natolik efektivní.

O možnostech, jak využít tuto sociální síť v oblasti vzdělávání, se věnujeme v následujících kapitolách.

## **9.4 Facebookový profil**

Jak již bylo zmíněno, profil si na Facebooku může založit každý, kdo dovršil 13 let a má vlastní e-mailovou adresu. Registrace samotného profilu je velmi jednoduchá a rychlá, stačí zadat své osobní údaje, jako je jméno a příjmení, datum narození, e-mailovou adresu a heslo, a profil je během několika málo vteřin vytvořen. Po registraci může uživatel ihned prostřednictvím e-mailové adresy dohledat své přátele, kamarády a známé, kteří mají taktéž založený facebookový profil, anebo si rovnou přidat svou profilovou fotografii.

Když je profil vytvořen, může uživatel jeho prostřednictvím, respektive prostřednictvím statusu, sdílet jakýkoli obsah – samozřejmě v souladu se zásadami používání dat. Je možné sdílet videa z YouTube, či jakýchkoli jiných serverů, vkládat vlastní fotografie nebo videa. Dále lze sdílet obsah jiných uživatelů – jejich statusy, vložené fotografie, videa nebo různé stránky s tematickým či vzdělávacím obsahem. Bez profilu na Facebooku bychom taktéž neměli možnost založit skupiny či stránky. K čemu facebookové stránky či skupiny mohou sloužit, popisujeme v následujících kapitolách.

## **9.5 Facebooková stránka**

Založení stránky na Facebooku zabere pouhých pár minut. Můžeme si vybrat, zda založíme tzv. komunitní, či oficiální stránku. K oficiální stránce potřebujeme souhlas majitele práv k danému produktu, či službě. Pro

vzdělávání je tedy nejvhodnější vybrat komunitní stránku. Oficiální stránku bychom například vytvořili, pokud bychom chtěli propagovat určitou publikaci, učebnici či skripta. Při vytváření stránky zadáváme základní informace o stránce a lze stejně, jako u profilu, nahrát obrázek. Stránku můžeme omezit pro určité věkové skupiny, či regiony, nebo dokonce na pohlaví. Lze tedy velmi dobře zacílit pouze na ty uživatele, které chceme naší stránkou oslovit. V nastavení lze také vybrat, zda povolíme fanouškům stránky (tedy těm uživatelům, kteří u stránky kliknou na tlačítko „To se mi líbí“), aby mohli vkládat na zeď příspěvky, či přidávat vlastní fotografie a videa. Bohužel nelze žádným způsobem omezit obsah vkládaných příspěvků, fotografií či videí, je tedy jedině na našem rozhodnutí, zda stránka bude fungovat pouze jednostranně, tedy tak, že obsah bude vytvářet sám zakladatel stránky, nebo zda povolíme všem fanouškům vkládat vlastní obsah, který můžeme posléze korigovat.<sup>23</sup>

Stránku lze propagovat dvěma způsoby – prostřednictvím svého profilu můžeme lidem, které máme v přátelích, poslat odkaz na stránku a vyzvat je, aby se stali fanoušky stránky. Odkaz na stránku lze poslat prostřednictvím zprávy, či přímo aktualizací stavu na našem profilu. Stejně tak můžeme tento odkaz zaslat prostřednictvím e-mailu nebo Skypu. Mnohem jednodušší ale je využít u stránky tlačítko „Sdílet“. Takto nasdílíme jakoukoli stránku během pár vteřin včetně náhledu na titul stránky a uživatele, kteří sdílený obsah uvidí, mohou na tlačítko „To se mi líbí“ kliknout přímo, aniž by se předtím museli prokliknout na stránku.

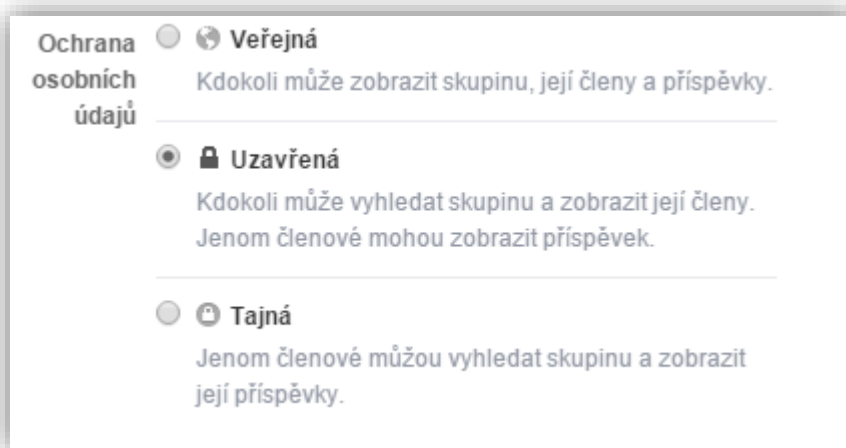
## 9.6 Skupina na Facebooku

Skupina, která slouží především pro vzájemnou komunikaci mezi jejími členy, může být, stejně jako stránka, založena jakýmkoli uživatelem Facebooku, který již má vytvořený profil. Při zakládání skupiny zvolíme libovolný název a nastavíme přístup do skupiny, čímž určíme její viditelnost. Přístup ke skupině má 3 možnosti – Veřejná, Uzavřená, Tajná. Popisy jednotlivých přístupů můžete vidět na obrázku 7 níže.

---

<sup>23</sup> DĚDIČEK, Dominik. *333 tipů a triků pro Facebook*, 2010.

Obrázek 7-Přístup ke skupině na Facebooku



Zdroj: <https://www.facebook.com/>

Zatímco u stránky je možné přátelům pouze navrhnout, aby se stali fanoušky, u skupiny přátele můžete vyzvat, aby se stali jejími členy. Lze to takto provést přímo prostřednictvím Facebooku, kdy všem přátelům, které chcete vyzvat, zašlete pozvánky. Tyto pozvánky můžete všem přátelům a uživatelům Facebooku zaslat i za pomoci e-mailu. Další výhodou oproti stránce, má-li skupina méně než 5000 členů, je možnost zaslat všem členům skupiny zprávu či vytvořit ve skupině událost.

I ve skupině máme možnost povolit či zakázat jejím členům vkládat videa, fotografie, či psát příspěvky. Můžeme ale vložený obsah nejprve schválit a až poté se zobrazí i dalším členům, což je veliká výhoda oproti stránce. Nevýhodou ale může být, má-li stránka opravdu velký počet členů. Pak by bylo pro správce časově velmi náročné obsah od členů stránky podrobně procházet a případně cenzurovat. Zde by správce stránky mohl využít možnosti určit správcem stránky ještě další členy, kteří by s korekcí obsahu vypomohli. Tato funkce se určitě hodí i ve chvíli, je-li skupina vytvořena například pro předmět či kurz, který je vyučován dvěma a více kantory. Mohou tak být správci všichni a řídit chod stránky nezávisle na sobě.<sup>24</sup>

<sup>24</sup> DĚDIČEK, Dominik. *333 tipů a triků pro Facebook*, 2010.

# **PRAKTICKÁ ČÁST**

## 10. Úvod do praktické části

Dle zjištěných poznatků z první části předkládané bakalářské práce lze usoudit, že jako nejlepší a uživatelsky nejpříjemnější sociální síť je bezpochyby Facebook. I mně osobně se s touto sociální sítí velmi dobře pracuje, a to jak v osobním, tak profesním životě, a proto jsem si ji vybrala pro svůj projekt.

## 11. Cíle projektu

Na začátku realizace projektu bylo velmi důležité určit si **hlavní cíle**:

- Vymyslet téma, na které by měl být celý projekt zaměřen.
- Určit, jakým způsobem bude uživatelům Facebooku sdílen vzdělávací obsah.
- Najít způsob, jak uživatele Facebooku pro svůj projekt získat.

**Dalšími cíli bylo:**

- Získat relevantní počet uživatelů (alespoň 100), s kterými by se dalo pracovat.
- Propagovat na stránce pouze takové příspěvky, které by mohly být pro ostatní uživatele zajímavé a podnítily by je k jejich dalšímu sdílení.
- Zjistit vhodnost Facebooku a dalších sociálních sítí v propagaci vzdělávacího obsahu.

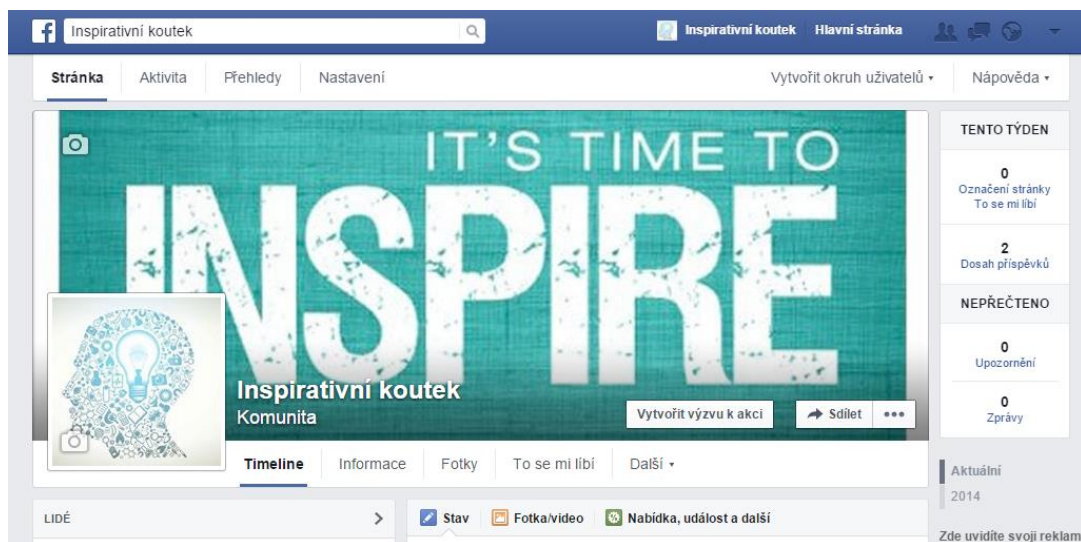
## 12. Plánovaný postup projektu

- Založení facebookové stránky.
- Nastavení omezení stránky.
- Přidání vypovídající a zajímavé profilové a úvodní fotografie.
- Propagace prvního příspěvku a získání prvních fanoušků stránky.
- Výběr dalších příspěvků a nastavení časového plánu pro jejich sdílení.
- Vymezení času pro reakce ke komentářům na sdílené příspěvky.
- Sběr dat ze stránky pro použití v bakalářské práci.

### 13. Popis a vývoj projektu

Jak již bylo uvedeno v teoretické části, je vhodnější pro vzdělávací obsah, který chceme na Facebooku veřejně publikovat, založit stránku. A tak byla 15. října 2014 založena facebooková stránka s názvem *Inspirativní koutek*.

Obrázek 8-Náhled na FB stránku Inspirativní koutek



Zdroj: <https://www.facebook.com/pages/Inspirativn%C3%AD-koutek/683355201771450>

**Popis stránky:** *Pojďme společně sdílet naše tipy a nápady v oblasti vaření, pečení a domácích výrobků a prací a všeho dalšího, co nás napadne :)*

Stránka byla určena pro všechny, kdo se chtěl inspirovat novými recepty v oblasti vaření a pečení, stejně tak výrobky typu „udělej si sám“ a vzhledem k tomu, že byla stránka založena v předvánočním období, tak i pro ty uživatele, kteří hledali tipy na vánoční výzdobu svého bytu nebo domu.

Stránku nebyla omezena pohlavím, byla dostupná jak ženám, tak i mužům, a stejně tak si ji mohli zobrazit všichni uživatelé Facebooku na území České republiky. Jediné omezení bylo, že uživatel, který se chtěl stát fanouškem stránky, musel být starší 20 let, a to z toho důvodu, že jsme se zaměřovali zejména na vzdělávání dospělých. Prvním úkolem bylo, dostat stránku do podvědomí dalších uživatelů Facebooku, k čemuž bylo využito vlastního profilu, vlastních kontaktů a možnosti stránku sdílet. Prvními fanoušky stránky tedy byla rodina, spolužáci, přátelé a známí. Poté, co se stali všichni tito uživatelé fanoušky, mohli stránku dále šířit mezi své přátele, čímž stránka



získávala den za dnem více fanoušků. Inspirativní koutek získal v období 15. 10. 2014 – 31. 12. 2014 celkem 144 označení „To se mi líbí“.

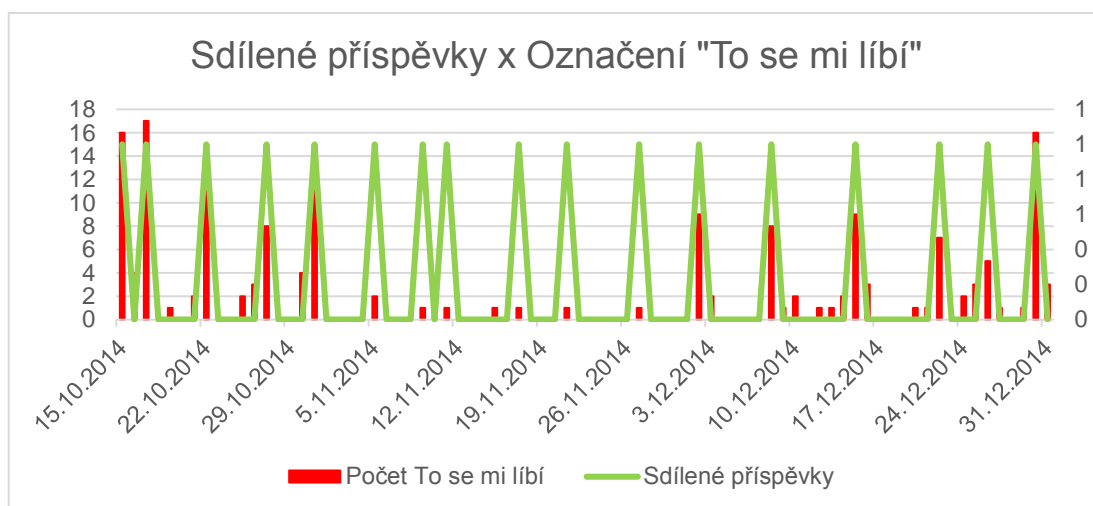
Graf 1-Označení FB stránky v měsících



Zdroj: vlastní zpracování

Dle statistických údajů ze stránky získával Inspirativní koutek nejvíce fanoušků ve chvíli, kdy byl jeho prostřednictvím sdílen vzdělávací obsah. Porovnání sdílených příspěvků a označení stránky můžeme vidět v kombinovaném grafu.

Graf 2-Sdílené příspěvky x Označení „To se mi líbí“



Zdroj: vlastní zpracování

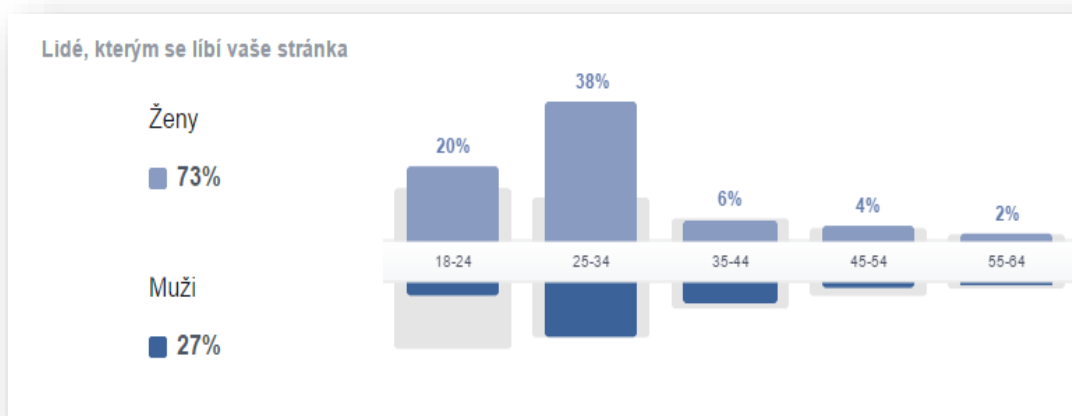
Facebook nabízí možnost porovnat úspěšnost založené stránky s dalšími, obdobně zaměřenými stránkami. Konkrétní stránky si může správce stránky

libovolně vybrat. Víme-li například, kdo je na Facebooku naším největším konkurentem, můžeme sledovat vývoj jeho stránky v porovnání s naší stránkou. Stejně tak lze této funkci využít, spravujeme-li na Facebooku více stránek najednou. Můžeme tak sledovat statistiky výkonu jednotlivých stránek na jednom místě. Lze vidět celkový počet „To se mi líbí“, či nárůst fanoušků za poslední týden. Tato funkce byla použita spíše pro zajímavost. U sezónních stránek, jako byl Inspirativní koutek, se tato data sledují velmi těžko, hlubší smysl má sledovat tyto statistiky spíše u dlouhodobějších nebo stálých projektů. Nicméně v některých týdnech si Inspirativní koutek vedl velmi dobře co do počtu nových fanoušků oproti stránkám, které jsou na Facebooku déle a celkově mají již stovky fanoušků. Jak bylo zmíněno, tato statistika lze zobrazit pouze týden zpětně, a tak ji v obrazové verzi nepříkládáme, jelikož stránka Inspirativní koutek od 1. 1. 2015 ve své aktivitě nepokračuje.

#### **14. Demografické a geografické údaje stránky**

Jak bylo uvedeno výše, stránka byla omezena pouze věkově, na stránku se nemohli přihlásit uživatelé mladší 20 let. Žádná další omezení stránka neměla, fanouškem se mohli stát jak muži, tak ženy, pobývající na území České republiky. Původní záměr byl omezit stránku Inspirativní koutek pouze na ženy, ale po diskuzi s několika muži, kteří se taktéž sem tam rádi inspirují v oblasti pečení a vaření, bylo rozhodnuto, že nebudeme stránku omezovat pouze pro ženské pohlaví. Ale i tak ženy tvořily 73% všech fanoušků. Nejčastější věkovou kategorií byli fanoušci v rozmezí 25 – 34 let, kteří tvořili 38% ze všech uživatelů, kteří stránku sledovali.

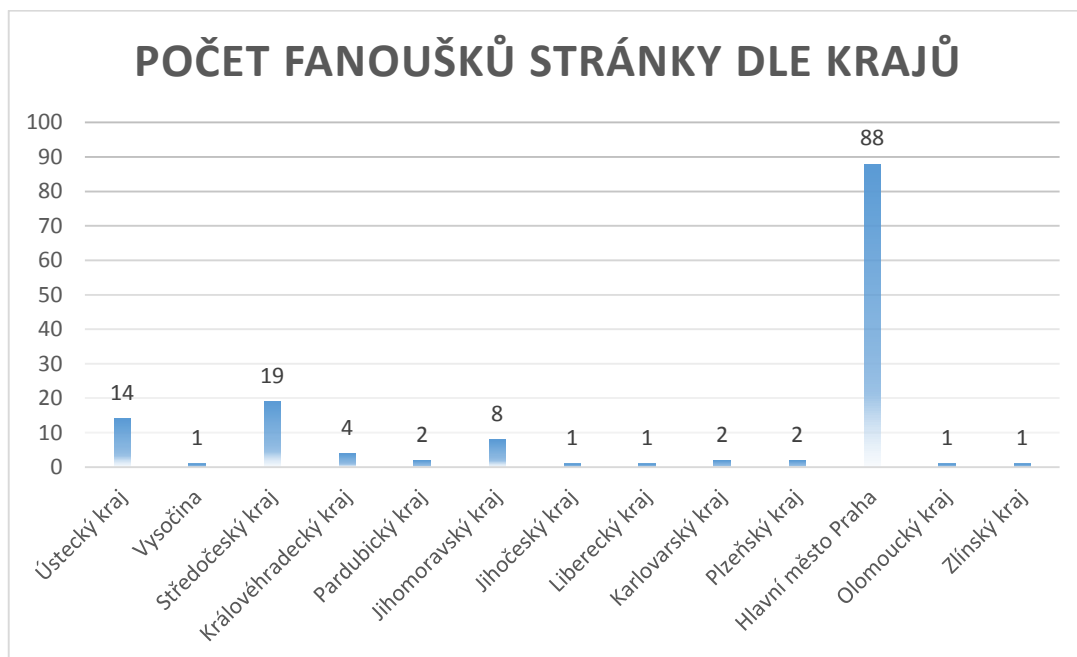
Obrázek 9-Demografické údaje z FB stránky



Zdroj: <https://www.facebook.com>

Nejvíce uživatelů přicházelo na stránku z hlavního města a ze Středočeského kraje, avšak Inspirativní koutek měl fanoušky opravdu téměř ve všech koutech republiky, jak je patrné níže z grafu 3: Počet fanoušků stránky dle krajů.

Graf 3-Geografické údaje ze stránky



Zdroj: vlastní zpracování

## **15. Sdílené příspěvky**

U příspěvků, které lze na facebookovou stránku přidat, existují dvě možnosti – buď se příspěvky sdílí přímo prostřednictvím facebookové stránky a všichni uživatelé, kteří jsou dané stránky fanoušky, se o novém příspěvku dozví díky upozornění, které se jim objeví v profilu, nebo přímo na stránku přidá příspěvek jakýkoli uživatel, který je jejím fanouškem. Nevýhoda druhé možnosti spočívá v tom, že ostatním fanouškům stránky nepřijde o takovémto novém příspěvku žádné upozornění, pokud nemají tohoto fanouška přidaného jako přítele. O těchto příspěvcích se ostatní fanoušci dozvědí jedině v případě, pokud sami aktivně danou stránku vyhledají a prozkoumají, zda-li na ní nejsou přidané nějaké nové příspěvky, které by je případně mohly zajímat.

### **15.1 Příspěvky sdílené stránkou Inspirativní koutek**

Prostřednictvím stránky bylo sdíleno celkem 17 příspěvků, v průměru 1 – 2 příspěvky týdně. Ze zkušeností našich přátel a známých víme, že nejsou oblíbené stránky, které hodně „spamují“ a zahlcují jim příspěvky facebookovou zeď i několikrát denně, což povětšinou vede k odhlášení se ze sledování dané stránky. Proto jsme se snažili volit takovou frekvenci, která by nikoho neobtěžovala, naopak byla spíše přínosem. Inspirací pro psaní příspěvků byly vlastní recepty ozkoušené několika generacemi rodiny, anebo byly recepty a rady čerpány z blogu <http://unasnakopectku.blogspot.cz/>, samozřejmě se souhlasem bloggerky paní Moniky. Ke každému sdílenému příspěvku byla vložena i fotografie, aby bylo na první pohled patrné, ještě před začtením se do příspěvku, co chceme daným příspěvkem sdělit.

Na obrázku 10 uvádíme výběr nejoblíbenějších příspěvků.

Obrázek 10-Nejoblíbenější sdílené příspěvky

Příspěvek	Typ	Zacílení	Dosah
 Už jsou vaše přípravy na Silvestra v plném proudu? Nebo necháváte vše na poslední			93 
 Také už pečete? My jsme včera začali s vanilkovými rohlíčky. Osvědčený recept od			242 
 Vánoce už nám pomalu klepou na dveře. Zítřka tu máme první adventní neděli! Už si chystáte			60 
 Kdo z vás už peče vánoční perníčky? Inspirujte nás svými recepty, přidejte fotky			80 
 Dnes měl přijet Martin na bílém koni.. Nepřijel a jako každý rok zklamal. Kdo vás ale			43 
 S chladnějším počasím přichází období svařáků, punčů a grogů. Který z těchto nápojů			63 
 Za pár dnů tu máme Halloween. Diabali jste někdy dýni? Inspirujte nás Vašimi nápady na			90 
 Co dobrého k víkendové kávě? Zkuste upéct vlastní sušenky! Dnes Vás inspirujeme			71 

Zdroj: <https://www.facebook.com>

Reporty ze stránky taktéž poskytují týden zpětně informace o tom, kdy jsou fanoušci online – ve které dny a v kterou hodinu. Dle těchto údajů si můžeme naplánovat, jaká je nejvhodnější doba pro sdílení našich nových příspěvků, abychom zasáhli co největší publikum. U Inspirativního koutku byli fanoušci online prakticky pořád, avšak tato data velmi zkreslují mobilní aplikace. Ti uživatelé, kteří mají aplikaci Facebook ve svém telefonu a jsou 24 hodin denně připojeni k internetu, pro Facebook působí tak, jako by nikdy nebyli v režimu offline.

## 15.2 Příspěvky sdílené fanoušky stránky

Kromě příspěvků, které jsme sdíleli prostřednictvím stránky, měli fanoušci možnost inspirovat se taktéž recepty a nápady v dalších příspěvcích, které byly na stránku přidány ostatními fanoušky. Jak bylo uvedeno výše, je

složitější se o těchto příspěvcích dozvědět, nicméně i přesto měla stránka pár příspěvků, kterých si ostatní fanoušci všimli a zaujaly je.

Nejvíce označení „To se mi líbí“ měl příspěvek od uživatelky Veroniky Froňkové, která sdílela recept na nepečený kokosový dezert s názvem Kokosíno. Nejvíce komentářů měl pak příspěvek, respektive dotaz, od fanynky stránky Radky Košuličové, která se dotazovala na inspiraci nedělního oběda pro 6 lidí.

## **16. Dotazníkové šetření**

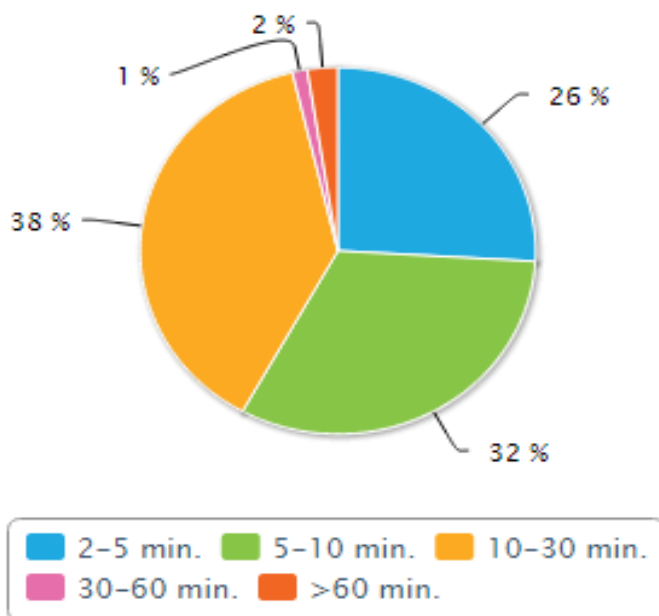
I když jsme prostřednictvím dat přímo ze stránky Inspirativní koutek mohli sledovat vývoj a odhadnout přínos jednotlivých příspěvků a celkově stránky jako takové, chtěli jsme samozřejmě zjistit od fanoušků i další informace. Byl tedy vytvořen dotazník o 17 otázkách, který měl přinést odpovědi hlavně na to, zda je Facebook vůbec vhodným nástrojem pro vzdělávání.

Dotazník byl zcela anonymní a byl tvořen kombinací otázek. Zahrnuty byly otázky doplňovací, výběr z možných odpovědí, více možných odpovědí a krátké a dlouhé textové odpovědi. Dotazník byl vytvořen online prostřednictvím serveru Survio. Každý vytvořený dotazník má unikátní URL, kterou je pak možné nasdílet mezi respondenty, takže jeho vyplňování je prováděno taktéž online formou. Tento dotazník byl dostupný na adrese <http://www.survio.com/survey/d/L8A3H3R1P7X8I6R8Y>.

Vzhledem k tomu, že jsme potřebovali dotazník vyplnit od určitého okruhu lidí, zasílali jsme jej jednotlivě napřímo, a to všem fanouškům stránky Inspirativní koutek. Celkem dotazník zodpovědělo 85 respondentů, potřebný čas pro vyplnění dotazníku byl mezi 5-30 minutami.

Graf 4-Čas vyplňování dotazníku

### Čas vyplňování dotazníku



Zdroj: <http://www.survio.com/cs/>

### Otázky v dotazníku

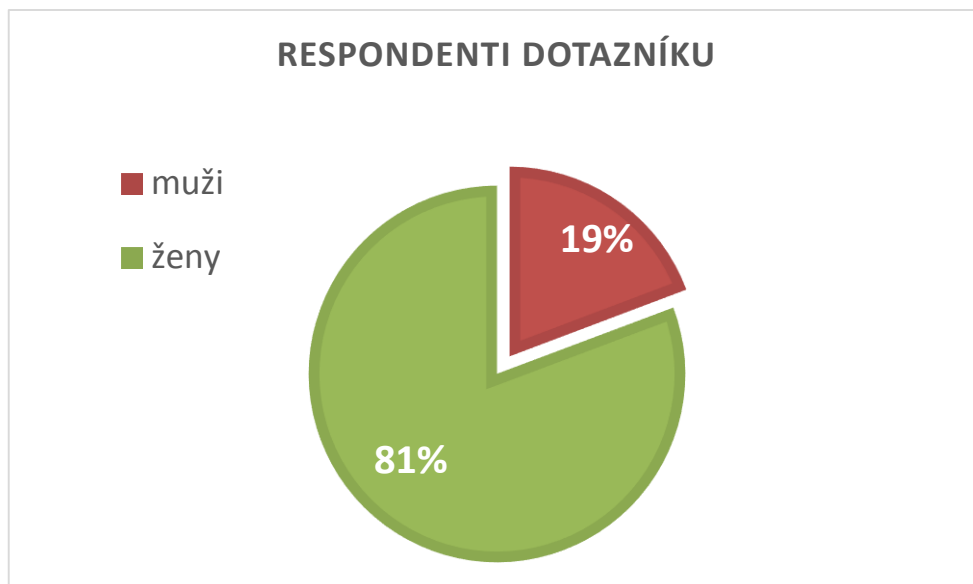
- Vyplňte, prosím, Vaše pohlaví.
- Vyplňte, prosím, svůj věk.
- Vyberte, prosím, do které kategorie spadáte.
- Od kterého roku používáte sociální síť Facebook?
- Kolik času na této síti strávíte?
- V jakém měsíci jste se přihlásil/a ke stránce Inspirativní koutek?
- Sdílel/a jste stránku Inspirativní koutek i dalším uživatelům prostřednictvím svého profilu?
- Co jste se na této stránce mohli naučit, čím pro vás byla užitečná?
- Kolik facebookových stránek či skupin sledujete?
- Jsou mezi nimi stránky či skupiny zaměřené na vzdělávání? Pokud ano, jmenujte je a napište, co se na nich můžete naučit.
- Myslíte si, že je Facebook vhodný pro propagaci vzdělávacího obsahu?

- Umíte si představit, že byste se prostřednictvím Facebooku vzdělával/a i v jiné oblasti?
- Pokud ano, tak ve které (kterých)?
- Vyberte, které další sociální sítě využíváte.
- Které z uvedených sítí jsou podle Vás také vhodné ke sdílení vzdělávacího obsahu?
- Myslíte si, že by bylo vhodné začleňovat sociální sítě více do výuky ve školách či vzdělávacích kurzech, vzhledem k jejich zvyšující se popularitě?
- Svou předchozí odpověď zdůvodněte.

## 16.1 Respondenti dotazníku

Vzhledem k faktu, že fanoušci stránky Inspirativní koutek byli tvořeni ze 73% ženami, bylo patrné, že na dotazník budou taktéž reagovat spíše ženy. Dotazník byl nakonec vyplněn celkem 68 ženami a 17 muži. Procentuální podíl můžeme vidět v grafu 5: Respondenti dotazníku.

Graf 5-Respondenti dotazníku

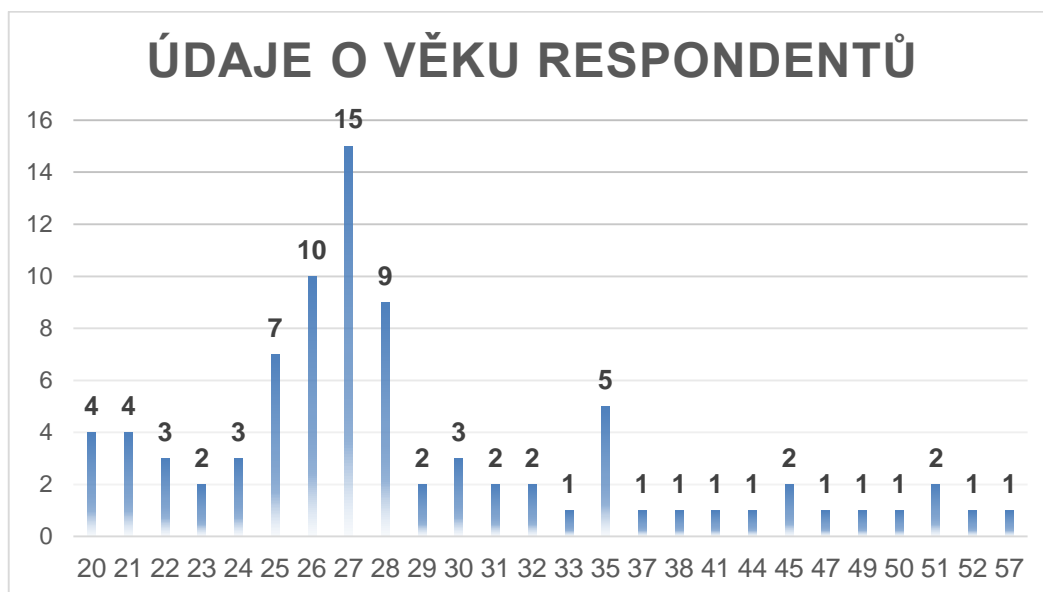


Zdroj: vlastní zpracování

Stejně tak věkové rozmezí respondentů odpovídalo věkovému rozmezí fanouškům stránky, nejvíce odpovědí přišlo od uživatelů ve věku 25 až 28 let.



Graf 6-Údaje o věku respondentů

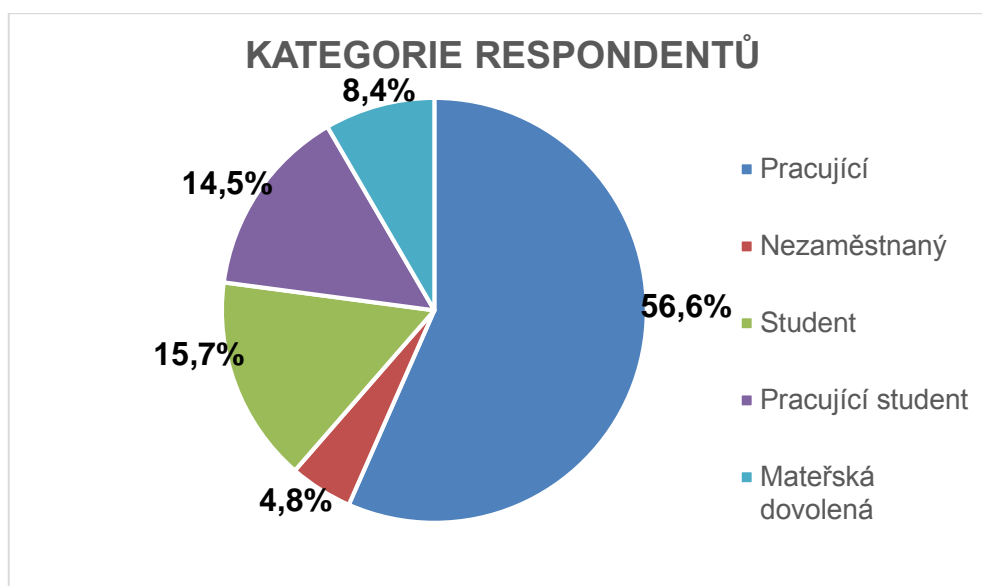


Zdroj: vlastní zpracování

**Otázka č. 3 se dotazovala, kam respondent spadá – zda do kategorie pracujících, nezaměstnaných, studentů, do kategorie pracující student či mateřská dovolená.**

Celých 56,6% odpovědí přišlo od pracujících respondentů, nejméně, tedy 4,8%, spadalo do kategorie nezaměstnaných. Kolik respondentů bylo z řad studentů, či maminek na mateřské dovolené, vidíme v dalším grafu.

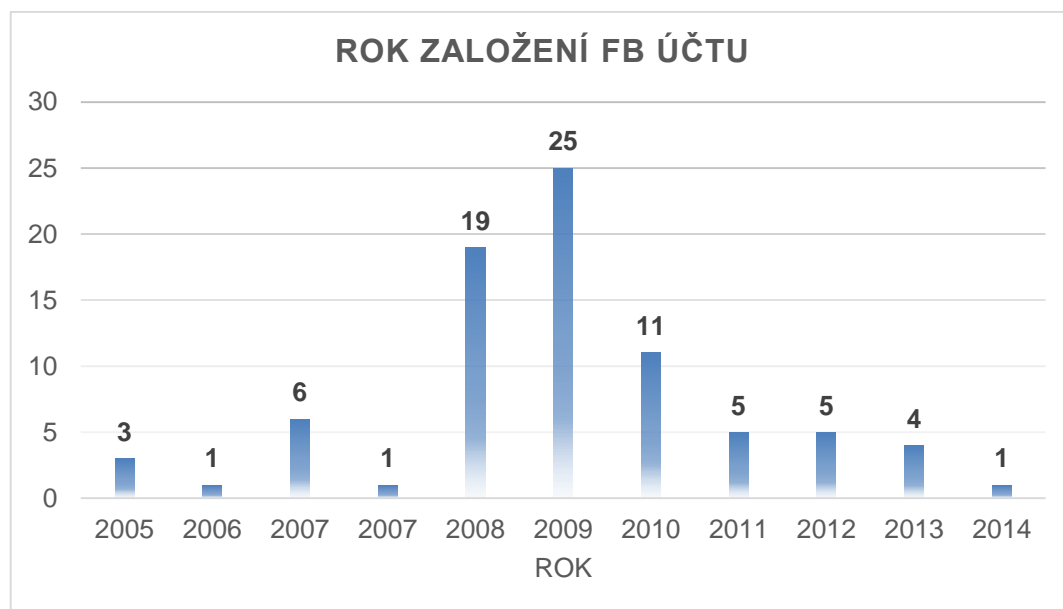
Graf 7-Kategorie respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

Samozřejmě nás také zajímalo, jak dlouho respondenti svůj facebookový účet využívají, respektive **v jakém roce si založili vlastní profil**. 4 dotazovaní si přesný rok založení svého profilu nevybavili, nicméně nejvíce fanoušků stránky Inspirativní koutek si profil na Facebooku založilo v letech 2008 až 2010.

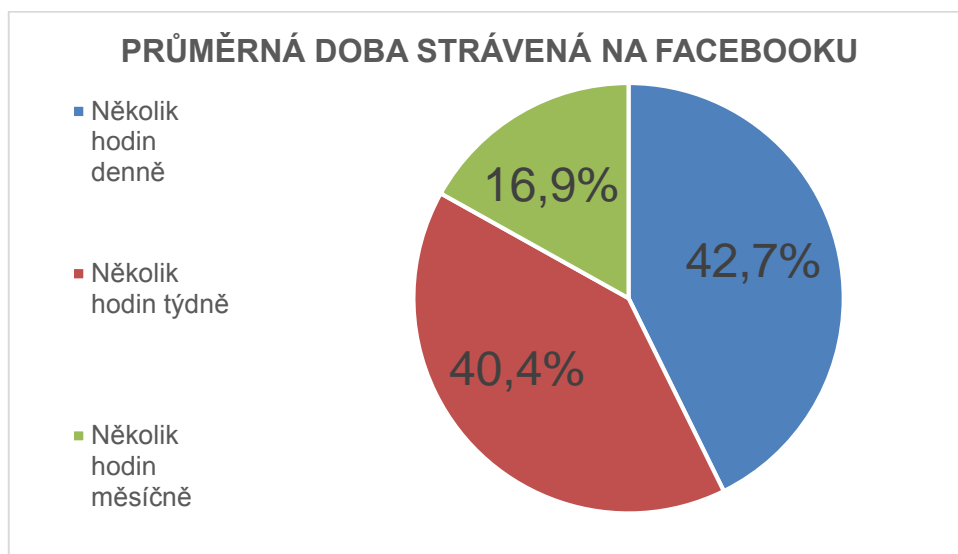
Graf 8-Rok založení FB účtu



Zdroj: vlastní zpracování

Dotazníkem jsme se postupně snažili zjistit, co si dotazovaní myslí o vzdělávání prostřednictvím sociálních sítí, a tak bylo poměrně důležité vědět, **jak často se respondenti ke svému účtu na Facebooku připojují**. Jak již bylo zmíněno v teoretické části, v dnešní době se pomocí aplikace člověk připojí k této sociální síti prakticky kdykoliv a kdekoliv, proto výsledek nebyl nijak překvapující.

Graf 9-Průměrná doba strávená na Facebooku

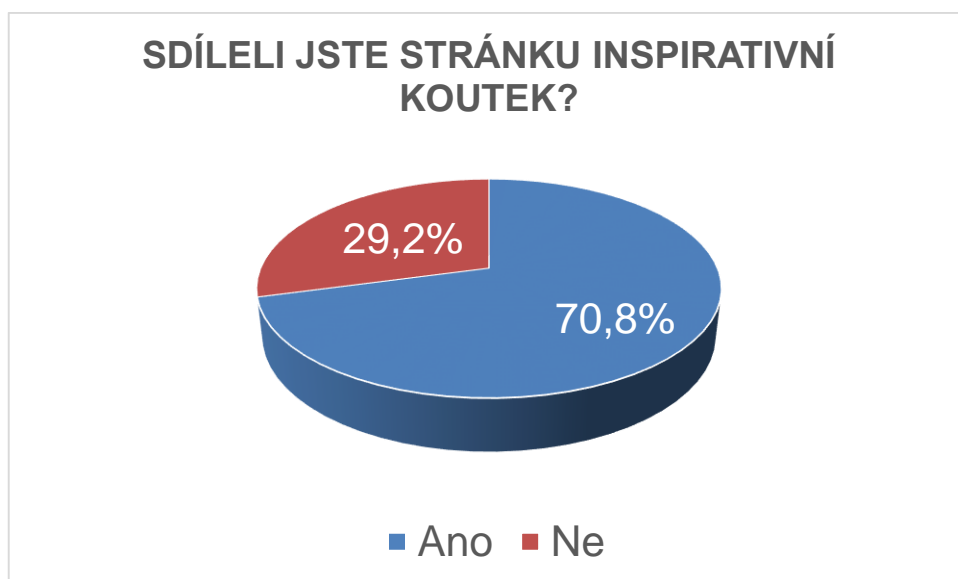


Zdroj: vlastní zpracování

## 16.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

7. otázka – Zajímalo mě, kolika lidmi byla stránka Inspirativní koutek sdílena prostřednictvím jejich profilu dál. Odpověď nalezneme v grafu.

Graf 10-Údaje o sdílení stránky



Zdroj: vlastní zpracování

Přes 70% fanoušků stránku dále nesdílelo, ale i necelých 30% sdílení stačilo k tomu, aby stránka Inspirativní koutek získávala další a další fanoušky.

### **9. otázka – Kolik facebookových stránek či skupin sledujete?**

Více jak polovina respondentů dle očekávání uvedla, že na Facebooku je fanouškem stovky skupin a stránek, nicméně zároveň přiznali, že aktivně jich sledují pouhý zlomek. Často se objevovaly odpovědi v rozmezí sledování 15 až 20 stránek.

### **10. otázka – Jsou mezi nimi stránky či skupiny zaměřené na vzdělávání? Pokud ano, jmenujte je a napište, co se na nich můžete naučit.**

Odpovědi na tuto otázku byly velmi různorodé. Respondenti hojně sledují stránky, kde by se mohli naučit více pro své koníčky jako je například výcvik psů, krmení psů přirozenou stravou, dále stránky zaměřené na výchovu dětí, na ekologické přebalování dětí, stránky věnující se zdravé výživě, fitness nebo sportu. Z těch odbornějších stránek můžeme vybrat například stránky, které se věnují jazykům – jak češtině, například návod, jak správně používat gramatiku, tak i samozřejmě cizím jazykům – převážně angličtině, bez které není téměř možné se v dnešní době obejít.

Zároveň jsou uživateli uváděny jako velmi oblíbené stránky, které sdílejí různé recepty a „Do it yourself“ tematiku, tedy tematiku typu „Udělej si sám“. Celkem 30 respondentů nesleduje žádné stránky se vzdělávacím obsahem, nebo si aspoň toho nejsou vědomi.

### **11. otázka – Myslíte si, že je Facebook vhodný pro propagaci vzdělávacího obsahu?**

Pro dané dotazníkové šetření velmi podstatná otázka – zpětná vazba od fanoušků stránky, zda se lze prostřednictvím Facebooku vzdělávat. Musíme říci, že výsledek předčil naše očekávání.

Graf 11-Je Facebook vhodný pro vzdělávání?



Zdroj: vlastní zpracování

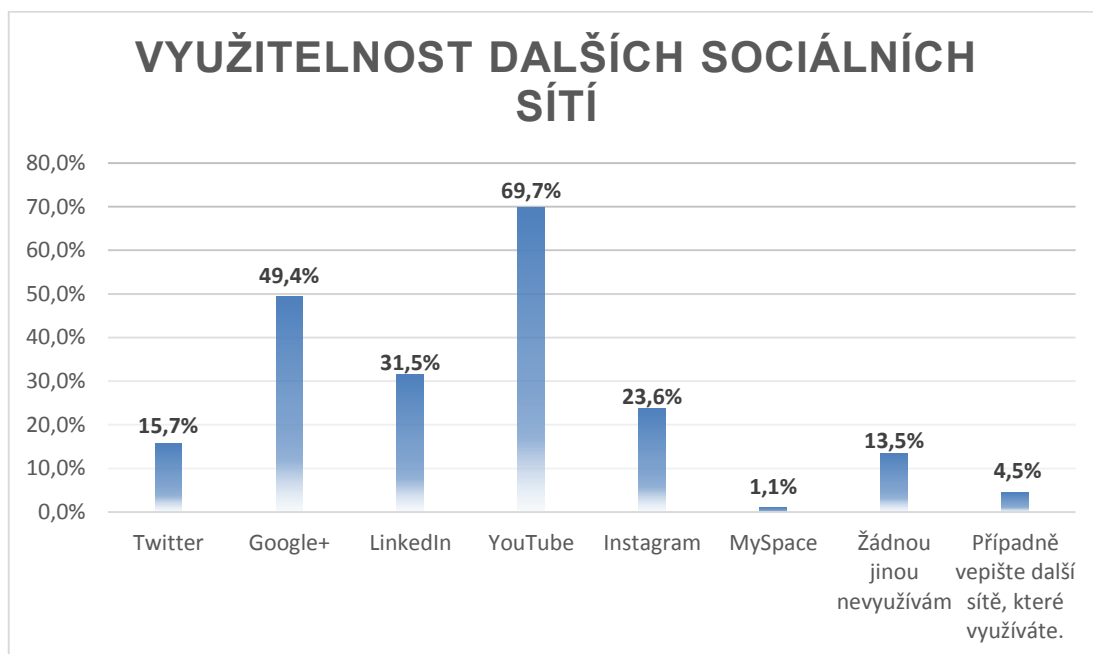
**Otázka č. 12** víceméně souvisela s předchozí otázkou. Dotazovali jsme se, **zda si respondent umí představit, že by se prostřednictvím Facebooku vzdělával i v jiné oblasti, než byla tematika Inspirativního koutku.** Na tuto otázku odpovědělo 62,9% dotazovaných, že ano.

Na tuto přímo navazovala **otázka č. 13 – Ve kterých oblastech by se respondenti mohli za pomoci facebookových stránek vzdělávat.** Odpovědí bylo opravdu hodně, více než polovina odpovědí byla velmi rozsáhlého obsahu. Nejčastěji jsme v odpovědích zaznamenali výuku v oblasti cizích jazyků, výpočetní techniky, politiky, ekonomie, marketingu, nebo například v oblasti kultury. Individuálně by byl zájem o stránky zaměřené na stavbu nemovitostí, s výukou hry na hudební nástroje, o líčení, s kurzy psychologie, o pěstování rostlin či o cvičení a správné životosprávě.

**Otázka č. 14 - Vyberte, které další sociální sítě využíváte.**

Zjišťovali jsme, zda uživatelé Facebooku zároveň využívají i další dostupné sociální sítě. Pouhých 12 respondentů, tedy 13,5% všech dotazovaných, nevyužívá žádné další sociální sítě. Které sítě naopak využívány jsou, můžeme vidět v grafu 12 níže.

Graf 12-Využitelnost dalších sociálních sítí



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 11-Využitelnost dalších sociálních sítí

● Twitter	14	15,7 %
● Google+	44	49,4 %
● LinkedIn	28	31,5 %
● YouTube	62	69,7 %
● Instagram	21	23,6 %
● MySpace	1	1,1 %
● Žádnou jinou nevyžívám	12	13,5 %
● Případně vepište další sítě, které využíváte.	4	4,5 %

Případně vepište další sítě, které využíváte.: ●

tumblr, tinder    Pinterest    Snapchat    csfd.cz

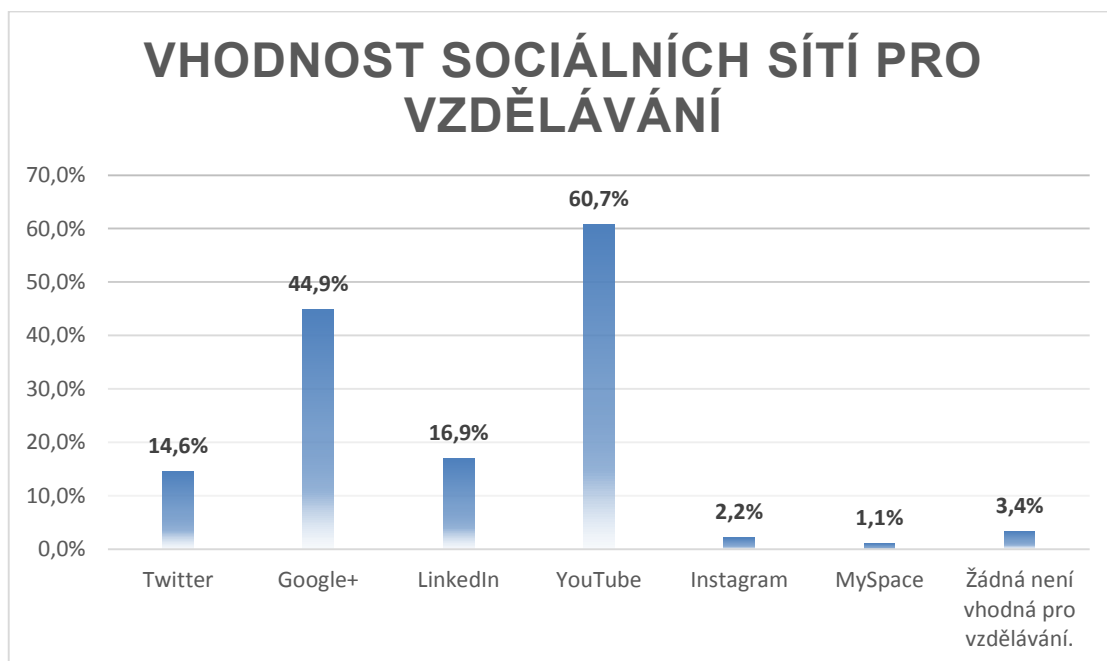
Zdroj: <http://www.survio.com/cs/>

Z grafu lze vyčíst, že jsou mezi uživateli velmi oblíbené sociální sítě Google+, YouTube a LinkedIn. Naopak nejméně oblíbenou a málo rozšířenou sítí je mezi dotazovanými sociální sítí MySpace a stejně tak jimi není hojně využíván Twitter, jak bylo zmiňováno již v teoretické části práce. Jako další sociální sítě, které někteří z uživatelů využívají, byly uvedeny Tumblr, Tinder, Pinterest,

Snapchat a csfd.cz. O tom, zda je csfd.cz sociální sítí by se dalo zajisté polemizovat, jedná se o Česko-Slovenskou filmovou databázi, kam registrovaní uživatelé píší recenze k jak tuzemským, tak i zahraničním filmům, na webových stránkách nalezneme i diskuzi, nicméně nelze diskutovat napřímo s konkrétními uživateli, nebo sdílet ať už vzdělávací, či jakýkoli jiný obsah, ani vkládat soubory a fotografie.

S otázkou č. 14 přímo souvisí **otázka č. 15, které ze sociálních sítí by dle dotazovaných byly taktéž vhodné pro sdílení vzdělávacího obsahu.** Dle očekávání nejvíce odpovědí připadlo sociální síti YouTube, o její vhodnosti využití pro vzdělávání je přesvědčeno celkem 54 respondentů, tedy 60,7% ze všech odpovědí. 40 odpovědí, celých 44,9%, získala sociální síť Google+. 3,4% respondentů si myslí, že žádná z uvedených sociálních sítí není pro vzdělávání vhodná.

**Graf 13-Vhodnost sociálních sítí pro vzdělávání**



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 12-Vhodnost sociálních sítí pro vzdělávání

● Twitter	13	14,6 %
● Google+	40	44,9 %
● LinkedIn	15	16,9 %
● YouTube	54	60,7 %
● Instagram	2	2,2 %
● MySpace	1	1,1 %
● Žádná není vhodná pro vzdělávání.	3	3,4 %

Zdroj: <http://www.survio.com/cs/>

Obliba sociálních sítí roste téměř astronomickou rychlostí každým dnem, a také proto jsme zařadili do dotazníkového šetření **otázku č. 16 – Myslíte si, že by bylo vhodné začleňovat sociální sítě více do výuky ve školách či vzdělávacích kurzech, vzhledem k jejich zvyšující se popularitě?** Odpovědi rozhodně nebyly jednoznačné, ale ani vyrovnané. Dle grafu 14 vidíme, že pro zařazení sociálních sítí do výuky je celkem 65,9% respondentů, naopak proti se vyjádřilo 34,1%.

Graf 14-Zařazení sociálních sítí do výuky



Zdroj: vlastní zpracování

Poslední otázkou byly **důvody, proč by sociální sítě měly být, nebo naopak neměly být, zařazeny do výuky.** Většina dotazovaných si uvědomuje fakt, že



sociální sítě získávají na své popularitě a stávají se neměnnou součástí běžného života. Děti, studenti i dospělí tráví na sociálních sítích, ať už aktivně nebo pasivně, několik hodin denně. Čehož by se samozřejmě dalo využít i v rámci výuky, ale musela by se tato forma vzdělávání správně uchopit a neměla by být, hlavně studenty, nijak zneužita.

Vybrané nejčastější názory respondentů pro a proti, které vzešly z dotazníku.

### **Názory pro:**

- Sociální sítě jsou součástí moderní společnosti.
- Zlepšení komunikace mezi studenty a pedagogy.
- Ucelené informace na jednom místě.
- Variabilita sociálních stránek – možnost sdílet soubory či vzdělávací videa.
- Rychlost a jednoduchost předávání vzdělávacího obsahu.
- Smysluplné využití času stráveného studenty na sociálních sítích.
- Zábavná forma výuky.
- Možnost nastavit si upomínky na nadcházející události/úkoly.

### **Názory proti:**

- Riziko závislosti na sociálních sítích.
- Rušivé elementy jako chat a obsah, který není zaměřen na vzdělávání.
- Studenti už tak na sociálních sítích tráví dost času, netřeba jim ještě přidávat.
- Diskriminace studentů bez sociálních sítí.
- Neznalost prostředí sociálních sítí všemi pedagogy.
- Ztráta normální komunikace mezi lidmi.
- Sociální sítě by ztratily na atraktivitě, kdyby se staly povinnou součástí výuky.

## 17. Závěr

O tom, že sociálním sítím stoupá popularita každým dnem, jsem se ve své práci již několikrát zmínila. A je to fakt, kterému se jen těžko vyhneme. O sociálních sítích slyšel bezesporu každý, i ti, co sociální sítě aktivně nevyužívají. Vždyť i naše babičky a dědečkové vědí, že se nemůžeme dočkat, až fotografie z dovolené „postnem na fejsbůk“ a budeme doufat, že získáme co nejvíce „lajků“ (napsáno dle facebookové terminologie). Sociální sítě jsou součástí našeho života, ať už soukromého, nebo profesního. A právě proto bychom se neměli divit, když se sociální sítě dostávají stále více i do našeho studijního života. Málokdo si v dnešní době vezme encyklopedii a přečte si v ní naučný obsah. Spíše otevře notebook a již brouzdá po internetu a hledá informace, nasdílí status na Facebooku nebo Twitteru a poptá se kamarádů, přátel a známých. Probere s nimi své nejistoty, myšlenky a nápady a teprve poté je uvede do praxe. Pro mnoho lidí to je rychlejší, jednodušší, ucelenější a taktéž uchopitelnější forma. Bohužel mám ale dojem, že poptávka v tomto případě velmi převyšuje nabídku.

Vzhledem k tomu, že se profesně věnuji internetovému marketingu a sama se vzdělávám prostřednictvím internetu téměř denně, zastávám ten názor, že by se sociální sítě měly do vzdělávání zapojit poněkud více, než je tomu dnes. Jak vzešlo i z mého dotazníkového šetření, téměř 90% respondentů si myslí, že je Facebook vhodný pro propagaci vzdělávacího obsahu a taktéž si uvědomují vhodnost a použitelnost dalších sociálních sítí v této oblasti, nicméně z posledních dvou otázek už to tak jasně nevyplývá. Zdá se mi, že se lidé bojí do výuky sociální sítě zapojit, a to z mnoha důvodů. Hlavním důvodem je ale dle mě strach z neznámého. Tato situace by se měla jednoznačně zlepšit. Rozhodně si nemyslím, že by se výuka a vzdělávání na sociálních sítích měla stavět, ale určitě lze všemožných funkcí v hodinách a lekcích využít. Zároveň chybí jakási osvěta, která by možnosti všem těm, co mají pochyby, přiblížila a ujistila je o bezpečnosti využívání sociálních sítí právě v této oblasti.

Potenciálu sociálních sítí již dnes hojně využívají jazykové školy, které mají například na Facebooku založeny vlastní stránky, kterých můžeme být fanoušky, zakládají skupiny dle jazyků a jejich úrovní, které vyučují a ještě podpoří svou školu placenou reklamou, díky které mohou získat nové studenty. Zdá se, že sociálních sítí ve velké míře spíše využívá soukromá sféra a rozhodně si nemyslím, že by to bylo z důvodu nemožnosti propagovat se jakkoli jinak. Ale je faktem, že nalezneme velmi málo státních škol, které by sociálních sítí využívaly i jinak, než jen k vlastní propagaci a to ještě s velmi slabým důrazem a frekvencí. Vzdělávací obsah na sociálních sítích je tvořen spíše menšími institucemi a jednotlivci.

Jak dále vyplývá z dotazníkového šetření, respondenti si sice uvědomují, že lidé na sociálních sítích tráví opravdu hodně času, ale část z nich už si nemyslí, že by se tento strávený čas měl nějak využít ve výuce, anebo právě naopak by vložení sociálních sítí do výuky tento čas ještě navýšil. Toto samozřejmě záleží na daném kantorovi, jak se zařazením sociálních sítí do svých hodin naloží a kolik procent informací bude chtít touto formou se studenty sdílet.

Uznávám fakt, že tento způsob není pro každého. Starší profesoři a lektori mají své osnovy a řád, dle kterých vyučují a neradi implementují do své výuky cokoli nového. Stejně tak studenti, kteří nemají doma internetové připojení, či z nějakého důvodu nemohou mít založené profily na sociálních sítích, by byli proti svým spolužákům silně znevýhodněni. Ale i vzhledem k tomu, že jsem dle aktivity fanoušků na stránce Inspirativní koutek viděla zájem po nových informacích a i na základě dotazníkového šetření, kdy je většina toho názoru, že jsou sociální sítě vhodné pro vzdělávání, neměli bychom se bát a měli bychom to minimálně vyzkoušet. Zakládání profilů, stránek, skupin a vkládání videí je zdarma, nikde není nic podmíněno smlouvou o délce užívání sociálních sítí, proč to tedy nezkusit a nezjistit, zda to opravdu nebude fungovat? A následně můžeme sepsat postřehy a názory, výsledky a výstupy, aby se toho mohli chytit další a další lidé a instituce a posunout se v tomto směru dál. Protože jak jsem již uvedla v teoretické části práce, v České republice nebyla prozatím sepsána žádná publikace tohoto charakteru, pouze pár článků na webu, které bychom spočetli na prstech jedné ruky, jedna

diplomová práce v roce 2012 a nyní tato bakalářská práce, a to je, troufám si říci, žalostně málo.

## 18. Seznam použitých zdrojů

### 18.1 Monotematické publikace

1. JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.
2. MILLER, Michael. *Internetový marketing s YouTube: Průvodce využitím on-line videa v byznysu*. 1. vydání. Brno: Computer Press, a.s., 2012. 296 s. ISBN 978-80-251-3672-0.
3. LÜSTED, Marcia Amidon. *Social Networking: MySpace, Facebook, & Twitter*. Edina, Minn.: ABDO Publishing, 2011. 112 s. ISBN 978-16-171-4811-8.
4. BROGAN, Chris. *Google for business: How Google's social network changes everything*. Indianapolis: Que Publishing, 2012. 169 s. ISBN 978-07-897-4914-7.
5. ROSEN, Viveka von. *LinkedIn marketing: an hour a day*. John Wiley & Sons, 2012. 354 s. ISBN 978-11-184-6134-1.
6. WANKELE, Charles. *Educating educators with social media*. Bingley: Emerald, 2011. 407 s. ISBN 978-08-572-4649-3.
7. DĚDIČEK, Dominik. *333 tipů a triků pro Facebook*. 1. vydání. Brno: Computer Press, a.s., 2010. 240 s. ISBN 978-80-251-2963-0.

### 18.2 Elektronické dokumenty

1. SUKOVÁ, Lenka. *Sociální sítě ve vzdělávání* [online]. 2012 [cit. 2014-11-25]. Dostupné z: <http://www.vse.cz/vskp/eid/29789>
2. MOREAU, Elise. *Top 15 Social Networking Sites You Should Be Using: A List of the Hottest Social Networking Sites and Mobile Apps* [online]. 2014 [cit. 2015-03-03]. Dostupné z: <http://webtrends.about.com/od/socialnetworkingreviews/tp/Social-Networking-Sites.htm>

3. PEKA, Radek. *10 faktů, které nevíte o YouTube* [online]. 2014 [cit. 2014-11-25]. Dostupné z: <http://objevit.cz/10-faktu-ktere-nevite-o-youtube-t91520>
4. PSY, Official. *PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V* [online]. 2012 [cit. 2014-11-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>
5. YOUTUBE. *Začněte si vzdělávání užívat* [online]. 2013 [cit. 2014-11-18]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/t/education>
6. MARKETUP. *9 zajímavostí o Twitteru, které byste měli vědět* [online]. 2014 [cit. 2015-3-10]. Dostupné z: <http://www.marketup.cz/cs/blog/9-zajimavosti-o-twitteru-ktere-byste-meli-vedet>
7. BROUSILOVÁ, Tereza. *FAKTA A ČÍSLA O TWITTERU – INFOGRAFIKA* [online]. 2013 [cit. 2015-1-17]. Dostupné z: <http://www.nejinfografiky.cz/fakta-a-cisla-o-twitteru-infografika/>
8. PEKA, Radek. *10 faktů, které nevíte o Twitteru* [online]. 2014 [cit. 2015-1-18]. Dostupné z: <http://objevit.cz/10-faktu-ktere-nevite-o-twitteru-t96589>
9. KASÍK, Pavel. *Google+ má přes dvě miliardy uživatelů, více než Facebook* [online]. 2014 [cit. 2015-2-20]. Dostupné z: [http://technet.idnes.cz/google-plus-dve-miliardy-uzivatelu-d60-/sw\\_internet.aspx?c=A141021\\_204910\\_sw\\_internet\\_pka](http://technet.idnes.cz/google-plus-dve-miliardy-uzivatelu-d60-/sw_internet.aspx?c=A141021_204910_sw_internet_pka)
10. LINKEDIN. *O společnosti* [online]. 2015 [cit. 2015-2-20]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/about-us?trk=hp-about>
11. LINKEDIN. *A Brief History of LinkedIn* [online]. 2015 [cit. 2015-2-20]. Dostupné z: <https://ourstory.linkedin.com>