

INTERNETOVÉ PREZENTACE ZÁKLADNÍCH ŠKOL JAKO MOŽNÝ INDIKÁTOR JEJICH VNITŘNÍHO SOCIÁLNÍHO PROSTŘEDÍ¹

Jan Mareš, Josef Lukas

Institut výzkumu dětí, mládeže a rodiny

Fakulta sociálních studií MU Brno

Anotace: *Výzkumná studie představuje výsledky analýzy 104 internetových prezentací českých základních škol na základě 20 formálních i obsahových kritérií. Internetová prezentace školy je zde představována jako nástroj komunikace školy s aktéry edukačního procesu i jako odraz vnitřního sociálního prostředí školy, tj. jako jeden z možných indikátorů sociálního klimatu školy.*

Klíčová slova: *škola, internet, internetová prezentace školy, analýza internetové prezentace školy, komunikace, sociální klima školy.*

Úvod

Výzkumy internetových prezentací (v dalším textu budeme používat pro označení těchto prezentací i stručnější označení web či webová stránka) jsou realizovány od poloviny devadesátých let minulého století. Jedná se o různé multidisciplinární výzkumy, které mají i různý výzkumný design, ať již experimentální (např. Fogg; Marshall; Kameda, et al. 2001), kvalitativní (např. Nielsen 1994, Myers 1997) či extenzivní kvantitativní (např. Fogg; Marshall; Laraki, et al. 2001). Autoři, zabývající se tímto tématem, rozlišují složky kontextu a komunikační výměny (Vybíral 2000, Šmahel 2003, Bednář 2005). Dosavadní výzkumy se zaměřovaly jak na chování uživatelů, tak i obecně na zjišťování vlivu různých prvků internetové prezentace na její hodnocení – tedy co uživatelé považují v prezentaci za důležité (Bernard 2001, Larson; Czrewinski 1998), jak čtou její obsah (Morkes; Nielsen 1997), jak postupují při hledání konkrétní informace (Fogg; Marshall; Kameda, et al. 2001b) atp.

Při hodnocení internetových prezentací se obvykle pracuje s pojmy, jako je **použitelnost** (*usability*), **důvěryhodnost** (*credibility*) či **atraktivita** (*attractivity*) webu (srv. Bednář 2005, s. 55). V kontextu české pedagogicko-psychologické literatury se však jedná o relativně nové téma,

¹ Tento text byl otištěn v časopise *Pedagogika*, roč. LVII, č. 1; 2007. V něm zveřejněná studie vznikla s podporou výzkumného záměru MŠMT ČR, projekt č. MSM 0021622406 a GA ČR, projekt č. 406/03/0940. Informace o výzkumném záměru záměru MŠMT ČR, projekt č. MSM 0021622406, jsou dostupné z <http://fss.muni.cz/ivdmr/>. Informace o projektu GA ČR, projekt č. 406/03/0940 a výstupy v podobě sborníků jsou dostupné z <http://klima.pedagogika.cz/>.

protože stávající studie se více zaměřovaly na výukové využití informačních technologií (např. Čížinský; Mareš 1998; Zounek 2002).

Jak ale souvisí internetová prezentace školy s jejím sociálním prostředím? Při úvahách o sociálním prostředí školy bylo v průběhu řešení grantového projektu jedním ze směrů našeho uvažování také hledání témat, ve kterých je ve školním prostředí problematika sociálního klimatu školy přirozeně reflektována a vyjadřována. Jednalo se nám tedy o ty oblasti, v nichž se reflexe školy jako sociálního i edukačního prostředí jejími aktéry (vedením, učiteli, žáky i rodiči) vyskytuje přirozeně a explicitně. Při zkoumání sociálního klimatu školy totiž často narážíme na fakt, že některé výsledky šetření jsou do určité míry artefaktem použité metody (Mareš 2003, s. 32).

Jako produktivní se ukázala *analýza internetových prezentací škol*, jejichž prostřednictvím se škola mimo jiné snaží představit sama sebe, svou činnost, své úspěchy či své záměry. Na relativně malém prostoru tak musí škola, pokud možno explicitně, formulovat to, co na své činnosti považuje za podstatné a zároveň – s ohledem na charakter tohoto komunikačního kanálu – může dát prostor k vyjádření i jeho dalším uživatelům. V diskusní části příspěvku připomínáme i fakt, že internetová prezentace je jakousi „výkladní skříní školy“, tedy místem, kterým se škola prezentuje navenek, a že význam webových stránek školy jako informačního média i zdroje informací o škole roste.

V současné literatuře neexistuje jednoznačně přijímaný koncept sociálního či psychosociálního klimatu školy (srov. tamtéž, s. 87), nicméně pro účely naší studie jsme museli problematiku klimatu alespoň rámcově operacionalizovat. Pro účely hodnocení prezentací jsme si proto vybrali jeden z konceptů sociálního klimatu školy, ke kterému jsme v průběhu řešení grantového projektu dospěli. Jedná se o aplikaci Sengeho konceptu školy jako *učící se organizace* (Senge, et al. 2000). Jako pozitivní je hodnoceno takové vnitřní prostředí školy, ve kterém jsou zaangažováni všichni zaměstnanci, administrativní škola, žáci i jejich rodiče a ve kterém všichni zainteresovaní pojmají procesy výchovy a vzdělávání, realizované na půdě školy jako „nikdy nekončící, aktivní a kolaborativní proces“ (Speck 1999, s. 8). Podobně Roberts a Pruitt (2003, s. 8) vidí jádro „pospolitosti“ školy právě ve spolupráci všech zúčastněných a v jejich vzájemné zodpovědnosti, přičemž rozvíjejí názory Kruse, Louise a Bryka (1995). Tito autoři se pokusili shrnout praktické zkušenosti i empirické výsledky, týkající se školy jako učící se organizace, do tří oblastí:

- charakteristiky (zahrnující reflektivní dialog, skupinové zaměření na učení studentů, „deprivatizace“ pedagogické praxe, spolupráce, sdílené hodnoty a normy)
- strukturální podmínky (zahrnující vyhrazený čas pro setkávání a diskuse, fyzická blízkost, vzájemně provázené role učitelů, posílení podílu učitelů na rozhodování a autonomie školy, komunikační kanály (sítě))
- lidské a sociální zdroje (otevřenost k inovacím, důvěra a respekt, suportivní vedení, rozšiřování sociálních i kognitivních dovedností)
- *Ježek (2005, ústní sdělení) navíc v této souvislosti zdůrazňuje význam sdílené vize školy, která v těchto podmínkách jednak vzniká a současně i stmeluje členy organizace. O vlivu vize na řízení a chod školy viz např. Pol, et al. (2003, s. 87).*

V takto pojímaném kontextu sociálního klimatu školy lze její internetovou prezentaci, včetně procesu její přípravy a tvorby, chápat jako téměř ideální příležitost, kdy je možné z pohledu zaměstnance či žáka školy přímo „vidět“ sdílené obsahy vnímání sociálního prostředí školy, které jsou jinak spíše implicitní povahy. Tvorba internetové prezentace na úrovni školy podle našeho názoru představuje mimo jiné přirozenou příležitost pro *reflektivní proces*, jehož průběh i pozorovatelný výsledek do značné míry vypovídá o sociálním klimatu konkrétní školy.

1. Výzkumný vzorek a metoda

Se zkoumáním internetových prezentací *školy* nejsou u nás širší zkušenosti, a proto jsme museli využít postupů, které jsou ověřeny v zahraničí. Snažili jsme se vybrat ty, které by dovolily analyzovat jak formální podobu internetové prezentace, tak obsahovou náplň prezentace. Pro náš problém byla pochopitelně důležitější obsahová analýza toho, co o sobě škola zveřejňuje.

Zkoumaný vzorek škol byl vzat ze základního souboru českých základních škol. Výchozím se stal úplný elektronický seznam základních škol ČR, který byl dostupný v době zahájení výzkumu, tj. v září roku 2005. Z tohoto seznamu byl *náhodně* vybrán vzorek 200 základních škol. Tento zkoumaný soubor byl rozšířen ještě o 5 dalších škol, které byly podrobně zkoumány v jiném výzkumu psychosociálního klimatu českých škol (Ježek 2004, s. 36); zkoumali jsme tedy soubor 205 základních škol. V této etapě jsme ještě nevěděli, zda škola vybraná ke zkoumání má, či nemá internetovou prezentaci.

Použité metody. V prvním kroku byly vyhledávány internetové prezentace škol pomocí fulltextového vyhledávače Google (Google..., 2005) a katalogového vyhledávače Seznam (Seznam..., 2005).² Ve druhém kroku byla pořizována offline kopie dohledaných stránek, která byla vhodná zejména z důvodu „potlačení“ dynamičnosti analyzovaného komunikačního kanálu – mohli jsme tak postihnout stav webové stránky v konkrétním okamžiku. Internetové prezentace jsme proto, až na výjimky, analyzovali offline. Stránky tak mohly být analyzovány v podobě, kterou měly v době jejich archivace, tj. v listopadu 2005. Pro stahování a archivaci internetových prezentací škol jsme použili program WinHTTrack Website Copier 3.33 (HTTrack..., 2005). Jedná se o tzv. offline browser, který po stažení webových stránek umožňuje jejich běžné prohlížení (v archivované kopii je dodržena struktura stránek, fungují hypertextové odkazy apod.). Dodejme, že internetové stránky škol jsou veřejně dostupnými informacemi. Při dalším výkladu – jako ilustrativní ukázky – používáme příklady vyhledaných internetových stránek. Výběr ukázek byl veden odbornými hledisky, nikoli snahou některou školu preferovat či jinou dehonestovat.

Získaný datový archiv byl podroben formální i obsahové analýze. Pro formální i obsahovou analýzu webů existuje celá řada metodik (např. Fogg; Marshall; Kameda, et al. 2001, Nielsen 1994, Myers 1997). Například stanfordský tým (Fogg 2002) na základě svých výzkumů zveřejnil deset hlavních obecných zásad pro tvorbu důvěryhodné prezentace (podrobněji viz Mareš, et al. 2005, s. 145). V naší studii jsme se rozhodli vyjít z obecně používaných charakteristik internetových prezentací, přijímaných uživateli pozitivně (Fogg; Soohoo; Danielson, et al. 2002), a ty upravit do podoby kategorií, vhodných ke kódování s ohledem na specifika webů škol (srov. Mareš 2003, s. 135). Nejprve jsme tedy vybrali náhodně 20 internetových prezentací škol ze sledovaného vzorku. Tyto stránky jsme opakovaně podrobně procházeli a průběžně jsme si zaznamenávali, jaké rubriky a odkazy lze na stránkách najít, jaké jsou jejich obvyklé názvy, jaká je struktura stránek, jednoduše *co a jakým způsobem* vlastně školy o sobě na svých stránkách vypovídají. Z této první analýzy nám vzešly základní analytické kategorie (celkem 20), podle kterých jsme hodnotili celý vzorek internetových prezentací škol a které byly v průběhu hlavní analýzy ještě zpřesňovány.³ Část z nich jsou kategorie obecné, týkající se internetové prezentace jako celku, část kategorií se týká konkrétních oddílů prezentací. V případě konkrétních kategorií jsme sledovali jejich přítomnost či absenci na stránkách, snadnost jejich nalezení, obsahovou bohatost nebo chudost. Námi navrhované *globální charakteristiky* pak vypovídaly především o otevřenosti a vstřícnosti směrem (nejen) k uživatelům internetu a celkovému „vzývání“ stránek. V následujícím textu se stručně s těmito kategoriemi a získanými výsledky seznámíme.

² Tuto část výzkumu realizoval A. Chalupníček (viz Mareš, et al. 2005).

³ Vlastní analýzu internetových prezentací prováděl J. Lukas (viz Mareš, et al. 2005).

2. Výsledky

Úvodem je nutné zdůraznit, že webové stránky, jejichž části zveřejňujeme v souvislosti s naší obsahovou analýzou, jsou v tom stavu, ve kterém byly staženy v okamžiku jejich analýzy. Prvním dílčím zjištěním, které bylo jednak překvapivé a jednak limitující pro naše možná zobecnění získaných výsledků, je relativně vysoký počet českých základních škol, které internetovou prezentaci školy vůbec nemají anebo ji nebylo možné běžnými způsoby na internetu dohledat. V našem vzorku 205 škol měly funkční a dostupnou internetovou stránku 104 školy (tedy 51 %). Vezmeme-li v úvahu, že MŠMT ČR investovalo v rámci mediálně známého projektu Internet do škol (dále jen INDOŠ) značné prostředky, svědčí tento údaj z r. 2005 přinejmenším o omezeném dopadu zmíněného projektu. Na uváděná čísla se ovšem nemůžeme dívat staticky, neboť situace se rychle mění v čase. Šetření Neumajera z první poloviny roku 2004 (tedy rok a půl před naším šetřením) konstatovalo, že funkční webové stránky nemělo přibližně 80 % škol. Stoupající trend se jistě nezastavil.

Pro interpretaci výsledků je také důležitá souvislost mezi velikostí obce, ve které se škola nachází, a tím, zda škola vůbec internetovou prezentaci má. V našem náhodně vybraném vzorku bylo 38 škol ve větších městech (sídla nad 50 000 obyvatel); z nich pouze jedna škola internetovou prezentaci neměla. Z 43 škol ve vzorku z malých měst (sídla 5000 – 50 000 obyvatel) nemělo web 7 škol. V našem vzorku bylo celkem i 124 škol z menších obcí a vesnic (sídla do 5000 obyvatel), z nichž webové stránky nemělo 93 škol. Z výše uvedených údajů vyplývají i určité problémy pro interpretaci výsledků, neboť počet škol s reálně existující internetovou prezentací je jen 51 % z celého vzorku škol zahrnutých do výzkumu. Proto se bude většina dále zveřejňovaných výsledků (např. údaje o frekvencích či procentech) týkat pouze té části škol z našeho vzorku, které v nějaké podobě internetové stránky opravdu *mají*, tzn. procentuální vyčíslení existence určité charakteristiky se bude vztahovat ke 104 školám (tj. výše zmíněným 51 %), kde je možné vůbec o analýze internetové prezentace hovořit.

2.1 Globální charakteristiky analyzovaných prezentací

Do této části výsledků jsme zahrnuli obecné hodnotící kategorie, které se zaměřují na posuzování konkrétní internetové prezentace jako celku, tj. nemají bezprostřední vztah k nějaké její **dílčí části**,⁴ naopak jejich obsah (či forma) jde napříč jednotlivými rubrikami sledovaných prezentací. Pro vytvoření rámcové představy o konkrétním webu lze využít kategorii bodového hodnocení **prvního dojmu** na pětibodové škále (1 až 5, kde – podobně jako při školním hodnocení – 1 znamená výbornou a 5 nevyhovující). Tímto hodnocením jsme se pokusili postihnout, jak na první pohled webové stránky na uživatele působí. Ve 104 reálně existujících internetových prezentacích škol jsou podle našeho názoru jen 3 % stránek výborných (hodnocení 1), tj. stránky alespoň velmi dobré ve většině sledovaných kategorií, a proto i plně využitelné pro další zkoumání prostředí dané školy. Celkem 28 % prezentací jsou stránky velmi dobré (2), zatímco průměrných je dle našeho názoru 52 %, podprůměrných 12 %. Jako nevyhovující (hodnocení 5) jsme označili celkem 9 % internetových prezentací škol. V případě nevyhovujících prezentací se jednalo zejména o stránky vzniklé v průběhu projektu INDOŠ, které obvykle zůstaly v podobě neudržovaného torza.

V návaznosti na kategorii první dojem z **webu** byla sledována jako doplňková kategorie „**image školy**“, kterou jsme pojali jako *celkový dojem* o škole, získaný na základě podrobnějšího prostudování internetových stránek školy. Zohledňuje jednak první dojem, je však založena na důkladnějším seznámení se s webovými stránkami dané školy, s lepším pochopením obsahu

4 V následujícím textu pro tyto části prezentace používáme i označení **rubrika**.

Vítejte na stránkách



Základní
Školy
Strupčice!



Jsme malá škola s profesionálním sborem učitelů. Děti jsou učeny v demokratickém prostředí podle osnov ZŠ, některé dokonce podle ZvŠ, avšak docházejí spolu s ostatními žáky ZŠ. Také věnujeme individuální péči dyslektikům a žákům s plnou integritou.

Plně zaslouží název BEZBARIÉROVÁ díky svým širokým chodbám a přízemním budovám.



Ilustrace 1: Příklad prezentace bez kontaktu na školu - ZŠ Strupčice - <<http://www.strupcice.cz/>>

stránek, struktury i způsobu prezentace školy. Při tomto hodnocení jsme používali různá adjektiva (*otevřená, komunikativní, strohá, odtažitá, vstřícná, formální, nedotažená* apod.), případně opisy a přirovnání. Vnímání této modality internetové prezentace školy může být pochopitelně závislé na osobnosti uživatele a jeho zkušenostech (Fogg; Sooho; Danielson, et al. 2001), nicméně umožňuje rekonstruovat proces vedoucí k samotnému hodnocení. Celkové hodnocení vzhledu (image) stránek zahrnuje především odraz naší představy o škole jako instituci, který vznikl na základě zkoumání obsahu webu školy. „Image“ internetové prezentace školy a z něj vyplývající představa o škole je patrně nejvíce ovlivňována samotným tvůrcem webových stránek školy (tzv. webmasterem).

Reálně může nastat situace, že škola o sobě říká něco jiného, než co měla původně v úmyslu, a existuje také možnost, že se v nadměrné míře projevují vlivy autora prezentace. Problémem v této situaci může být nedostatečná komunikace mezi vedením školy a tímto autorem. Rovněž lze vysledovat určité rozdíly mezi stránkami tam, kde je jejich tvůrcem osoba mimo školu, a tam, kde se jedná o pracovníka školy. Profesionálové více respektují obvyklou strukturu prezentace a při implementaci technického řešení bývají úspěšnější. Zaměstnanci škol, tvořící internetové stránky, jsou oproti tomu úspěšnější v míře osobitosti prezentace a jsou při tvorbě citlivější ke klimatu a kultuře školy.

Dalším významným celkovým indikátorem (snad jedním z nejvýznamnějších), jenž hodnotí využití prezentace jako komunikačního kanálu a míru otevřenosti školy (k obousměrné komunikaci) a je zároveň úzce vázán na kvalitu celé prezentace, je kategorie, kterou jsme označili jako **směr komunikace** (viz též Mareš 2003, s. 139). Extrémním případem v kategorii *směr komunikace* je **typ uzavřený**, u něž neobjevíme v obsahu prezentace žádnou reálnou možnost kontaktovat kohokoliv ze školy (e-mail, telefonní číslo, jméno kontaktní osoby ve škole, ředitele či odkaz na ně).

Typ omezený nám většinou nabízí pouze e-mail či telefonní číslo na školu jako takovou, výjimečně na ředitele školy. Opět se může stát, že se z prezentace nedozvíme žádné jméno, nevíme, koho vlastně máme kontaktovat, jako v případě Základní katolické školy v Jablonci nad Nisou,⁵

5 Dostupná z <<http://www.sweb.cz/zks.r.haska/>>.

nebo se jako u ZŠ Chropyně⁶ obtížným a téměř detektivním způsobem dopracujeme alespoň ke jménu ředitelky školy (objevili jsme jej až ve formě podpisu pod *Výroční zprávou školy*). Pravděpodobně nejčastějším typem je **částečně adresný**, kdy v internetové prezentaci školy zjistíme mail a/nebo číslo na ředitele, jeho zástupce, případně na některé učitele, jídelnu, školní družinu apod. U tohoto typu však, dle našeho mínění, chybí jeden z podstatných směrů komunikace, totiž kontakt na jednotlivé učitele, který je důležitý především pro rodiče žáků. Tím se dostáváme k následujícímu typu, který jsme pracovně označili jako **adresný**, protože komukoliv umožňuje zkontaktovat přímo téměř všechny osoby na dané škole. Příkladem může být Masarykova ZŠ Zruč-Senec,⁷ kdy sice v rubrice *Kontakty* najdeme jen oficiální telefon a e-mail školy, ovšem v rubrice *Zaměstnanci* již lze nalézt telefonní čísla na konkrétní osoby, včetně např. konzultačních hodin učitelů. Škola v tomto případě přestává být „anonymní“ institucí – dozvíme se, kdo je kdo, můžeme mu zavolat, případně zjistíme, kde a kdy ho navštívit. Tento přístup k webovým stránkám již začíná vypovídat o důrazu, který na ně škola klade.

Posledním, „nejpracovanějším“ stupněm v charakteristice Směr komunikace je **typ interaktivní**, který již téměř naplno využívá možnosti internetu. Uživatel může komunikovat se školou přímo na webových stránkách a tamtéž se může dočkat i odpovědi – vše na očích „veřejnosti“. Existují funkční rubriky typu *Kniha hostů*, *Návštěvní kniha* apod., které tento obousměrný způsob komunikace umožňují. Příkladem tzv. „dobrých prezentací“, které v jinak celkové šedi webových stránek škol vynikají, může být web ZŠ Planá Na Valech (viz ilustraci 2) nebo ZŠ Na Stráni- Děčín VI⁸. Při celkovém hodnocení kategorie *směr komunikace* lze ze 104 škol, majících web, dospět k těmto výsledkům: k typu uzavřený lze přiřadit 3 % škol, k typu omezený 19 %, typ částečně adresný tvoří asi 16 % a typ adresný přibližně 10 %. Téměř „ideální“ interaktivní typ lze přiřadit asi jen ke 3 % škol zkoumaného vzorku.

Další sledovanou globální charakteristikou byla **tvorba obsahu prezentací**. Vypovídá o tom, kdo se může podílet (formou publikace příspěvků na škále od prosté účasti po tvorbu obsahů konkrétních rubrik či osobních prezentací) na tvorbě webových stránek. Reálné sledování této charakteristiky ovšem předpokládá, že můžeme autorství z obsahu stránek zjistit. V krajním případě vůbec nemáme představu, kdo obsah stránek dané školy vytváří. Na opačném pólu stojí stránky, které vnímáme jako „výborné“ v této kategorii; jedná se o ty případy, kdy se do tvorby obsahu stránek zapojují i lidé vně školy. Okolo 50 % prezentací autorství publikovaných textů vůbec neuvádí (můžeme pouze předpokládat, že je to vedení školy nebo webmaster), o kterém se však také nic nedozvíme), asi v 27 % se k autorství v zápatí stránek hlásí jejich tvůrce (webmaster⁹), cca v 8 % ostatních případech se k autorství hlásí vedení školy, pro 3 % škol je tvorba obsahu stránek záležitostí vedení školy a učitelů a jen v 8% se mohou na tvorbě webů podílet i ostatní. Zpravidla se jedná o učitele, žáky a v některých případech rodiče, ba i veřejnost.

Umožnit žákům publikovat jejich názory v rámci školní prezentace představuje pro vedení i učitele patrně ožehavou otázku. Poměrně častou podobou žákovské účasti na obsahu internetových prezentací je proto školní časopis. Domníváme se, že se v tomto případě jedná jen o digitalizaci jiného, školou podporovaného a kontrolovaného způsobu prezentace názorů žáků. Malá část ze sledovaných škol (cca 5 %) jako součást prezentace zveřejňuje i webové stránky žáků; většinou se jedná o stránky vzniklé v průběhu výuky informatiky, a jejich obsah je proto pod přímou kontrolou školy. Pouze jedna z analyzovaných škol¹⁰ v podpoře internetu jako komunikačního kanálu zašla tak daleko, že uvádí i průběžně aktualizované odkazy na osobní stránky žáků (s poznámkou, že za

6 Dostupná z <<http://zs.chropyne.indos.cz/>>.

7 Dostupná z <<http://www.volny.cz/zs.zruc-senec/>>.

8 Dostupná z <<http://zakladka.czweb.org/index.html>>.

9 Najít kontakt na správce stránek, který je pro běžného uživatele důležitý např. v případě technických problémů, se nám v nějaké formě podařilo najít jen u 46 % prezentací.

10 ZŠ a MŠ Kladno. Dostupná z <<http://www.zshnidousy.kladno.indos.cz/novy/index.html>>.

jejich obsah neodpovídá). Z hlediska otevřenosti a interaktivity je tato škola unikátní, ovšem samotný obsah žakovských stránek, na který škola nemá vliv, může vést k nastolení otázky vhodnosti a přiměřenosti, ale také jisté problematičnosti v souvislosti s právními předpisy, týkajícími se ochrany osobních údajů či dalších práv, které je možné internetovou prezentací porušit.

Charakteristika internetové prezentace, označená jako **aktuálnost**, nám signalizuje zjistitelnou míru aktuálnosti (ať již z data zveřejnění obsahu či přímo z tohoto obsahu). Aktuálnost se může týkat jednak webové prezentace jako celku, jednak aktuálnosti sekce *Aktuality*, která bývá obvyklou součástí webových stránek. V sekci *Aktuality* je většinou aktuálnost, díky technickému řešení některých prezentací (redakční a publikační systém¹¹), zjistitelná nejsnáze, nicméně i u dalších částí prezentace má – dle našeho názoru – pro uživatele prezentace velký význam, a to zejména tam, kde škola zveřejňuje informace (např. různé typy instrukcí), které se mohou v čase měnit a neaktuální informace může uvést čtenáře v omyl, ale i způsobit mu problémy. Výsledky v kategorii *aktuálnost* prezentujeme opět na 104 reálně existujících webech škol z našeho vzorku. V případě některých z nich nelze aktuálnost vůbec zjistit, chybí jakýkoliv časový údaj – tato situace nastala u 2 % škol. Přibližně 40 % webů aktuálních nebylo (avšak šlo alespoň přibližně zjistit, kdy byla poslední – v současnosti však zastaralá – informace zveřejněna). Okolo 29 % webů jsme mohli označit jako **částečně aktuální**, u těch některé části webu aktuální byly (nejčastěji rubrika typu *Aktuality*). Z našeho pohledu „částečně aktuální web“ však hlavně musel obsahovat informace o právě probíhajícím školním roce a dokumenty s ním spojené. Přibližně stejné množství (asi 30 %) škol mělo své internetové stránky opravdu **aktuální jako celek**, tj. jednalo se o stránky pravidelně doplňované a udržované jako celek, a poskytující svým uživatelům věrohodné a aktuální informace. Domníváme se, že těchto 30 % škol (ze zmiňovaných 104) jsou takové školy, které již skutečně vnímají internetovou prezentaci jako komunikační kanál a snaží se jej využívat.

Jednou z klíčových částí celkové koncepce internetové prezentace školy je její zaměření na konkrétní skupinu uživatelů, které umožňuje snáze nabízet relevantní a aktuální informace, a v případě interaktivních prezentací (nejčastěji založených na redakčním a publikačním systému) i na tomto základě definovat uživatelská práva jednotlivých skupin uživatelů. Tento rozměr internetových prezentací jsme zahrnuli do kategorie **adresáti**. V kontextu naší analýzy obsahuje informaci o tom, zda lze vůbec z prezentace zjistit, komu jsou informace na webu určeny a v případě že ano, tak jaké konkrétní skupině (skupinám) uživatelů. Na konkrétních webových stránkách pak mohou existovat rubriky s názvy (a pokud možno adekvátním obsahem): *Pro žáky*, *Pro učitele*, *Informace pro rodiče* atp. U 15 % škol není možné (většinou s ohledem na další zásadní nedostatky v prezentaci) vůbec zjistit, komu jsou různé části webu určeny. Zhruba 57 % analyzovaných webových stránek s dělením obsahu pro různé skupiny uživatelů (žáci, učitelé, rodiče, veřejnost) určitým způsobem pracuje, i když nejsou v prezentaci obsaženy ve formě rubrik. Méně než třetina (28 %) prezentací explicitně nabízí obsah diferencovaný pro jednotlivé skupiny uživatelů (rubriky *Pro rodiče*, *Pro žáky*, *Pro učitele*, *Pro veřejnost* a jejich různé kombinace).

11 Celkem 8 ze 104 analyzovaných škol, které tuto informaci v prezentaci vůbec uvádějí, používá systém phpRS. Dostupný z <<http://www.supersvet.cz/phprs/>>.

2. 2 Konkrétní charakteristiky analyzovaných prezentací

V této části interpretace výsledků analýzy se zaměříme přímo na jednotlivé sekce prezentací a jejich obsah. Výsledky zde popisované vznikly hlavně na základě **obsahové** analýzy zkoumaných prezentací.

Úvodní analyzovanou kategorií byla **historie školy**, která se týká dějin budovy i poslání školy, např. kdy byla škola založena, jakým prošla vývojem apod. Téměř v 55 % internetových prezentací jsme (byť v různém rozsahu) historii školy našli (ať již byla zmíněna pod samostatným odkazem nebo se nacházela na jiném místě ve struktuře stránek – např. v sekci *O škole*). Dále nás zajímaly **priority školy**, tedy to, na co škola (prostřednictvím své prezentace) klade důraz při výchově a vzdělávání žáků, a také co podle mínění autora textu jejím navštěvováním žáci získají. Zaměřili jsme se na explicitní vyjádření, ale pokoušeli jsme se v prezentacích najít i priority implicitně sdělované, vyvoditelné z obsahu různých částí prezentace. U 26 % škol nebyly zmíněny vůbec, přibližně 12 % webů pak mělo pouze vágní, obecná vyjádření (typu „jsme ZŠ s rozšířenou výukou xy a yz“). Přibližně 19 % škol mělo priority ve své prezentaci vyjádřeny implicitně (tzn. bylo je možné v prezentaci dohledat či odvodit) a jen asi 12 % škol mělo své priority dostatečně explicitně a jasně uvedené na svých webových stránkách.

Jinou sledovanou charakteristikou byla **organizace chodu školy**. Do této kategorie jsme zařadili informace o vnitřním provozu školy, přičemž obvyklým obsahem bývají: *harmonogram školního roku, úřední hodiny, rozvrhy, zvonění, provoz jídelen, jídelniček, provoz družin* apod. U celých 40 % škol tyto, podle nás poměrně důležité, informace chyběly, přibližně ve 24 % případů jsme je našli alespoň částečně (např. jen harmonogram školního roku) a asi 35 % škol mělo tuto charakteristiku zpracovanou dostatečně, většinou pod samostatnými odkazy, které se vztahovaly k

Dnešní datum: 18. 01. 2006 [Hlavní stránka](#) | [Seznam rubrik](#) | [Ke stažení](#) | [Odkazy](#)

Něco o škole

- [Komunitní škola](#)
- [Z historie školy](#)
- [Škola pro všechny](#)
- Školní vzdělávací program
- Začít spolu (Step by Step)
- Škola podporující zdraví
- [Školní poradenské pracoviště Porozumění](#)
- Škola otevřená spolupráci
- Účast na národních i mezinárodních projektech
- [Informační středisko ICT](#)
- [Školní symbolika](#)
- [Abeceda Angelu](#)

Seznam rubrik

- ☐ [Informace o škole](#)
- ☐ [Informační centrum SIPVZ](#)
- ☐ [Komunitní centrum](#)
- ☐ [Koncepce vyučování](#)
- ☐ [Mateřská škola](#)
- ☐ [Ostatní zprávy](#)
- ☐ [Rodiče a škola](#)
- ☐ [Školní akce](#)
- ☐ [Školní jídelna](#)
- ☐ [Školní kluby](#)
- ☐ [Školní parlament](#)

Volná místa a změny v zájmových útvarech KC

Rubrika: Komunitní centrum
Vydáno dne 18. 01. 2006 (5 přečtení)

S pololetím dochází k některým změnám v rozsahu činnosti a časech konání našich zájmových aktivit. Nabízí se také určitý počet volných míst , která je možno od pololetí zaplnit. Neseďte doma, pojďte se učit nové zajímavé věci, hrát si, ukazovat druhým co dokážete.

(Autor: [Petr Kopal](#) | [Komentáře: 0](#) | [Přidat komentář](#) |)

Pohár starosty Prahy 12 v polovině

Rubrika: Informace o škole
Vydáno dne 17. 01. 2006 (1 přečtení)

Po odehrání poloviny sportovních soutěží Poháru pražských škol najdeme ZŠ a MŠ ANGEL v souhrnném hodnocení Prahy 12 na solidním 4. místě. Před námi jsou pouze sportovně orientovaná škola TGM a ZŠ Pertoldova a Mráčkova, přičemž ztráta na 2. pozici není nijak veliká.

(Autor: [Petr Kopal](#) | [Komentáře: 0](#) | [Přidat komentář](#) |)

Pozvánka k zápisu dětí do 1. tříd

Vydáno dne 17. 01. 2006 (0 přečtení)

Nové **žáky**, kteří od září šk. roku 2006/2007 chtějí chodit **do prvních tříd** naší ZŠ a MŠ ANGEL, **budeme zapisovat 1. a 2. února 2006 od 14:30 do 17:00 hod. v hlavní budově školy (Angelovova 3183)**. Zápisu se zúčastní společně rodiče (zákonní zástupci) se zapisovanými dětmi, potřebný je občanský průkaz doprovázejících a rodný list dítěte. Případná žádost o odklad školní docházky musí být doložena dvěma souhlasnými posudky! (PPP, odborný lékař).

Těšíme se na setkání.

(Autor: [Petr Kopal](#) | [Komentáře: 0](#) | [Přidat komentář](#) |)

Novinky

18.01.2006: Rodičům budoucích prvňáčků - ZÁPIS
Zápis do 1. tříd ZŠ a MŠ ANGEL pro školní rok 2006/2007 se koná ve dnech 1.2. - 2.2. 2006 od 14.30 do 17.00 hod. v hlavní budově školy - Angelovova 3183. Rodiče se zúčastní zápisu společně se svým dítětem.

S sebou: rodný list dítěte, občanský průkaz zákonného zástupce.

Pokud budete pro své dítě žádat odklad školní docházky, musí být žádost rodičů doložena dvěma souhlasnými posudky (PPP, odborný lékař).

12.01.2006: Tříkrálový podvečer
Úspěšné vystoupení mají za sebou děti z kroužků Tanečky, flétničky a sborečku Trpaslíci. Programu Tříkrálový podvečer uskutečněnému ve středu 11. ledna 2006 tleskala zaplněná školní jídelna. Na dobrovolném vstupném, které podpořilo projekt Hříště Mladěnka bylo vybráno 2715,- Kč. Děkujeme Katka Koželuhová a Maria Tušimovskí

22.12.2005: Vánoce u Andělů
Tradiční "Vánoce u Andělů" s sebou již tradičně přinesly řadu akcí a příjemných prožitků v závěru roku. Andělsko - mikulášská nadílka, třídní besídka, prodejní výstava keramiky v komunitním centru, prodej dobročinných přáníček, mikulášský jarmark... A

Ilustrace 3: Příklad struktury stránek – ZŠ Modřanská – <<http://www.zsangel.cz/>>

jednotlivým součástí „obvyklého obsahu“ této charakteristiky, jež jsme zmiňovali výše.

Kategorie **dokumenty** zahrnovala v našem výzkumu míru dostupnosti informací o školním řádu a jiných předpisech týkajících se provozu školy (školský zákon, vyhlášky, právní úpravy chodu školy, zveřejňování osobních informací atd.) Výjimečně se vyskytovaly odborné informace (pedagogicko- psychologické rady, různé návody, pomůcky). Téměř 56 % webů škol žádné z těchto obecnějších dokumentů zveřejněno nemělo, asi ve 12 % případů bylo možné je někde ve struktuře alespoň částečně najít. Naopak přibližně 32 % škol mělo přímé odkazy, pod kterými bylo možné tento typ dokumentů dohledat. Navazující charakteristikou webů škol jsou **konkrétní dokumenty**, vypovídající o chodu a „úspěšnosti“ výchovné a vzdělávací činnosti školy (zprávy o vnitřní a vnější evaluaci, rozpočet školy i plány a vize školy). Obvyklým obsahem jsou především *výroční zprávy*, *inspekční zprávy* a často také *ICT zpráva* k rozvoji informačních technologií ve škole (právě výskyt těchto základních 3 typů zpráv jsme nakonec v našem výzkumu sledovali). Jedním z překvapujících zjištění bylo, že řada škol, a to i veřejných, považuje tyto údaje za natolik „citlivé“, že je na internetu vůbec nezveřejňuje.

Jakýmsi mezistupněm byla nabídka informací „k nahlédnutí u ředitele“. Je ovšem otázkou, nakolik může být tato "utajovací" informační politika výhledově úspěšná, neboť např. internetová prezentace České školní inspekce (ČŠI) nabízí inspekční zprávy z jednotlivých škol v plném znění, Ústav pro informace ve vzdělávání (ÚIV) připravuje on-line verzi školních matrik atd. V souvislosti se dvěma posledně zmiňovanými kategoriemi by bylo vhodné upozornit na zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím (podrobněji viz např. Neumajer 2005, s. 111-114). Z námi analyzovaných 104 prezentací škol okolo 52 % nemělo na svých internetových stránkách zveřejněn ani jeden typ zpráv, které jsme sledovali, přibližně 40 % škol mělo zveřejněnu výroční zprávu (z toho více než polovina v kombinaci s některým z dalších typů zpráv). Pouhé 2 školy měly dostupné (i s adekvátním a aktuálním obsahem) všechny tři typy zpráv.

Na následujících řádcích stručně uvedeme další sledované kategorie (podrobněji viz Mareš, et al. 2005). S důležitou *globální* charakteristikou prezentace, totiž její aktuálností, souvisí úzce i jedna z charakteristik *konkrétních*, kterou jsme nazvali jednoduše **aktuality** a u které jsme v podstatě sledovali především její přítomnost, či nepřítomnost. V prezentacích ji obvykle můžeme nalézt pod názvy *Aktuality*, *Novinky*, *Co se děje* atp. Pro konkrétní představu o organizační struktuře a velikosti školy je významná, v prezentacích často přítomná, kategorie **zaměstnanci školy**. Týká se informací o osobách, které se podílejí na chodu školy. Nejčastěji mívá podobu samostatné části prezentace dostupné pod odkazy jako: *Učitelství sbor*, *Pracovníci*, *Seznam zaměstnanců*, *Představujeme se* apod. Ve více než 50 % webových prezentací škol obsahovaly seznam téměř všech (tedy i nepedagogických) zaměstnanců. Navazující charakteristikou internetových stránek škol jsou **kontakty**, kde bylo překvapivým zjištěním, že většinou neexistuje propojení mezi informací o zaměstnancích školy a kontakty na ně, což opět může komplikovat komunikaci se školou rodičům (někdy to může být i záměrem a výsledkem postojů pedagogů k rodičům – viz Rabušicová; Čiháček; Emmerová, et al. 2003, s. 314). Nejčastěji však školy nabízejí vedení či sekretariát školy jako jediný možný kontakt, neuvědomujíce si, že právě bohatost a snadná dostupnost kontaktních informací je jednou z nejdůležitějších součástí internetových prezentací (srov. Neumajer 2005, s. 61-62).

Akce a aktivity školy je častou sekcí, kterou obsahuje větší část sledovaných prezentací. Zahrnuje informace o školních i mimoškolních činnostech žáků (*zájmové kroužky*, *soutěže vedomostní i sportovní*) a dalších akcích pořádaných či zaštiťovaných školou (např. *výlety*, *exkurze*, *přednášky*). S ohledem na část uživatelů a vytváření konkrétní silné vizuální představy o škole a jejím vnitřním životě je důležitá i poslední sledovaná charakteristika **fotogalerie**. Do ní jsme zahrnuli fotografickou dokumentaci z různých akcí a aktivit školy. Nejčastěji bývá v prezentaci k dispozici pod označením (odkazem) *Fotogalerie*, *Galerie*, *Obrázky*. Sledovali jsme především její přítomnost, obsah a umístění ve struktuře stránek.

Je samozřejmé, že žádnou z výše uvedených kategorií při hodnocení internetové prezentace konkrétní školy nelze chápat izolovaně, ale vždy musíme brát do úvahy jejich celkový kontext. Jedině tehdy lze uvažovat o tom, jaký obraz škola o sobě záměrně i nezáměrně vytváří, v jakém vztahu je tento obraz k reálnému vnitřnímu životu školy a jen tehdy můžeme také absenci či neobvyklou nebo zanedbanou podobu některé části internetové prezentace školy chápat jako např. podklad pro diagnostické hypotézy pro zkoumání klimatu při další práci se školou.

3. Diskuse

V odborné literatuře se velmi diskutuje o tom, zda internetové stránky mají spíše hodnotit **uživatelé-laici nebo profesionálové**. Ať už se hodnotí důvěryhodnost anebo použitelnost internetových stránek, ukazuje se, že se výrazně liší hodnocení laiků a pokročilých uživatelů. Například Nielsen (1997) se na základě své kvalitativní studie domníval, že pro celkové hodnocení použitelnosti (*usability*) uživatelem je rozhodující obsah prezentace (ve formě textu). Jeho respondenti byli ovšem ICT profesionálové. V rámci dalších výzkumů (např. Fogg; Marshall; Laraki, et al. 2001) ale bylo prokázáno, že pro laiky je při hodnocení důvěryhodnosti (*credibility*) rozhodující forma (ve významu vzhled) prezentace. Přestože oba výzkumné týmy používají jiné výzkumné postupy i klíčové pojmy, ve skutečnosti se jedná věcně spíše o rozdíl v míře obecnosti pojmu (*použitelnost* je obecnější pojem). V naší studii jsme se problém hodnotitelů-expertů pokusili obejít strukturací hodnocení do jednotlivých kategorií. Přesto mohl a patrně i ovlivnil např. naše celkové hodnocení analyzovaných prezentací. Domníváme se však, že náš systém kategorií umožňuje ověřit, nakolik je konkrétní prezentace z pohledu uživatele důvěryhodná. V případě, že nebudeme chápat internetovou prezentaci úzce, jen jako „pouze“ jiný druh komunikačního kanálu mezi školou a jejím okolím, ale šířeji, spíše jako typ masové komunikace, výše zmíněné poznámky k důvěryhodnosti internetových prezentací získávají ještě univerzálnější platnost.

Nabízí se závažná otázka, zda se vůbec **konkrétní škole vyplatí investovat velké úsilí** do přípravy a udržování internetových stránek. Nebo přesněji, za jakých podmínek jsou jiné formy zatím účinnější. V našem zkoumaném vzorku považuje za zbytečné vytvářet internetové prezentace skupina škol, které působí v menších obcích, tj. obcích do 5000 obyvatel. Celkem 94 ze 124 škol působících v takové komunitě se domnívá, že webové stránky nepotřebuje.

Rabušicová; Čiháček; Emmerová, a kol. (2003, s. 309) pro lokality této velikosti uvádějí i menší zájem rodičů o dění ve škole. Velikost obce, v níž se školy nacházejí, je proto jedním z určujících faktorů i pro požadavky na obsah a strukturu jejich webů. Internetová prezentace, jako další možný způsob komunikace školy s jejím (sociálním) okolím (ať již se zainteresovaným na chodu školy či okolím širším), odráží i způsob komunikace mezi lidmi v komunitě, ve které se škola nachází. Malá obec, kde se lidé osobně znají a pravidelně se setkávají, preferuje patrně jiné informační kanály než více „anonymizovaná“ komunita městská. Na vesnici se lidé často potkávají a informace o dění ve škole tak lze celkem bez problémů získat z osobního kontaktu, takže požadavky na internetovou prezentaci jsou z pravidla mnohem nižší.

Naopak ve městech nad 50 000 obyvatel začíná patrně být internetová prezentace existenční nutností a konkurenční výhodou. Městské školy mohou pro získávání žáků (nejen k nim „spádově“ příslušných) využít internetovou prezentaci jako „reklamní poutač“ či „výkladní skříň“ školy, ve snaze naplnit školskými úřady požadované stavy dětí a využít kapacitu školy, převážně vycházející z období silnějších populačních ročníků. Se vzrůstající počítačovou gramotností populace již postupně přestává být možné přistupovat k tvorbě prezentace jako k nějaké spíš nedůležité a okrajové součásti image školy. Vstřícnost, srozumitelnost a obsažnost internetové stránky školy se postupně stává jedním z kritérií, které rodiče mohou brát v úvahu při volbě základní školy pro své dítě.

Tématem pro diskusi je i **současná podoba internetových prezentací škol**. Managementy škol i autoři internetových prezentací si v současnosti ještě ne zcela uvědomují, že internet, jakožto prostředek masové komunikace, může působit na jeho uživatele velmi výrazně. Zveřejněná webová stránka se stává „oficiální“ (formulace, která se navíc často objevuje – a objevovat by se měla – na úvodních stránkách prezentací škol). Může se tak na ni podívat kdokoliv a je tedy *masovým médiem* se vším všudy. Na druhou stranu však zatím zároveň platí, že ani veřejnost ještě zcela nechápe, že webová stránka je v principu stejně veřejné sdělení jako novinová nebo televizní zpráva, a že navíc přináší možnost obousměrné komunikace. Současný stav prezentací městských škol proto rozhodně není ideální ani z hlediska výzkumu, ani z hlediska běžných uživatelů. Poměrně hojným typem internetové prezentace školy, se kterým se v současnosti můžeme setkat, je web, který svou evidentní neprofesionalitou, bezobsažností a neaktuálností vzbuzuje spíše úsměv, nebo v horším případě přímo nedůvěru. Takovéto představení školy tak může paradoxně i velmi dobrou školu diskvalifikovat v soutěži o nové žáky.

Patrně nejhorší analyzovanou možnou variantou se jevíly prezentace, u nichž byla většina odkazů buď prázdných, nebo bylo prezentováno sdělení „stránka je v úpravě“. Domníváme se, že z hlediska image školy není vhodné prezentaci tvořit „veřejně“ před očima náhodného návštěvníka, ale že je vhodnější mít prezentaci před zveřejněním připravenou a zkontrolovanou. Na uživatele rozhodně nepůsobí příznivě takový stav webu, kdy je zveřejněná prezentace školy tvořena hlavně omluvami, že stránky jsou ve výstavbě (lze najít školy které se takto „omlouvají“ i dva roky). Při návštěvě takového webu je uživatel zklamán (mnohdy i vícekrát) a na základě toho si vytvoří i určitý obrázek o důvěryhodnosti školy i její prezentace (Fogg; Soohoo; Danielson, et al. 2002) a příště již její stránky ani nemusí vyhledat.

Jiným problémem byly prezentace škol, které sice nebyly nefunkčními torzy, ale byly dlouhodobě neaktualizované. V této souvislosti se domníváme, že je lepší alternativou, když škola nemá žádnou prezentaci, než když se veřejně prezentuje webovou stránkou vyloženě špatnou, nedodělanou a neaktuální (srov. např. Neumajer 2005). Taková prezentace je sice na internetu dostupná, ale vypovídá například i o určitém poměru pracovníků školy k řešení otázek nad rámec běžných profesních požadavků. Může tak svědčit pouze o nezájmu, neschopnosti nebo i o nepochopení podstaty internetu jako interaktivního komunikačního kanálu školou (odhlédneme od možnosti záměrného udržování takového nepřehledného stavu webu). V typické podobě se jedná o internetovou prezentaci školy vytvořenou tak říkajíc „na věčné časy“. Tento typ prezentace je extrémní variantou webu jako „nástěnky“ a motivace celé koncepce prezentace je v těchto případech jasná: mít stránky, splnit úkol a moci se věnovat něčemu jinému a „důležitějšímu“. Koncepce prezentace tohoto typu bývá tvořena tak, že stránky vlastně ani nepotřebují žádné aktualizace. (Např. nás informuje o tom, kde je škola na mapě, že je to základní škola, ukazuje na fotografii budovu školy, uvádí seznam zájmových kroužků či avizuje každoroční vánoční besídku.)

V našem výzkumu se rovněž ukázalo, že pedagogická veřejnost, management škol, ani širší veřejnost ještě není z větší části připravena na obsažné, interaktivní prezentace, které může svým způsobem spoluvytvářet. Školy se zatím zdají být spokojeny spíše s „nástěnkami“, které „někdo ze školy“ jednou zveřejní, aniž by se o nich diskutovalo, upravovaly by se a aktualizovaly, a stejný přístup ke školním webům se zatím zdá být převládajícím i na straně uživatelů. Důkazem mohou být data z našeho výzkumu – i když asi 13 % škol má internetové stránky, které umožňují bezprostřední reakci okolí na zveřejněná sdělení a zprávy, jen v minimu případů byla tato možnost opravdu využita (3 % případů). Výjimkou potvrzující pravidlo je internetová prezentace základní školy v Děčíně VI.¹²

Kategorizace prezentací a názvy kategorií. Pro srozumitelnost webových stránek, jejich, pokud možno, co největší jednoznačnost, uživatelskou vstřícnost a srozumitelnost, jsou důležité i

12 Dostupné z www: <<http://zakladka.czweb.org/index.html>>.

samotné názvy odkazů a jejich hierarchie (např. Larson; Czerwinski 1998, Bernard 2003). Tvůrce webu by měl používat označení jednotlivých rubrik (např. Bernard 2003), která vypovídají co nejvíce o jejich obsahu. Měl by si klást otázku, zda to, co si pod určitým pojmem představuje, odpovídá *obecné* představě. Tento problém bývá např. akcentován i tam, kde se na tvorbě prezentace a jejího obsahu podílejí žáci, kteří mají tendenci nerespektovat formu sdělení a po svém upravovat obsah (Pražská..., 1999).

Příkladem poměrně jednoznačného názvu rubriky je např. odkaz *Historie*, který v naprosté většině případů obsahuje do různé míry podrobné údaje o vzniku a vývoji dané školy. Někdy tak může být historie školy detailně zpracována na základě kronik a jiných dobových dokumentů a má pak téměř historicko-literární podobu (otázkou v tomto případě je *vhodnost* umístění na webu), jindy je odkaz *Historie* naplněn výčtem všech ředitelů a učitelů, kteří se kdy na chodu školy podíleli (případně se vyskytuje i seznam absolventů školy) a o historii jako takové jsou zmíněny jen základní časové údaje. Specifické pojetí rubriky *historie školy*, které však není nikterak ojedinělé, se týká především historie *budovy* školy: např. kdy byla škola postavena, v kterém roce bylo co přistavěno, kdy byla rekonstruována střecha nebo dokonce jaké vybavení školy bylo v určitém roce koupeno. Již samotné pojetí historie školy může do určité míry vypovídat o prioritách dané školy (či přesněji – o prioritách současného vedení školy) – tj. zda se i v prezentované tradici vzdělávání ve škole spíše orientuje na lidi a jejich podíl v historii školy, nebo zda je historie pojata jako výčet vybavení, které v průběhu doby škola získala, a tak převažuje orientace na „věci“.

K jednoznačným odkazům patří dále např. *Aktuality* (s modifikacemi jako *Aktuálně*, *Aktuální informace*, *Nepřehlédněte*, *Co se právě děje*, *Novinky* apod.), *Zaměstnanci* (*Učitelský sbor*, *Sbor*, *Pedagogický sbor*, *Pracovníci školy* apod.), *Kontakty*, *Dokumenty* (*Směrnice školy*, *Dokumenty školy*) nebo *Fotogalerie* (*Fotobanka*, *Fotografie školy* atp.). Jedním z možných označení *Fotogalerie*, totiž jako *Galerie*, se dostáváme k druhému typu odkazů, které již na první pohled tak jednoznačně svůj obsah neimplikují. *Galerie* někdy neobsahuje fotografie, ale může jít o *galerii úspěchů*, tedy seznam těch, kdo něčeho význačného na škole nebo pro školu dosáhli. Podobně odkaz *Organizace školního roku* je vcelku jasný, zachycuje důležitá data jako začátek, konec školního roku, termíny prázdnin atd. (podobná označení: *Terminář*, *Harmonogram*, *Školní rok*). Někdy používaný odkaz *Organizace* však již může mít i jiný obsah. V některých prezentacích obsahuje informace o hierarchii školy jako organizace a struktuře jejího řízení.

Závěr

Tvrzení, že internet vstupuje do našich škol, se už stalo obecně užívaným tvrzením. Ti, kdož ho používají, si pod ním představují především možnosti vstupu do dalších sítí, vyhledávání informací potřebných pro individuální či skupinové učení. Naše studie upozornila na další podobu – internet jako prostředek, jímž škola vypovídá široké veřejnosti sama o sobě: o své historii, o svých proměnách, o cílech, které sleduje, o postupech, které používá, o lidech, kteří v ní pracují, o žácích, kteří se v ní učí.

Čím je internetová prezentace promyšlenější, podrobnější, aktuálně doplňovaná, tím více vypovídá – někdy cíleně, jindy bezděčně – o kultuře dané školy a jejím psychosociálním klimatu. Můžeme to říci i tak: internetovou prezentaci je možné (pochopitelně po důkladné analýze) použít jako jeden z možných indikátorů psychosociálního klimatu dané školy. Nejde o indikátor jediný, musí být doplněn řadou jiných údajů získaných jinými metodami (viz Ježek 2004).

Náš výzkum ukázal, že internetová prezentace škol obsahuje potřebné údaje jen zčásti, proto výše zmíněné použití zůstává zatím v úrovni potencialit. Téměř polovina škol našeho vzorku nemá žádnou internetovou prezentaci. Z těch škol, které ji mají, dalších 10-25 % případů (podle přísnosti

posuzování) má závažné formální i obsahové nedostatky. Pro solidní analýzu tedy zůstává (v závislosti na přísnosti posuzování) asi 25-40 % škol.

Předložená studie nabídla a v praxi ověřila soubor formálních i obsahových kritérií pro hodnocení kvality internetových prezentací základních škol. Přestože navrhovaná metoda analýzy internetových prezentací přináší určitá úskalí v podobě pracnosti a subjektivního hodnocení, představuje v kontextu dostupné literatury solidní základ pro další využití, ať již praktické či výzkumné. Možnost praktického využití poznatků získaných v rámci této studie je podle našeho názoru především dvojitá:

- **podpora škol při vytváření internetových prezentací:** jako inspirace, upozornění a varování před nejčastějšími omyly (v této variantě lze také internetovou prezentaci použít pro výzkum *procesů* používaných ve škole při řešení komplexních problémů, ať už se jedná o procesy řízení, distribuce pravomocí a zodpovědnosti, zpětnovazebních smyček atp.);
- jako **doplňková metoda zkoumání klimatu školy:** v případech, kdy je stávající internetová prezentace natolik kvalitní, že umožňuje analýzu (příčemž můžeme využít *výslednou* internetovou prezentaci jako snahu o reflexi vnitřního života školy i komunikační kanál, ve kterém je škola jako celek nucena na relativně malé ploše reflektovat své základní charakteristiky, historii, vize i svou současnou praxi a zároveň ukazuje míru své otevřenosti a ochotu o své činnosti i plánech komunikovat se svým okolím).

Zároveň je ale zřejmé, že se v současnosti z pohledu škol jedná zatím spíše o téma okrajové a nacházející se mimo ohnisko zájmu jejich managementu. Domníváme se však, že internetová prezentace škol, chápána jako „virtuální výkladní skříň“ a produkt kultury školy, bude velmi rychle nabývat na významu jak pro vedení škol (např. jako možnost reflektovat aktuální podobu školy a formulovat vize), tak i pro nepedagogickou veřejnost (snadněji dostupné informace např. při výběru školy).

Prameny:

- BEDNÁŘ, S. *Důvěryhodnost webových stránek*. Brno, 2005. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií. Katedra psychologie.
- BERNARD, M.L. *Criteria for optimal web design (designing for usability)* [on-line]. Wichita : Wichita State Un. - Software Usability Research Lab, 2003. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://psychology.wichita.edu/optimalweb/>>.
- BERNARD, M.L. *User expectations for the location of web objects. Proceedings of CHI* [on-line]. 2001, s. 171-172. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://psychology.wichita.edu/mbernard/articles/CHI%20web%20objects.pdf>>.
- ČIŽINSKÝ, D.; MAREŠ, J. Hypertext, hypermédia – možnosti využití ve škole. *Pedagogika*, 1998, roč. 48, č. 3, s. 243-255. ISSN 3330-3815.
- FOGG, B.J. *Stanford Guidelines for Web Credibility. A Research Summary from the Stanford Persuasive Technology Lab* [on-line]. Stanford University, 2002. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.webcredibility.org/guidelines>>.
- FOGG, B.J.; KAMEDA, T.; BOYD, J., et al. *Stanford-Makovsky Web Credibility Study 2002: Investigating what makes Web sites credible today* [on-line]. Stanford University, 2002. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.webcredibility.org>>.
- FOGG, B.J.; MARABLE, L.; STANFORD, J. *Experts vs. Online Consumers: A Comparative Credibility Study of Health and Finance Web Sites* [on-line]. Stanford, 2002. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z: <http://captology.stanford.edu/pdf/CHI_2001_Web_Cred_Survey_v11_without_study.ppt>.
- FOGG, B.J.; MARSHALL, J.; KAMEDA, T., et al. *Web Credibility Research: A Method for Online Experiments and Early Study Results* [on-line]. Stanford : The Stanford Persuasive Technology Lab, 2001. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://captology.stanford.edu/pdf/WebCred%20Fogg%20CHI%202001%20short%20paper.PDF>>.
- FOGG, B.J.; MARSHALL, J.; LARAKI, O., et al. *What Makes A Web Site Credible? A Report on a Large Quantitative Study* [on-line]. Stanford : The Stanford Persuasive Technology Lab, 2001. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://captology.stanford.edu/pdf/p61-fogg.pdf>>.
- FOGG, B.J.; SOOHOO, C.; DANIELSON, D., et al. *How Do People Evaluate a Web Site's Credibility? Results from a Large Study* [on-line]. Consumerwebwatch, 2002. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.consumerwebwatch.org>>.
- FOGG, B.J.; TSENG, S. *Credibility and Computing Technology* [on-line]. Stanford : The Stanford Persuasive Technology Lab, 1999. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://captology.stanford.edu/pdf/p39-tseng.pdf>>.
- FOGG, B.J.; TSENG, S. *The Elements of Computer Credibility* [on-line]. Stanford : The Stanford Persuasive Technology Lab, 1999. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://captology.stanford.edu/pdf/p80-fogg.pdf>>.
- FREIBERG, H.J. (Ed.). *School climate. Measuring, Improving and Sustaining Healthy Learning Environments*. London : Falmer Press, 1999. 230 s. ISBN 0-7507-0642-2.
- Google.com* [on-line]. Mountain View : Google, 2005. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.google.com/>>.
- HTTrack Website Copier* [on-line]. Paris : HTTrack Website Copier software offline browser, 2005. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.httrack.com/>>.
- JEŽEK, S. Vývoj metodiky pro diagnostiku psychosociálního klimatu školy. In JEŽEK, S. (Ed.). *Psychosociální klima školy II*. Brno : MSD Brno, 2004, s. 36-86. ISBN 8086633292.
- KRUSE, S.D.; LOUIS, K.S.; BRYK, A. An emerging framework for analyzing school-based professional community. In LOUIS, K.S.; KRUSE, S.D. (Eds.). *Professionalism and Community : Perspectives on Reforming Urban Schools*. Thousand Oaks (CA) : Corwin, 1995, s. 23-42. ISBN 0803962533.
- LARSON, K.; CZERWINSKI, M. *Web page design: Implications of memory, structure and scent for information retrieval* [on-line]. Proceedings of CHI 98 . [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.research.microsoft.com/users/marycz/chi981.htm>>.
- MAREŠ, J. Sociální prostředí školy a jeho prezentace ve virtuálním prostředí internetu. In JEŽEK, S. (Ed.). *Psychosociální klima školy I*. Brno : MSD Copy, 2003, s. 135-142. ISBN 80-86633-13-6.
- MAREŠ, J.; LUKAS, J.; JEŽEK, S., et al. Do jaké míry lze využít internetovou prezentaci školy jako zrcadlo

sociálního klimatu školy? In JEŽEK, S. (Ed.). *Psychosociální klima školy III*. Brno: MSD Copy, 2005, s. 136-160. ISBN 80-86633-29-2.

MORKES, J.; NIELSEN, J. *Concise, Scannable, and Objective: How to Write for the Web* [on-line]. Useit 1997. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.useit.com/papers/webwriting/writing.html>>.

MYERS, M.D. *Qualitative Research in Information Systems, MISQ Discovery* [on-line]. Auckland, 1997. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.qual.auckland.ac.nz>>.

NEUMAJER, O. *Budujeme školní web*. Brno : CP Books, 2005. ISBN 80-251-0612-8.

NIELSEN, J. *Report From a 1994 Web Usability Study* [on-line]. Useit, 1994. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <http://www.useit.com/papers/1994_web_usability_report.html>.

NIELSEN, J. *How Users Read on the Web* [on-line]. Useit, 1997. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>>.

NIELSEN, J. *Top Ten New Mistakes of Web Design* [on-line]. Useit, 1999. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.useit.com/alertbox/990530.html>>.

NIELSEN, J. *Risks of Quantitative Studies* [on-line]. Useit, 2004. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.useit.com/alertbox/20040301.html>>.

POL, M.; HLOUŠKOVÁ, L.; NOVOTNÝ, P., et al. K základům úspěchu v řízení škol – O práci ředitelů škol s vizí. In *SPFFBU U 8 (2003). Řada pedagogická*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2003, s. 87-102. ISBN 80-210-3120-4.

PRAŽSKÁ SKUPINA ŠKOLNÍ ETNOGRAFIE. 4. třída: příloha závěrečné zprávy o řešení grantového projektu GA ČR 406/97/0870 „Žák v měnících se podmínkách současné školy“. Praha : Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 1999. 376 s.

PRINCETON SURVEY RESEARCH ASSOCIATES. *A Matter of Trust: What Users Want From Websites* [on-line]. Princeton, 2002. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.consumerwebwatch.org/news/report1.pdf>>.

RABUŠICOVÁ, M.; ČIHÁČEK, V.; EMMEROVÁ, K., et al. Role rodičů ve vztahu ke škole – empirická zjištění. *Pedagogika*, 2003, roč. 53, č. 3, s. 309-320. ISSN 0031-3815.

RABUŠICOVÁ, M.; TRNKOVÁ, K.; ŠEĐOVÁ, K., et al. O školách, v nichž jsou rodiče i ředitelé spokojeni se vzájemnou spoluprací. In *SPFFBU U 8 (2003). Řada pedagogická*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2003, s. 103-116. ISBN 80-210-3120-4.

ROBERTS, S.M.; PRUITT, E.Z. *Schools as Professional Learning Communities*. Thousand Oaks : Corwin Press, 2003. 206 s. ISBN 0-7619-4581-4.

SENGE, P., et al. *Schools That Learn: A Fifth Discipline Fieldbook for Educators, Parents, and Everyone Who Cares About Education*. New York : Doubleday, 2000. ISBN: 0385493231.

Seznam.cz [on-line]. Praha : Seznam.cz, 2005. [cit. 2005-10-05]. Dostupný z <<http://www.seznam.cz/>>.

SPECK, M. *The principalship: Building a learning community*. Upper Saddle River (NJ) : Prentice Hall, 1999. ISBN 0-13-440686-9.

ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Psychologická setkávání, sv. 6. Praha : TRITON, 2003. 158 s. ISBN 80-7254-360-1.

VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Praha : Portál, 2000. 264 s. ISBN 80-7178-291-2.

ZOUNEK, J. Počítač, Internet a multimédia v práci učitele. In POL, M.; NOVOTNÝ, P. (Ed.). *Vybrané kapitoly ze školní pedagogiky*. Brno : Masarykova univerzita, 2002, s. 61-73. ISBN 80-210-3020-8.