

POUŽÍVANIE SOCIÁLNYCH MÉDIÍ NA PROFESIONÁLNY A OSOBNÝ ROZVOJ

Szanyiová, Bianka

Katedra Sociológie, ŠVOUČ

Mgr. Viera Zozuláková, PhD.

Abstrakt

Najbežnejším internetovým komunikačným nástrojom v modernom svete sú sociálne médiá, ktoré obsahujú virtuálne platformy na vyhľadávanie, udržiavanie a rozvíjanie sociálnych kontaktov. Siete sa stali neoddeliteľnou súčasťou modernej spoločnosti. Virtuálne sociálne siete hlboko prenikli do nášho každodenného života a ľudia trávajú viac času vytváraním sietí na dosiahnutie rôznych cieľov. Práca definuje vybrané platformy sociálnych médií, ktoré sú prospešné pre každodenný život a sebarozvoj jedinca. Analyzuje a popisuje získanie možnosti využitia sociálnych sietí pre profesionálny a osobný rast. Doplnkové informácie sú získané už z realizovaných výskumov v tejto problematike a taktiež obsahuje výsledky z nášho prieskumu.

Kľúčové slová

sociálne médiá, internet, profesionálny rozvoj, osobný rozvoj, PLN

OBSAH

ÚVOD	4
1 PROFESIONÁLNY A OSOBNÝ ROZVOJ PROSTREDNÍCTVOM SOCIÁLNYCH MÉDIÍ	6
1.1 Platformy sociálnych sietí – Facebook, LinkedIn, Instagram a Twitter	7
1.2. Osobná a profesionálna identita na sociálnych médiách.....	10
1.3 Využívanie sociálnych médií vo svoj prospech	11
1.4 Vzdelávanie prostredníctvom sociálnych sietí	12
2. ANALÝZA PRIESKUMU.....	15
ZÁVER.....	18
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	20

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1 Nárast počtu používateľov.....	16
---------------------------------------	----

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Počet používateľov sociálnych médií na Slovensku	7
Obrázok 2 Používatelia Facebooku na Slovensku	8
Obrázok 3 Počet používateľov Instagramu na Slovensku.....	9
Obrázok 4 PLN- príklad	14
Obrázok 5 Sociálne médiá.....	17
Obrázok 6 Používatelia platformy LinkedIn	18

ÚVOD

Ked' sa sociálne médiá stali fenoménom, ich všeobecný koncept bol vzťah medzi ľuďmi a technológiou. Postupom času sa účel sociálnych médií zmenil. Rozvoj spoločnosti z hľadiska technológie je, a vždy aj bol veľmi dôležitým atribútom. Technológia predstavuje pokrok a informácie, a toto je veľmi dôležitou súčasťou spoločnosti pri dosahovaní jej cieľov. Nech sú tieto ciele akékoľvek, vzťahy sú vždy jadrom ich dosiahnutia. V dnešnej dobe pokročilej technológie sa zdá, že ľudia nadväzujú vzťahy oveľa jednoduchšie. V posledných rokoch vytvorili sociálne médiá nový priestor pre sociologický výskum. Sociálne médiá ponúkajú nový spôsob ľudskej interakcie a vytvárajú nové témy pre sociológov. Sociálne médiá začali ako interakcia medzi ľuďmi, ktorí využívali nové formy technológií, a rozhovory sa stávali čoraz viac verejnými. Ak sa spoločenstvo stane interakčným poľom, prestane byť nevyhnutne územím. Je skôr priestorom, v ktorom sa jednotlivci spájajú navzájom medzi sebou a so širšou globálnou spoločnosťou. Interakčné pole zdôrazňuje jednotlivé interakcie a výsledná koncepcia neteritoriálneho spoločenstva poskytuje základ pre väčšinu prác analýzy sociálnych sietí. Analýza sociálnych sietí je situačne podmienennejšou analýzou sociálnej štruktúry. Koncept sociálnych sietí sa vyvinul zo štatistických častí malých skupín, malých komunít, organizácií a sietí zameraných na ego podľa súčasného dôrazu na bytie zachytil vývoj sociálnych sietí v čase, pokiaľ ide o sociálno-kultúrnu podmienenosť týchto sietí rozvoja. (Buštíková, 1999) Interakcia samozrejme nie je jediná vec, ktorú si spotrebiteľ všimne. Technológia naďalej ponúka nové spôsoby, ako uspokojiť potreby ľudí, a sociálne médiá sa nelíšia. Je to nástroj na spojenie vzťahov. Sociálne médiá umožňujú spoločnosti udržiavať tieto vzťahy v globálnom meradle s okamžitým prístupom k blízkym priateľom a rodine, ako aj k ľuďom na celom svete. Prostredníctvom interaktívnej technológie môžu používatelia ľahšie nadväzovať spojenia a komunikovať mnohými rôznymi kreatívnymi spôsobmi. Digitálne siete sú súčasťou procesu vytvárania a vyjadrovania svojej identity, napríklad prostredníctvom vytvárania profilov sociálnych médiách, na populárnych stránkach vrátane Facebooku a Instagrame. Ked' počítačová sieť spája ľudí alebo organizácie, jedná sa o sociálnu sieť. Rovnako ako počítačová sieť je sada strojov prepojených pomocou káblov, sociálna sieť je skupina ľudí, ktorí sú prepojení prostredníctvom nejakého súboru sociálnych vzťahov, ako sú napríklad priateľstvo, spolupráca, či výmena informácií.

V našej práci sme si stanovili za hlavný cieľ zamerať sa na pozitívne aspekty virtuálneho sveta a tým je využitie sociálnych médií v prospech jedinca na osobný a profesionálny rast, a naštudovať si potrebné množstvo informácií, ktoré sú nám momentálne k dispozícii. Dávame do pozornosti novodobé formy sebarozvoja pomocou pokročilej technológie. Zamerali sme sa hlavne opisu sociálnych médií a hlavne jej platformám. Venovali sme sa hlavne sociálnym sieťam – Facebook, LinkedIn, a Instagram, kde sme podrobne opísali ako tieto siete fungujú a aké sú možnosti ich využitia v náš prospech. Zamerali sme sa na interakciu jedinca a schopnosť využitia sociálnych médií vo svoj prospech prostredníctvom vzdelávania pomocou sietí. Jednu nevýhodu sociálnych sietí sme predsa len v práci spomenuli a tou je identita – osobná, aj profesionálna, na ktorú si aj pri týchto sebarozvojových aktivitách musíme dávať obrovský pozor a musíme konať uvážene, čo považujeme za osobnú a profesionálnu identitu. Informácie pochádzali prevažne z online zdrojov a zahraničnej literatúry, pretože knižné publikácie v tomto smere nie sú vždy najlepším prameňom informácií v kontexte našej témy. Pre doplnenie našich poznatkov sme sa rozhodli pre analýzu prieskumov, ktoré boli uskutočnené v rámci tejto témy a prinášame náhľad do praktickej časti práce. Pri tvorení prie-

skumu, sme sa inšpirovali Globálnou Správou o Digitále. V archíve sme našli správy kde je aj Slovensko od roku 2017 po rok 2021. Pre čo najnovšie výsledky na porovnávanie sme sa rozhodli použiť správu z výskumu Digital 2021: Slovakia. Z tejto správy sa dozvedáme viaceré zaujímavosti týkajúce sa používania internetu, určitých digitálnych nástrojov. Niektoré informácie z výskumu používame aj v teoretickej časti práce. Chceli sme teda porovnať aj naše získané výsledky s výsledkami z iných prieskumov, aj keď nás prieskum nie je reprezentatívnou vzorkou pre celé Slovensko. Snažili sme sa zistiť, či sú si ľudia vedomí tejto výhody digitálneho sveta, či ho aktívne využívajú na svoj profesionálny a osobný rozvoj. Pri súčasnom životnom štýle a kvôli momentálnej situácii si myslíme, že ľudia budú čoraz viac nútení používať hlavne tieto platformy na svoj rozvoj, pretože žijeme v takej ére, kde sa všetko online dostáva do ešte väčšieho popredia.

Veríme, že sme touto prácou dostatočne vysvetlili a priblížili novodobé sebarozvojové alternatívy virtuálneho sveta, ktoré v súčasnosti vznikajú v našej spoločnosti iba vďaka možnostiam internetu. Podľa nášho uváženia je potrebné mať nejaké vedomosti o tejto sfére a vedieť sa v nej orientovať, k čomu by mala prispieť aj naša práca.

1 PROFESIONÁLNY A OSOBNÝ ROZVOJ PROSTREDNÍCTVOM SOCIÁLNYCH MÉDIÍ

Väčšina z nás si spája profesionálny a osobný rozvoj s formálnym titulom a podobnými vzdelávacími programami. Potreba sebarozvoja je v súčasnej dobe v našej spoločnosti čoraz silnejšia. Zmena životného, pracovného prostredia, či len potreba nejakého ďalšieho vzdelania si vyžaduje okrem prispôsobenia sa človeka novým podmienkam zároveň prácu na sebe samom, a to uvedomením si situácie, v ktorej sa nachádzame a cieľa kam smerujeme, resp. čo ešte chceme dosiahnuť. Je to veľká motivácia, ako niečo vo svojom živote zmeniť.

Sociálne médiá boli kedysi väčšinou iba pre zábavu, ale dnes už vôbec nie. Sociálne médiá sú dnes kritickou súčasťou spôsobu, akým ľudia vo väčšine spoločenských vrstiev komunikujú. Ak v napredujúcej digitálnej ére nepoužívame sociálne médiá na udržiavanie kroku s profesionálnymi vzťahmi a organizáciami, existuje riziko, že zostaneme poza du. Sociálne médiá nie sú dôležité len pre váš osobný život, sú tiež skvelým nástrojom pre firmy alebo kohokoľvek, kto sa snaží rozvíjať svoju profesionálnu sieť alebo hľadať prácu. Sociálne médiá umožňujú ľuďom vymieňať si nápady a názory, spoločne diskutovať o obsahu stránok a nadväzovať kontakty online. Sociálne médiá sa líšia od tradičných bežných médií tým, že ich obsah môže vytvoriť rovnako všetkých prispievajte do nej alebo ju komentujte. Môžu mať textový formát, napríklad audio, video alebo fotografie a ďalšie vizuálne formy, ktoré spájajú komunity a pomáhajú ľuďom, ktorí sa chcú združovať. Aby sme im ľahšie porozumeli, je dôležité si uvedomiť, že existujú dva pojmy, ktoré znejú podobne, a veľa ľudí sú z nich zmätení. Sú to: sociálne médiá a sociálne siete. Pojem sociálne médiá je nadradený pojmu sociálne siete a zahŕňa rôzne médiá, ktoré ľudia používajú na online komunikáciu a spoluprácu a tiež na rozvíjať sociálnu interakciu. Medzi sociálne médiá patria blogy, wiki, weby na zdieľanie videí alebo fotografií a ďalšie veci. Vytváranie sociálnych sietí patrí pod sociálne médiá a tento výraz sa používa, ak ide o interakcie ľudí, ako je Facebook, LinkedIn, Instagram, či iné. Hovoríme o vytváraní sociálnych sietí, keď ľudia vytvárajú osobné profily a komunikujú s cieľom stať sa súčasťou komunity priateľov a ľudí, ktorí majú „rovnakú krvnú skupinu“, ktorí majú záujem komunikovať a vymieňať si informácie. (Drahošová, Balco, 2017) O vplyvňovanie našich životov prostredníctvom sociálnych sietí zaujíma veľa výskumníkov a realizuje sa mnoho výskumov čo sa týka využitia sociálnych médií či sociálnych sietí. Jedným z týchto výskumov, je Globálna správa o digitále 2020, v ktorej sú aj slovenskí užívatelia. Výskum realizoval Simon Kemp a tím v Kepios. Z celkového počtu populácie na Slovensku, 5,46 milióna, bolo k januáru 2021 na Slovensku 4,64 milióna používateľov internetu, oproti roku 2020 sa nám počet užívateľov zvýšil o 2,4%. Nás predovšetkým zaujímal počet užívateľov sociálnych médií, ktorý predstavoval v januári 2021 4,03 milióna používateľov sociálnych médií, oproti roku 2020 sme mali nárast až o 11%. Z tejto správy máme možnosť vidieť neustály rast používateľov internetu, či sociálnych médií. Ale vieme aktívne využiť tento digitálny svet v náš prospech? V nasledujúcich podkapitolách prinášame detailný popis nami vybraných platforiem na profesionálny a osobný rast.



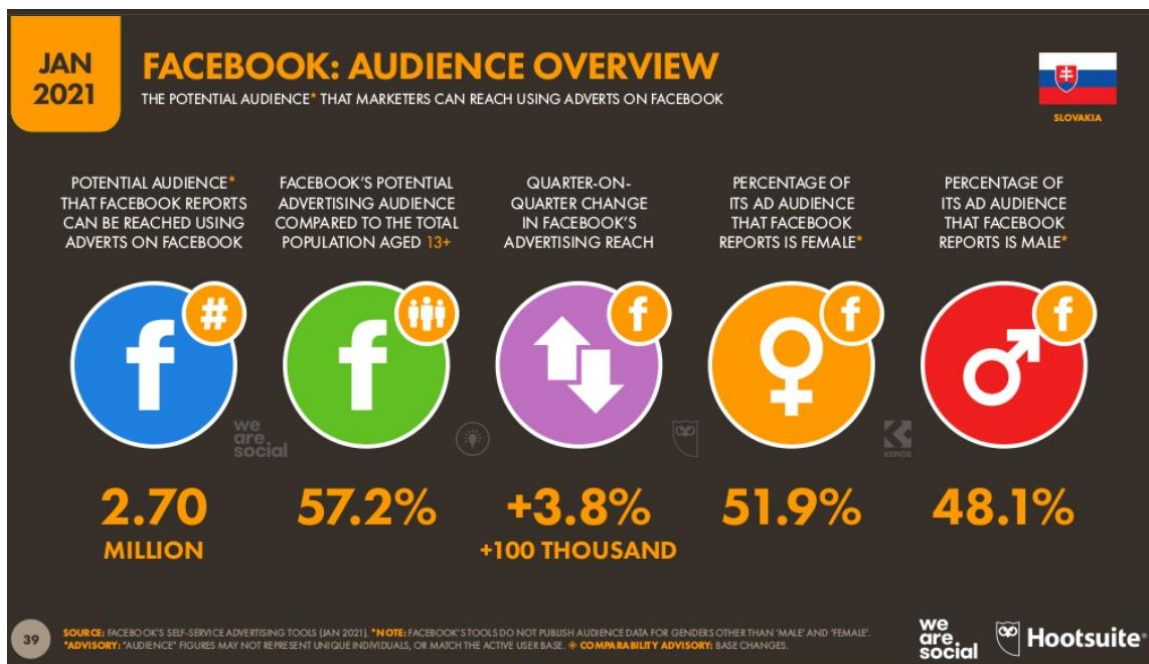
Zdroj: Datareportal

Obrázok 1 Počet používateľov sociálnych médií na Slovensku

1.1 Platformy sociálnych sietí – Facebook, LinkedIn, Instagram a Twitter

Facebook (www.facebook.com) je stránka sociálnych sietí, ktorá nám uľahčuje pripojenie a zdieľanie s rodinou a priateľmi online. Facebook, ktorý bol pôvodne navrhnutý pre študentov univerzity, vytvoril v roku 2004 Mark Zuckerberg. Do roku 2006 sa mohol na Facebook pripojiť ktokoľvek starší ako 13 rokov s platnou e-mailovou adresou. (Gartenberg, 2019) Facebook je americká spoločnosť ponúkajúca online služby sociálnych sietí. Facebook sa stal najväčšou sociálnou sieťou na svete, s viac ako miliardou používateľov od roku 2012 a zhruba polovica z tohto počtu používala Facebook každý deň. (Hall, 2020) Ak by sme mali ísť do histórie dôvodu vzniku Facebooku, autorka Barr (2018) uvádza, že zakladateľ a výkonný riaditeľ Facebooku Mark Zuckerberg vytvoril online program s názvom „Facemash“, ktorý používateľom umožňoval objektivizovať spolužiakov porovnaním fotografií ich tvárí a výberom toho, koho považovali za sympatickejšieho. „Facemash“ poskytol rámec pre to, čím sa mal stať Facebook. Online „knihy tváre“ už v tom čase na Harvarde existovali. Boli to online adresáre, ktoré obsahovali fotografie študentov spolu s informáciami o nich. Pre celý študentský zbor na Harvardskej univerzite neexistovala jediná „tvárová kniha“, a preto Zuckerberg prišiel s myšlienkou ich vytvoriť. Pri veľkom množstve pozitív má Facebook pre nás jedno najväčšie negatívum, na ktoré by sme nemali zabúdať. Ako uvádza autorka Nguyen (2018), táto sociálna sieť je ako veľká maxi špongia, ktorá nasáva neuveriteľné množstvo dát o nás, našich aktivitách, ale aj o iných zariadeniach napojených v sieti. Nie je to však nič výnimočné. Stránky bežne sledujú pohyby myšou po obrazovke, aby s istotou vedeli určiť, že nie sme roboti. Facebook je však výnimočný v tom, aké množstvo dát zhromažďuje zo zariadení, ktoré používame a webových stránok, ktoré navštevujeme, keď nie sme na Facebook-u. Robí to pomocou malej kópie kódu Javascript nazývaného Facebook Pixel a tlačidla „like“ a „zdieľanie“.

Podľa informácií z výročnej správy Datareportal, má Slovensko k januáru 2021 2.70 milióna užívateľov z čoho viac ako polovicu, 51,9% tvoria ženy, zvyšok muži.



Zdroj: Datareportal

Obrázok 2 Používatelia Facebooku na Slovensku

Facebook stále rastie, a mileniáli ho používajú častejšie ako generácia X, či generácia baby-boomer. Preto je jeho použitie na profesionálne vytváranie sietí stále prirodzenejším procesom. Vzhľadom na to, je pre väčšinu ľudí, ktorí sú na pracovisku už celé desaťročia, LinkedIn priamočiarejšou platformou na použitie. Je určený výhradne na profesionálne účely a hoci sa vyvinul tak, aby podporoval častejšie zdieľanie, má oveľa menej funkcií ako Facebook, takže je ideálny pre technologicky náročných. Nie je ale pochyb o tom, že pri správnom použití môže mať Facebook veľmi pozitívny a preukázateľne oveľa významnejší vplyv na vaše kariérne ciele. V skutočnosti sa Facebook, nie LinkedIn, stal profesionálnou sieťovou platformou, ktorú si môžu zvoliť podnikatelia na vysokej úrovni.

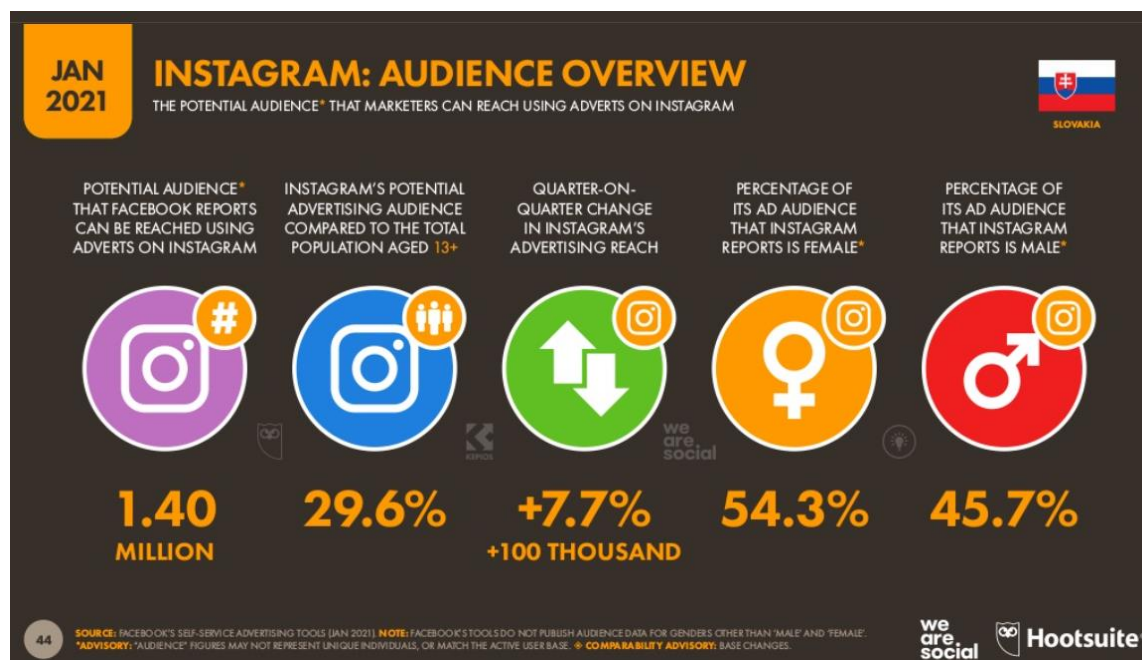
Aby sme si predstavili LinkedIn, začal v obývacej izbe spoluzakladateľom Reidom Hoffmannom a stránka bola oficiálne spustená 5. mája 2003. Reid bol predtým v predstavenstve spoločností Google, Ebay a PayPal, takže už mal prvé skúsenosti s financiami. (Potter, 2018) LinkedIn je najväčšia profesionálna sieť na svete na internete. Pomocou LinkedIn môžete nájsť správne zamestnanie alebo stáž, nadviazať a upevniť profesionálne vzťahy a naučiť sa zručnosti, ktoré potrebujete, aby ste uspeli v kariére. Prístup k službe LinkedIn môžete získať z počítača, mobilnej aplikácie LinkedIn, mobilného webu alebo mobilnej aplikácie LinkedIn Lite pre Android. Kompletný profil LinkedIn vám pomôže spojiť sa s príležitosťami tým, že prostredníctvom svojich skúseností, zručností a vzdelania predstavíte svoj jedinečný profesionálny príbeh. Môžete tiež použiť LinkedIn na organizovanie offline udalostí, pripojenie sa ku skupinám, písanie článkov, zverejňovanie fotografií a videí a ďalšie. (www.linkedin.com) Lepšie je naučiť sa ho používať, keď to nepotrebujete. LinkedIn funguje najlepšie, keď ho používate ako nástroj na riadenie kariéry, nielen na hľadanie zamestnania.

Ďalšou platformou, ktorou sa v práci zaoberáme je sociálna sieť s názvom Instagram. Instagram je aplikácia a sociálna sieť vytvorená na zdieľanie fotografií a videí z mobilného zariadenia. Podobne ako Facebook alebo Twitter, každý, kto si vytvorí účet Instagrame, má profil ako informačný kanál. Keď na Instagrame uverejníte fotografiu alebo video, zobrazí sa vo vašom profile. Ostatní používatelia, ktorí vás budú sledovať, uvidia vaše príspevky vo svojom vlastnom kanáli. Podobne uvidíte príspevky od ostatných používateľov, ktorých ste sa roz-

hodli sledovať. (Instaboo,2018) Spoločnosť Instagram explodovala s miliónom registrovaných používateľov za dva mesiace, 10 miliónmi za rok a 1 miliardou od mája 2019. V apríli 2012 Facebook získal službu za hotovosť a akcie v hodnote približne jednej miliardy dolárov. K októbru 2015 bolo nahraných viac ako 40 miliárd fotografií. Aj keď je spoločnosť Instagram chválená za svoj vplyv, bola predmetom kritiky, najmä pokiaľ ide o zmeny pravidiel a rozhraní, obvinenia z cenzúry a nezákonný alebo nesprávny obsah nahrávaný používateľmi. Podľa Wikipédie je najsledovanejšou osobou futbalista Cristiano Ronaldo s viac ako 233 miliónmi sledovateľov. Od 14. januára 2019 je najobľúbenejšou fotografiou na Instagrame fotografia vajíčka, ktorú zverejnil účet @worldrecoregg a ktorá bola vytvorená s jediným cieľom - prekonať doterajší rekord 18 miliónov lajkov v príspevku Kylie Jenner. Obrázok má v súčasnosti viac ako 54 miliónov hodnotení Páči sa mi. (Turner,2010)

Stránka Instazood (2020) uvádza niekoľko dôvodov, prečo sa Instagram stal veľmi populárnou platformou. Uvádzame niekoľko z nich:

1. Instagram vám umožňuje robiť bežné fotografie a vyzerá tak neobyčajne.
2. Ľudia nechcú čítať dlhé texty, preto ich viac zaujíma sledovanie videí a obrázkov. Toto je základná línia Instagramu.
3. Instagram sa sústredil na to, aby urobil jednu vec namiesto toho, aby sa snažil robiť príliš veľa vecí.
4. Má veľa zábavných funkcií a aktualizuje sa podľa každodenných potrieb používateľov.
5. Neobsahuje príliš veľa reklám.
6. Môžete si vytvoriť vynikajúci obchodný profil na webe in a zarobiť veľa peňazí z toho, že ste influencer.



Zdroj: Datareportal

Obrázok 3 Počet používateľov Instagramu na Slovensku

Keďže na sociálnych sieťach zodpovedáme za to, koho sledujeme, môžeme si zvoliť, aký vplyv na nás má konzumovaný obsah. Nakoniec môžeme vedome sledovať, ako naša spotreba ovplyvňuje to, ako sa cítime. A robiť podľa toho zmeny. Každý chce byť v niečom lepší, ale väčšina ľudí netuší, kde začať. Existuje veľa osôb ovplyvňujúcich osobný rozvoj, z ktorých každý má cenné tipy a rady, ako pomôcť ľuďom zlepšiť ich život. Najlepší vplyvní činitelia osobného rozvoja sa venujú rôznym témam. Na Instagrame teda je mnoho influencerov, ktorí sa venujú práve témam osobného rozvoja, a preto je aj táto platforma skvelou možnosťou pre sebarozvoj obyčajného užívateľa.

Poslednou platformou, ktorou sa v práci zaoberáme je Twitter. Táto stránka je nazývaná ako systém „mikroblogovania“, ktorý vám umožňuje odosielať a prijímať krátke príspevky zvané tweety. Tweety môžu mať až 140 znakov a môžu obsahovať odkazy na príslušné webové stránky a zdroje. Používatelia Twitteru sledujú ostatných používateľov. Ak niekoho sledujete, na twitterovej „časovej osi“ sa vám zobrazia jeho tweety. Môžete sa rozhodnúť sledovať ľudí a organizácie s podobnými akademickými a osobnými záujmami ako vy. Môžete si vytvoriť svoje vlastné tweety alebo môžete prepísať tweety s informáciami, ktoré už tweetli iní. Retweetovanie znamená, že informácie je možné zdieľať rýchlo a efektívne s veľkým počtom ľudí. Twitter je čoraz obľúbenejší u akademických pracovníkov, ako aj u študentov, tvorcov, politikov a širokej verejnosti. Mnoho používateľov ťažko pochopilo, čo je Twitter a ako by ich mohli používať, ale teraz sa pre mnohých stala platformou sociálnych médií, ktorú si vybrali. (www.twitter.com) Vytváranie profesionálnych kontaktov prostredníctvom sociálnych sietí môže viesť k veľkému zdieľaniu nápadov a zdrojov. V prvom rade je Twitter sociálna sieť. Rovnako ako LinkedIn, Instagram alebo Facebook umožňuje nadväzovať kontakty s ostatnými. Na rozdiel od týchto troch webov však nie je potrebné poznať ľudí, s ktorými sa spájate. Konverzácia je tzv. „srdcom“ Twitteru, takže môžete slobodne odpovedať na všetko, čo si prečítate. To vám dáva nekonečné možnosti spojiť sa napríklad s prijímacími manažérmi vo vašom cieľovom priemysle. Umožňuje vám tiež počúvať a učiť sa od ľudí, ktorých pozornosť chcete upútať. Twitter je neuveriteľne cenný nástroj na hľadanie práce a len veľmi málo ľudí z neho profituje, čo je podľa nášho názoru veľká škoda.

1.2. Osobná a profesionálna identita na sociálnych médiách

Pojem identita sa vo filozofii, psychológii a sociológii definuje v širokej škále často až protichodných významov, čo úzko súvisí so smerovaním jednotlivých škôl či autorov. (Ondriašová, 2009) Autorka Ondriašová (2009) uvádza, že identita vyjadruje spôsob, akým jediniec vníma svoju rovnakosť a súvislosť v čase alebo mieste, zmysle a významu svojej existencie v širšom kontexte ľudskej spoločnosti. Sociálne médiá narástli veľmi rýchlym spôsobom. Mnoho z nich sa stalo aktívnymi používateľmi sociálnych médií na osobnej úrovni, až potom si uvedomili, že sociálne siete sú užitočné aj na profesionálnu úroveň. Bez ohľadu na to, ako momentálne sociálne médiá využívame, je možné ich využiť tak, aby nám priniesli osobný i profesionálny prospech. K tomu, je však v dobe digitalizácie nutné vytvoriť si identitu na sociálnych médiách. Sociálne médiá často zachytávajú údaje o správaní používateľov a sú pokročilé výpočtové techniky môžu niekedy z týchto dát ťažiť a získať tak cenné poznatky o správaní spotrebiteľov čo vedie ku komplikáciám v otázkach ochrany súkromia a možnosti identifikácie. V online kontextoch môžu jednotlivci vytvoriť viac účtov na rôznych stránkach, z ktorých každá odráža inú stránku identity. (Ellison, 2013) Teda informácie, ktoré sa rozhodnete uviesť o sebe, aby ste si vytvorili svoju identitu a imidž, vám umožňujú riadiť a kontrolovať to, ako Vás ľudia vnímajú, a preto s vami interagujú. Z toho vyplýva, že môžete mať určitú kontrolu nad tým, aký druh interakcie sa rozhodnete na sociálnych médiách využiť. Aj keď sa pre mnohých z nás môže zdieľanie fotografií a myšlienok na sociálnych sieťach

javiť ako neškodná zábava a spôsob spojenia s rodinou a priateľmi, rast sociálnych médií a dlhovekosť, ktorú majú akékoľvek informácie zverejnené na webe, znamenajú, že by sme mali premýšľať o tom, čo zverejňujeme, a hlavne by sme mali informácie o sebe uverejňovať oveľa opatrnejšie. Pretože sa prvé generácie, ktoré už vyrastajú na sociálnych sieťach, udomácňujú na pracovnej sile, musíme sa zamyslieť nad tým, ako niečo zverejnené na sociálnych sieťach vo veku 13 rokov nemusí byť ničím, čo odráža obraz, ktorý by ste chceli vykresliť, keď ste starších, najmä v profesionálnej pracovnej situácii. Najmä v rámci podnikania je dôležité mať profesionálny imidž a odrážať svoje najlepšie ja, a pravdepodobne si nepravíme, aby si potenciálny zamestnávateľ prezeral naše dospievajúce príspevky. Ako sme sa už v práci dozvedeli, sociálne médiá môžu byť pre človeka osobne aj profesionálne prospešné. Kaya Cheshire v rozhovore pre spoločnosť Cincera UK (2016) uvádza, že oddelenie profesionálneho od osobného života je pre niektorých ľudí ťažké. Taktiež uvádza niekoľko rád, ako ich vyvážiť nad sociálnymi sieťami. Profesionálna identita: Sociálne médiá sú vašim multimedialným životopisom doplneným odporúčaniami. Poskytuje vám platformu na budovanie vášho myšlienkového vodcovstva. A osobná identita: Sociálne médiá sú spôsob, ako komunikovať s rodinou a priateľmi bez ohľadu na ich súčasné umiestnenie. Udržiava vás v spojení s ľuďmi, s ktorými by ste inak mohli stratiť kontakt. Naša rola v širšom sociálnom prostredí môže mať dôsledky na to, ako sa správame, čomu veríme, a s kým sme v spojení. Pretože online informácie a komunikačné technológie majú potenciál zmysluplne formovať procesy identity. Je dôležité brať do úvahy dôsledky sociálnych médií na identitu.

1.3 Využívanie sociálnych médií vo svoj prospech

Hranica medzi sociálnymi a profesionálnymi sieťami sa môže stierať. Ak sme opatrní v tom, čo zdieľame, a rozumne využívame svoje prepojenia, sociálne médiá môžu byť vynikajúcim nástrojom na budovanie našej kariéry. Aby sme vedeli sociálne médiá využiť vo svoj prospech, musíme sa naučiť tieto platformy chápať. Musíme vedieť ako fungujú, čo je podstatou ich hlbšieho využitia aby sme z nich mali osobný úžitok. Ak chceme dosiahnuť svoj osobný rozvoj prostredníctvom sociálnych médií, je dôležité, aby sme si uvedomili, aký obraz vykresľujeme ostatným, a ako chceme, aby ich ľudia vnímali. Musíme byť schopní držať sa svojej stratégie a snažiť sa vyhnúť neustálej zmene tohto imidžu. Okrem toho musíme venovať čas správe svojej prítomnosti na sociálnych sieťach, pretože výhody môžu byť významné, veľmi cenné a môžu obohatiť a rozšíriť náš osobný rozvoj. Facebook umožňuje používateľom dôvernejšie spoznať vaše podnikanie. Môžeme komunikovať prostredníctvom aktuálnych fotografií, správ a pomocou iných aspektov. Kľúčom k úspechu s Facebookom je interakcia. Čím viac budeme reagovať a komunikovať s ľuďmi, ktorým sa „páči“ na stránke, tým viac budú o stránke hovoriť s ostatnými a zdieľať stránku, čím získame viac označení „Páči sa mi to“. Interakcia samozrejme nie je jediná vec, ktorú si spotrebiteľ všimne. Musíme sledovať svojich sledovateľov, aktualizovať príspevky, fotografie, odkazy a ďalšie. Ak sledovateľom poskytneme užitočné informácie, budú s vami viac komunikovať. Instagram je skvelý nástroj pre sociálne médiá typu show-and-tell. Instagram používa aj hashtagy, aby rovnako zmýšľajúcim ľuďom uľahčili objavovanie stránok či účtov a ich nasledovaní. Fashionistas prehľadávajú Instagram každý deň, aby našli nové štýly a značky. Rovnako ako Twitter, čím viac budeme používať hashtagy, tým viac budeme môcť nájsť ľudí s podobnými záujmami, ktorí sa taktiež nachádzajú v našom odbore. Budeme môcť nadviazať kontakt s ľuďmi nie len v našom okolí ale aj na celom svete. Sociálne médiá sú tiež dôležité, ak hľadáme prácu alebo sa chystáme ponoriť do našej oblasti. LinkedIn je pravdepodobne najlepšia stránka na vytváranie sietí a kontaktov s profesionálmi v odbore, pretože je to najväčšia profesionálna sieť na svete. Najskôr si musíme vytvoriť profil, vďaka ktorému vynikneme medzi miliónmi používateľov webu. Rovnako ako LinkedIn, aj

Twitter nám môže pomôcť neformálnejším spôsobom nadviazať kontakt s profesionálmi. Ak hľadáme prácu a náš profil na Twitteri je verejný, musíme sa uistiť, že tweety sú profesionálne, informačné a zaujímavé. Tieto vlastnosti nás privedú k ďalším sledovateľom a pomôžu nám upútať pozornosť. Existuje iba niekoľko spôsobov, prečo sú sociálne médiá dôležité pre náš profesionálny a osobný život. Tieto stránky nám umožňujú rýchlu a ľahkú výmenu informácií, nájdenie priateľov a rodiny a potenciálne zamestnanie v našej či inej oblasti. Čím viac budeme používať sociálne médiá, o to viac úžitku z neho budeme mať.

1.4 Vzdelávanie prostredníctvom sociálnych sietí

Sociálne siete sa stali neoddeliteľnou súčasťou života veľkého množstva ľudí. Cieľom tohto uvažovania nie je zamýšľať sa nad otázkou pozitívnych alebo negatívnych vplyvov sociálnych sietí na jedinca, ale zamyslieť sa nad možnosťami, ktoré sociálne siete ponúkajú v rámci vzdelávania či už jednotlivca alebo skupiny ľudí. Sieť osobného vzdelávania, ďalej len PLN, je globálna online komunita, ktorá nám umožní preniknúť do širokého množstva vedomostí a zamerať sa na to, čo považujeme za najdôležitejšie pre naše online vzdelávanie. PLN sú obzvlášť cenné, pretože nové informácie a nápady menia svet oveľa rýchlejším tempom ako kedykoľvek predtým. Will Richardson bol prvým človekom, ktorý zhruba pred šiestimi alebo siedmimi rokmi jasne vysvetlil, čo je PLN. V tom čase bola PLN skratkou pre Professional alebo Personal Learning Network. PLN je nástroj, ktorý využíva sociálne médiá a technológie na zhromažďovanie, komunikáciu, spoluprácu a vytváranie so spojenými kolegami kdekkoľvek a kedykoľvek. PLN sú na druhej strane neformálne a navrhujú ich úplne jednotlivci alebo skupiny. (Richardson, 2014) PLN je sieť, ktorá môže byť rovnako jednoduchá ako sledovanie skupiny pedagógov na Twitteri alebo pripojenie sa k chatovacej skupine. Účasť v PLN je dobrovoľná a môžeme komunikovať, koľko len chcete. Autor Marc-André Lalande (2012) uvádza, „*osobná vzdelávacia sieť je spôsob, ako opísať skupinu ľudí, s ktorými sa spojíte, aby ste sa dozvedeli ich nápady, otázky, úvahy a referencie. Váš PLN sa neobmedzuje iba na online interakcie, ale je to práve on-line globálna interaktívna časť, ktorá ho robí skutočne zvláštnym. Je to osobné, pretože si vyberáte, kto je súčasťou tejto skupiny; vyberiete si, či chcete čítať - stačí si pozrieť, čo ľudia hovoria - alebo zdieľať; pretože si vyberiete, kedy tak urobíte a ako to urobíte.*“ Takto je sieť profesionálneho učenia prirodzeným rozšírením spôsobu, akým sa ľudia učia - spojením s ostatnými, ktorí majú spoločné záujmy, nápady alebo zdroje. Ak bol internet v jednom okamihu jednosmerný - používateľ sa „prihlási“, aby vyhľadal informácie alebo zdieľal názor, potom sa „odhlási“, pretože je „dokončený“ - progresívnejším názorom by mohlo byť, že pripojenie je všesmerové a mnohostranné. Stránka Integrated-Assistive Technology Services (www.sites.google.com) uvádza zopár možností PLN, a tým je napríklad:

- Účasť v profesijných organizáciách.
- Informačné vestníky. (Newsletters)
- Odborné časopisy.
- Zúčastnite sa sponzorovaných akcií.
- Osobné príležitosti.
- Sieťové udalosti.
- Školenia, workshopy, konferencie.
- Príležitosti na internete.
- Webináre.
- Priame prenosy.
- Komunity (napr. Komunity Google+, listservs).
- Blogy, webové stránky.

- Aktivita v sociálnych sieťach.
- Sociálne siete (napr. Twitter, Facebook, Vine, Vimeo, Instagram).
- Stránky so sociálnymi záložkami (napr. Pinterest, Diigo).

PLN ponúkajú podľa nášho uváženia najmä tieto výhody:

Flexibilita

PLN nám umožňuje prispôbiť si učenie. Môžeme si zvoliť tému zamerania, či už je to osvojenie si lepších technologických zručností. Keď splníme svoje osobné ciele, môžeme zamerať svoje PLN na prijatie novej témy alebo na vyššiu úroveň v zložitejších oblastiach záujmovej témy. Tiež sa musíme rozhodnúť, kedy a ako často sa spojiť so svojou online komunitou, čo nám umožní učiť sa, keď to pre nás bude najlepšie.

Vzťahy

Na rozdiel od tradičného profesionálneho rozvoja nedostávame iba informácie, keď sa zúčastníme svojho PLN. Môžeme klásť otázky a získavať cenné zdroje od kolegov a mentorov. Môžeme zdieľať to, čo pre nás dobre fungovalo. Zdieľať napríklad zdroje, ktoré sme vytvorili alebo našli. Spolupráca na zlepšovaní nápadov a obsahu je typ aktivita, vďaka ktorej sa z dobrého PLN môže stať vynikajúci. Tiež učenie ostatných je skvelým spôsobom, ako upevniť naše vedomosti a prinútiť nás to konfrontovať sa s tým, čomu celkom nerozumieme.

Prístupnosť

Pretože PLN nám umožňuje vykonávať profesionálne elektronické spojenia, máme celý svet na dosah ruky. Informácie, po ktorých bádame, sú prístupné, akonáhle iní odborníci zverejnia výskum, nápady a pod. Náš PLN vždy pracuje pre nás a jeho odbornosť je kedykoľvek k dispozícii pre naše pohodlie. Tento nepretržitý prístup nám umožní získať to, čo potrebujeme na okamžité vyriešenie problému, a tiež preskúmať témy, ktoré nás zaujímajú.

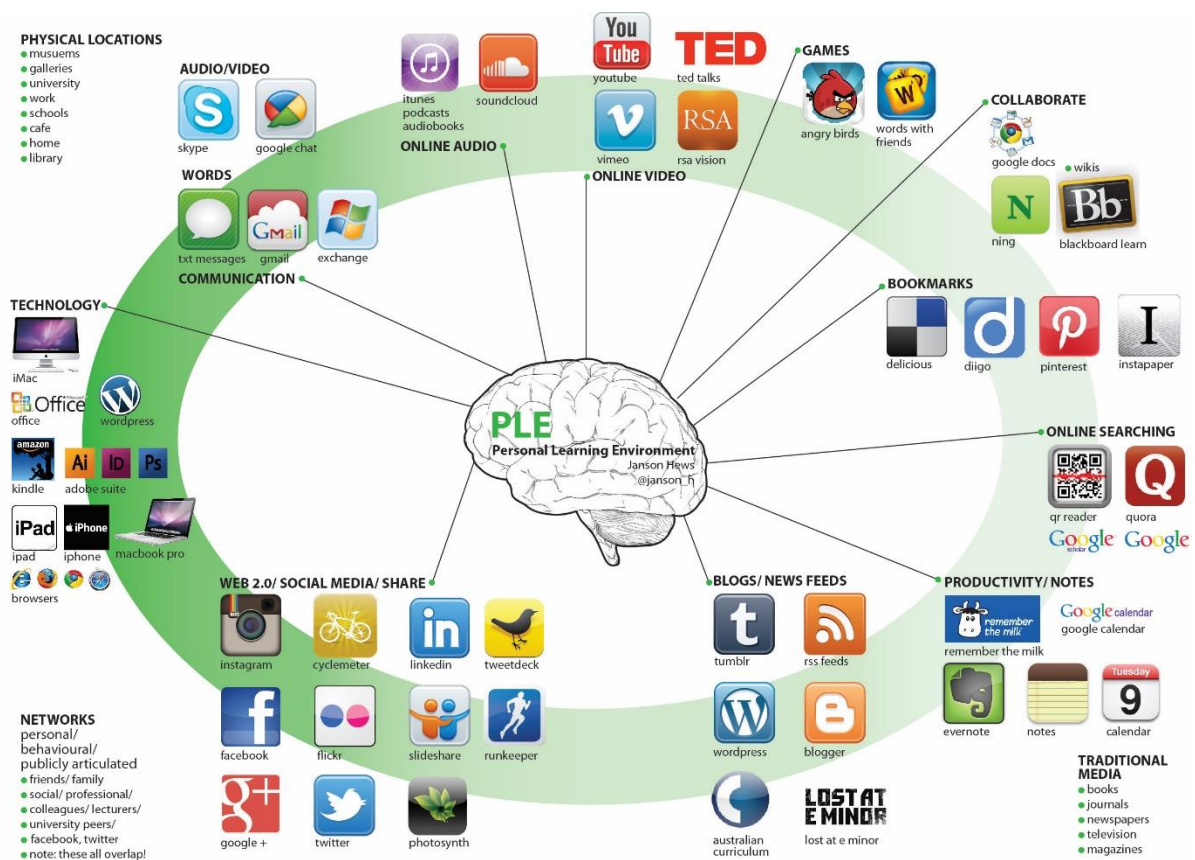
Ak by sme chceli začať a dosiahnuť vyššie ciele s PLN, musíme nájsť dôvody alebo teda hnaciu silu, prečo s tým vôbec chceme začať. Čo konkrétne chceme dosiahnuť so svojím PLN. Chceme sa len spojiť s ostatnými a získať informácie o najnovších trendoch vo vzdelávaní alebo o našom konkrétnom odbore? Chceme vytvoriť sieť, aby sme získali vstup do svojej vlastnej praxe a stratégií? Je len niekoľko otázok, na ktoré treba myslieť, keď sa pustíme do toho, čo nás vedie k individualizácii nášho PLN, aby sme čo najlepšie využili svoj čas a úsilie.

Aby sme teda vedeli vytvoriť pre nás vhodnú PLN, musíme v prvom rade pochopiť, že každý jeden nazveme si to diagram bude rôzny. Nikdy nebudú dve rovnaké PLN, pretože osobné učebné prostredie sa považuje skôr za koncept než za entitu - a koncepty potrebujú rámec alebo model na upresnenie detailov. Existuje niekoľko užitočných článkov, ktoré popisujú, ako vytvoriť PLN na webe, vrátane niekoľkých zameraných na vytvorenie siete osobného vzdelávania. Medzi prvými sa musíme rozhodnúť o oblastiach zamerania: stanovme si osobné ciele učenia. PLE je holistický a môže zahŕňať profesionálne a osobné záujmy. Pokyny, ako začať s vytvorením PLE uviedla stránka Online Learning Insights (www.onlinelearninginsights.wordpress.com) v nasledovných štyroch krokoch:

1. Určte, ktoré nástroje Web 2.0 sa majú použiť: PLE vyžaduje na vytvorenie osobného a virtuálneho vzdelávacieho priestoru použitie webových nástrojov a aplikácií.
2. PLE je tiež dynamický - študent je aktívnym účastníkom a vykonáva tri kľúčové funkcie: **Zhromažďuje a spravuje** obsah, zdroje do zmysluplnej zbierky vo virtuálnom

priestore. **Konštruuje a tvorí** tak, aby rozvíjal nové vedomosti. Môže to byť prostredníctvom blogov alebo prezentácií. **Zdieľanie** je neoddeliteľnou súčasťou PLE, učenie sa nedeje vo vákuu, ale zahŕňa komunikáciu s ostatnými. Ďalšou fázou PLE je **spolupráca**, napríklad spolupráca s kolegami na vytváranie nových poznatkov prostredníctvom digitálnych objektov, dokumentov atď. Začnite pomaly, učenie sa novej aplikácii a vytváranie a vývoj obsahu a zdrojov si vyžaduje čas.

3. Nájdite si každý týždeň **čas** na vývoj PLE. Vývoj a vývoj robustného PLE si vyžaduje čas.
4. Vytvorte **schému** PLE. Účelom diagramu je poskytnúť rámec pre učebné ciele, identifikovať nástroje a poskytnúť digitálnu stopu a záznam PLE.



Zdroj: Personal Learning Environment: Janson Hews (Photo credit: Janson Hews)

Obrázok 4 PLN- príklad

Aby sme si to teda zhrnuli, sieť osobného vzdelávania je podobná sociálnej sieti, ale zameriava sa na učenie. Môže to byť neformálna vzdelávacia sieť alebo formálna sieť. Ďalším pojmom používaným pre PLN je spoločenstvo Praktická alebo vzdelávacia komunita, ktorá zdieľa nápady a vedomosti a spolupracuje na konkrétnej oblasti záujmu alebo povolania. Vďaka nekonečnému množstvu zdrojov, ktoré sú teraz široko dostupné prostredníctvom sociálnych platforiem a prístupu na internet, máme právo vybrať si, ktoré z nich prispievajú k nášmu osobnému a profesionálnemu rastu.

2. ANALÝZA PRIESKUMU

Aktuálne existuje mnoho prieskumov, ktoré sa zaoberajú spoločnosťou a využívaním sociálnych médií, sietí a internetu. Sociálne médiá sú v poslednej dobe často rozpúšťajúcou témou a majú tiež veľkú popularitu medzi používateľmi. Preto sme pokladali za zaujímavé venovať sa problematike vnímania ich používateľov sociálnych médií. Pri hľadaní vhodných dát k našej téme sme našli výskumy, ktoré sa týkajú predovšetkým využívania internetu, sociálnych médií a obľúbenosti sociálnych médií. Myslíme si, že analýza daných výskumov obohatia už naštudované informácie a pomôžu sa nám lepšie orientovať v danej problematike.

Pri získavaní dát, sme sa teda dostali na stránku DataReportal, kde nám táto organizácia prináša výsledky a každoročnú Správu o Digitále z celého sveta. (www.datareportal.com) DataReportal je navrhnutý tak, aby pomohol ľuďom a organizáciám na celom svete nájsť údaje, postrehy a trendy, ktoré potrebujú, aby mohli robiť informovanejšie rozhodnutia. Myslíme si, že analýzu správy spoločnosť DataReportal poskytuje veľmi prehľadne a zrozumiteľne. Predovšetkým, oceňujeme porovnávanie dát z minulých rokov, kde si spotrebiteľ vie spraviť prehľad aj do budúcnosti. Samotné informácie sú tak veľmi dobre ponúknuté spotrebiteľovi.

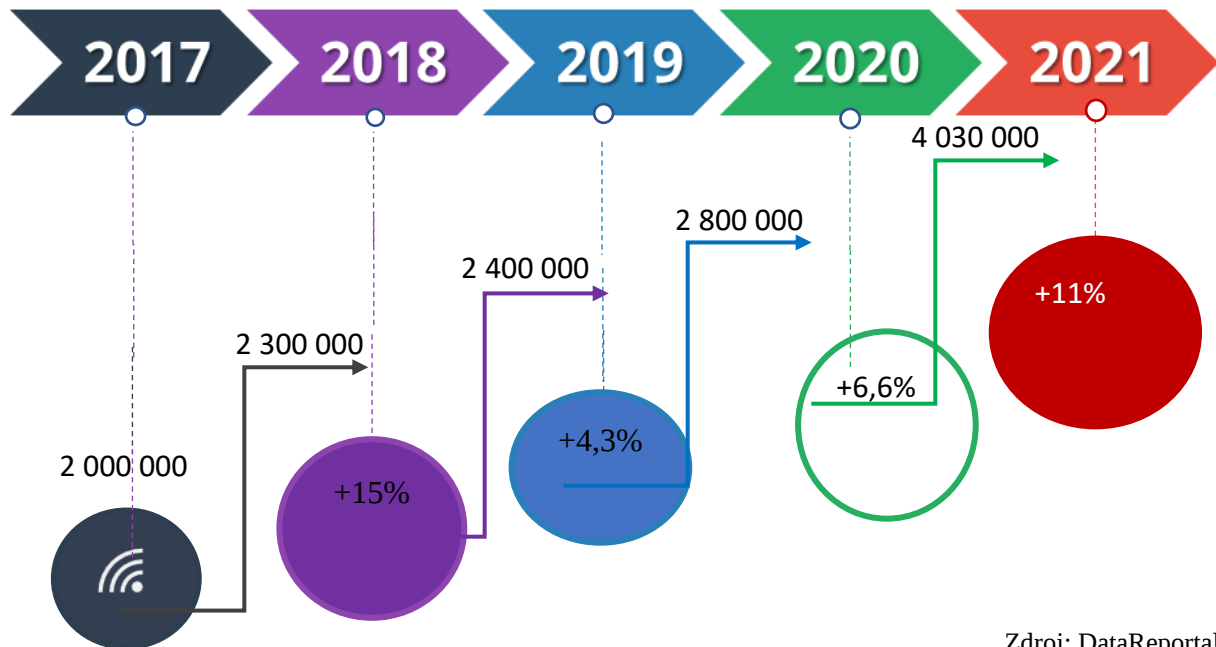
Základný súbor nášho prieskumu tvorí dospelá populácia na území Slovenskej republiky, ktorí sú aktívnymi užívateľmi sociálnych médií. Na základe nášho najnovšieho štatistického zistenia z januára 2021, je momentálne na Slovensku 4,64 miliónov užívateľov sociálnych médií. Oproti roku 2020 sa tento počet zvýšil až o 390 tisíc, máme teda nárast užívateľov o 11%. Ak by sme si to mali prepočítať, 73,8% slovenskej populácie používa digitálne médiá. Výberový súbor sme si stanovili zámerným výberom respondentov, ktorí boli na sociálnych sieťach ako je Facebook a Instagram aktívnymi užívateľmi. Keď sme si začali porovnávať výsledky aktívneho používania sociálnych médií, zaujala nás jedna skutočnosť, a to tohtoročný nárast používateľov o 11%. V porovnaní s minulými dvoma rokmi je to viac ako dvojnásobný nárast aktívnych užívateľov. Vysvetlenie tejto otázky je predmetom ďalších výskumov, my však môžeme len predpokladať. My predkladáme ako jeden z dôvodov tohto nárastu, momentálnu situáciu vo svete, ktorou je koronakríza. Sociálne médiá nám v čase koronavírusu prinášajú často jediný možný kontakt s našimi blízkymi alebo inými ľuďmi. Pomáhajú nám získať potrebné informácie, znižovať úzkosť a stres z danej situácie rozhovormi s blízkymi alebo odborníkmi. Ďalším dôvodom môže byť podľa nášho uváženia aj neustále sa rozvíjajúca digitalizácia vo svete, ktorá taktiež určite napomáha k zvyšovaniu aktívnych používateľov sociálnych médií. Pre porovnanie aj s ostatnými svetadielmi, celkový počet ľudí využívajúcich sociálne médiá vzrástol v období od apríla 2019 do januára 2020 o 9,2%. Pri pohľade na počet ľudí rastúcich podľa regiónov zaznamenala Európa najpomalšiu aktiváciu nových aktívnych používateľov na úrovni 4,9%. Vzhľadom na to, že Ázia bola najvýznamnejším rastom užívateľskej základne sociálnych médií na úrovni 16,98%, nasledovala Afrika so zvýšením o 13,92%. (Dean, 2021)

Rast sociálnych médií podľa regiónov 2019 - 2020:

- Severná Amerika: +6,96%
- Južná Amerika: + 8,00%
- Európa: + 4,32%
- Afrika: + 13,92%
- Ázia: + 16,98%

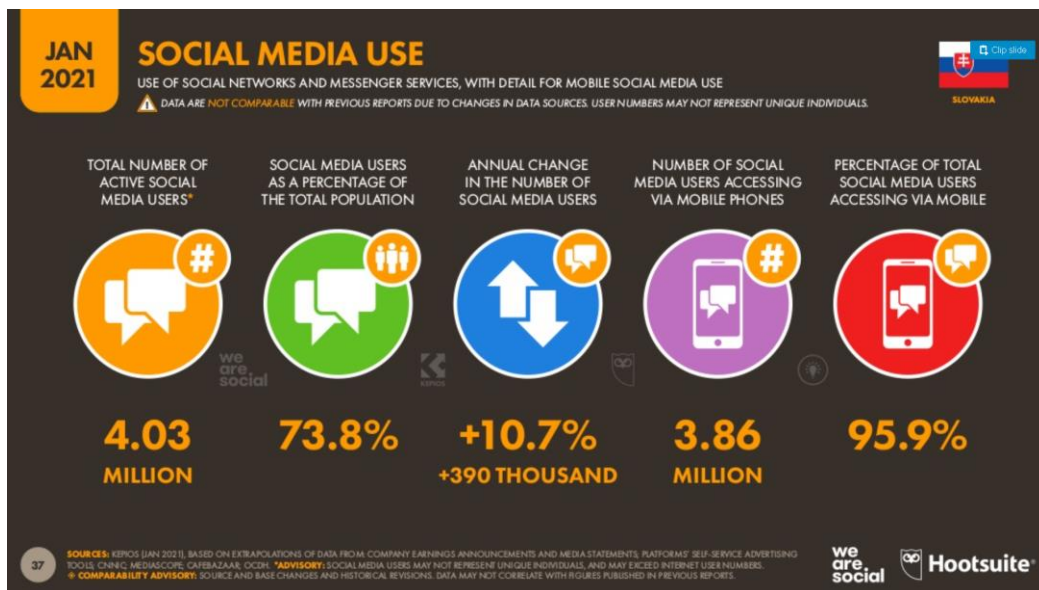
- Austrália: + 4,9%

Nárast počtu aktívnych používateľov na Slovensku



Zdroj: DataReportal
 Graf 1 Nárast počtu používateľov

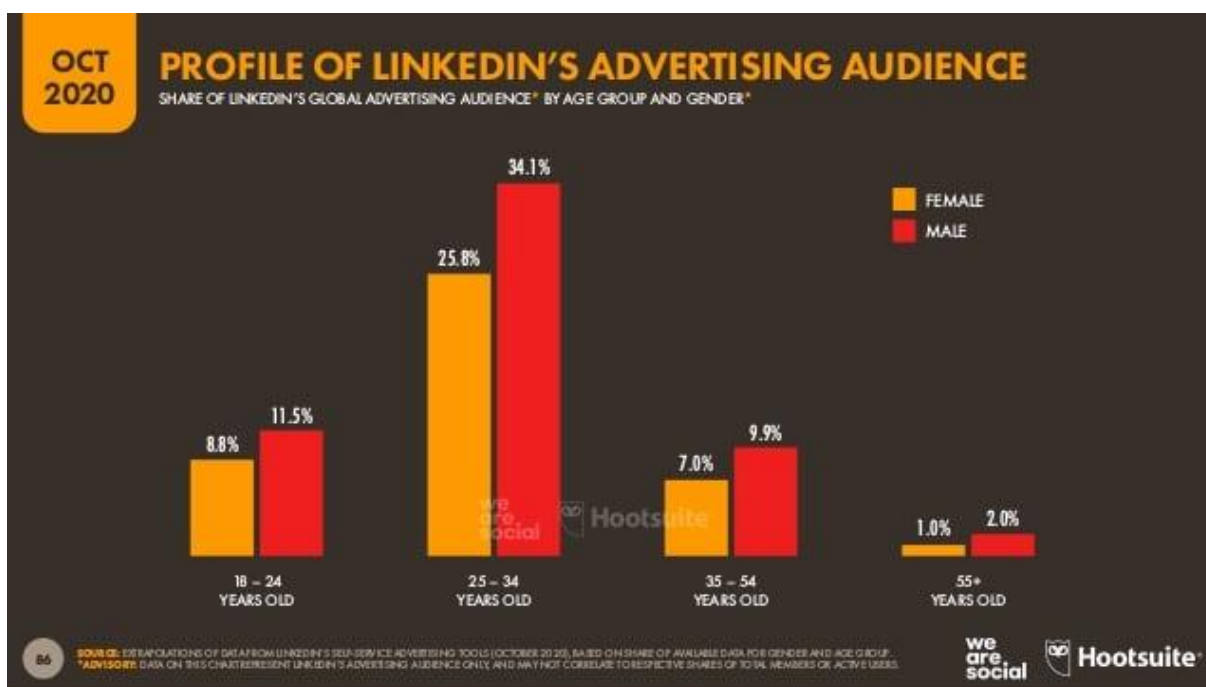
Z prieskumu, ktorý uskutočňuje Simon Kemp pre DataReportal sa dozvedáme veľa zaujímavostí o Sociálnych médiách na Slovensku. Tou je napríklad, že sociálne médiá využíva na Slovensku 74% populácie, a z celkového počtu až 96 % užíva tieto platformy cez telefón. Toto sa potvrdilo aj v našom prieskume, v ktorom sa zúčastnilo 151 respondentov, prevažná väčšina a to, 95% opýtaných odpovedalo na otázku *Prostredníctvom akých zariadení sa pripájate na sociálne siete?* **Smartfónom**. Pri tejto analýze sa nám potvrdil mýtus o smartfóne – našej každodennej súčasť. Ale je to samozrejímavá vec a dôsledok digitálnej éry.



Zdroj: DataReportal

Obrázok 5 Sociálne médiá

Aktívni užívatelia sociálnych médií stále narastajú, ale s využívaním platforiem vo svoj prospech to podľa našich zistení nenapreduje. V nami vytvorenom prieskume len necelých 20% opýtaných uvádza, že poznajú nejakú profesionálnu sociálnu sieť. Najčastejšia platforma medzi opýtanými bola LinkedIn – u 11% respondentov. Čo nás pri hľadaní informácií o tejto stránke prekvapilo, bola možnosť pri účte LinkedIn analyzovať, interpretovať a vylepšiť zobrazovanie a zdieľanie obsahu používateľa. Dajú sa prezerat štatistiky svojich zdieľaných príspevkov, videí a publikovaných článkov. DataReportal uvádza v správe z roku 2020, že 59,9% používateľov LinkedIn je vo veku od 25 do 34 rokov. To pre nás nie je prekvapením, pretože je to koniec koncov profesionálna sieť.



Zdroj: DataReportal

Poslednými dvoma bodmi, ktorými sme sa pri analýze výsledkov prieskumu v našej práci venovali, boli skúsenosti s využívaním sociálnych médií v profesionálny a osobný rozvoj, a ohodnotenie sebarozvojových aktivít tzv. „face to face“ formy verzus online formy. Ako sme aj predpokladali, len 39% opýtaných má skúsenosť s online vzdelávacími portálmi. Medzi najčastejšími odpoveďami sa objavoval IT sektor, jazykové kurzy, vzdelávacie programy pre pedagógov, finančná sféra, rôzne webináre a stále obľúbenejšie podcasty. Čo sa týka hodnotenia face to face formy a digitálnej, pre naše prekvapenie až 79% respondentov označilo za pre nich vhodnejšiu formu sebarozvoja face to face vzdelávacie programy a hlavným dôvodom tohto názoru označujú osobnejšiu formu vzdelávania. Na druhej strane respondenti, ktorí označili online formu za lepšiu variantu sú toho názoru, že je to pre nich výhodnejšie napríklad aj kvôli časovej flexibilitě či momentálnej krízovej situácii.

ZÁVER

Našou prácou sme mali v záujme poukázať na obrovské pozitívum, ktoré nám ponúka vymoženosť digitálnej doby, a tou je využívanie sociálnych médií na osobný a profesionálny rast. Vďaka tejto forme sebarozvoja tak máme možnosť získať nové vedomosti z pohodlia za počítačom. Cieľom práce bolo poukázanie na novodobé sebarozvojové aktivity pomocou rôznych sociálnych platforiem a taktiež predstavenie možností jedincom v digitálnej dobe. Tento cieľ sme v našej práci splnili aj vďaka analýze prieskumov a získaným teoretickým vedomostiam.

V práci sme priniesli podrobný popis nami vybraných sociálnych platforiem, ktorými boli v našom prípade Facebook, Instagram, LinkedIn a Twitter. Môžeme ich použiť na to, aby sme napríklad spoznali priateľov a udržiavali kontakt s priateľmi, tiež zdieľať svoje nápady. Taktiež by sme sa mohli zaoberať na sociálnych sieťach sledovaním alebo čítaním vecí, ktoré ľudia zdieľali na sociálnych sieťach. V práci sme sa ale hlavne venovali akým spôsobom môžeme využiť stránky sociálnych sietí v náš prospech. Zdá sa, že existuje veľa zavedených spôsobov využívania sociálnych médií na profesionálny rozvoj. Mnoho platforiem sociálnych médií má však nedostatky, ktoré oslabujú ich prítťažlivosť pre formálny profesionálny rozvoj a vytvárajú ich iba ako platformy na hľadanie zdrojov a vytváranie kontaktov s ostatnými. Mnoho platforiem sociálnych médií nie je schopných poskytnúť príležitosti na vzdelávanie, ktoré sú v súlade so zavedenými najlepšimi postupmi v oblasti profesionálneho rozvoja, najmä pokiaľ ide o schopnosť vytvárať možnosti vzdelávania. Twitter a LinkedIn vynikajú ako platformy sociálnych médií, ktoré tento problém začínajú riešiť. Keď uvažujeme o zvýšení robustnosti učenia, ktoré sa deje prostredníctvom kanála sociálnych médií, narazíme aj na dobre zavedené platformy, ktoré existujú mimo priestoru sociálnych médií ako vzdelávacie siete PLN. Využívanie sociálnych médií je teda rozhodujúcim krokom k rozvoju jedinca v našom digitálnom svete. Rozvoj profesionálnej sociálnej siete pripojením sa k online vzdelávacej komunite vám poskytne veľa zdrojov na ďalšie vzdelávanie. Okrem toho sa prostredníctvom rozvoja svojej sociálnej siete budete môcť stretnúť s „kolegami“, ktorí sa stretávajú alebo už mohli zažiť rôzne výzvy ohľadom tejto formy sebarozvoja. Musíme teda poznamenať,

že samozrejme existuje veľa negatívnych dopadov na spoločnosť či jedinca pri používaní sociálnych médií, tejto problematike sme sa však v práci nevenovali. Avšak identita jedinca môže byť jedným otáznym aspektom pri používaní sociálnych médií na osobný a profesionálny rozvoj. Konštrukcia profesionálnej identity je meniaci sa koncept, ktorý sa neustále vyvíja. Sociálne médiá majú čoraz väčší význam pri budovaní profesionálnej identity v spoločnosti, pretože ponúkajú miesta, kde jednotlivci „predvádzajú“ svoje životné a profesionálne skúsenosti. Odrážajú rôzne atribúty týkajúce sa jednotlivých pozícií v rôznych profesionálnych kontextoch. Núti ľudí hrať určité postavy na spoločenskej a profesionálnej scéne. Sociálne médiá umožňujú profesionálne vyjadrenie identity, prieskum a experimentovanie. Sú to práve sociálne médiá v skutočnom živote, ktoré poskytujú zdroj mien pre rôzne sektory, ktoré inšpirujú internetové komunity a interakcie, ktoré v sebe uskutočňujú. Je dôležité pochopiť motívy skupinových interakcií na sociálnych platformách. Prostredníctvom sociálnych médií sa jednotlivci prezentujú ostatným ľuďom a určujú spôsob, akým by chceli byť vnímaní, okrem toho, že im pomáhajú spájať sa a komunikovať s ľuďmi a zúčastňovať sa na ich vybraných činnostiach. Kvalitný profesionálny rozvoj musí zodpovedať požiadavkám a potrebám osoby zapojenej do činnosti. Možnosti sú však veľmi rôznorodé z hľadiska aktuálnosti, odbornosti alebo uplatniteľnosti. V práci popisujeme myšlienku online sietí profesionálneho vzdelávania (PLN), ktoré umožňujú spoluprácu a zdieľanie nápadov mimo miesta a času. Sú opísané výberové kritériá a možnosti nástroja a pokyny na prístup k rôznym možnostiam. Počas získavania dát z analýzy prieskumov sme zistili, že v súčasnosti viac ľudí používa sociálne médiá ako ich nepoužíva. Sociálne médiá teda môžu byť účinným nástrojom pre každého jedinca a je naozaj na nás, ako tieto platformy v náš prospech využijeme. Táto problematika je podľa nás téma, ktorú by sme mali uvádzať do popredia, pretože si nemyslíme, že je naša spoločnosť pripravená využívať digitálne médiá v osobný rozvoj. Sociálne médiá majú pred sebou svetlú budúcnosť, je však potrebné odstrániť negatívny vplyv

Je ešte stále mnoho informácií, ktoré by sa dali o našej téme nájsť, táto problematika je stále aktuálnejšia aj na Slovensku, keďže sme stále len na začiatku digitalizácie sebarozvojových aktivít. Obsiahnuť široké spektrum v jednej práci celkom náročné, no my sme sa pokúsili o čo najaktuálnejšie vyobrazenie rastu využívania sociálnych médií v prospech jedinca vo svete digitálnych médií. Veríme, že naša práca slúžila ako kvalitný vstup do danej sféry a poskytli sme vám potrebné informácie, ktoré sú potrebné v tejto dobe.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

BARR, S. 2018. *When did Facebook start?* In *Independent* [online]. 2018 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na internete: <<https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/facebook-when-started-how-mark-zuckerberg-history-harvard-eduardo-saverin-a8505151.html>>.

BLYSTONE, D. 2020. *The Story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-Sharing Application*. In *Investopedia* [online]. 2020 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na internete: <<https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>>.

BUŠTÍKOVÁ, L. 1999. Social Network Analysis, In *Sociologický ústav AV ČR*. [online]. 1999, vol. 35, no. 2 [cit. 2021-03-16]. Dostupné na internete: <<https://sreview.soc.cas.cz/pdfs/csr/1999/02/10.pdf>>. DOI: 10.13060/00380288.

COHN, M. 2012. *Sociology and Social Media*. In *Social Media Today* [online]. 2012 [cit. 2020-11-13]. Dostupné na internete: <<https://www.socialmediatoday.com/content/sociology-and-social-media>>.

COOK, J – HASMATH, R. 2014. The discursive construction and performance of gendered identity on social media, In *Current Sociology*. [online]. 2014, vol. 62, no. 7 [cit. 2021-03-17]. Dostupné na internete <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0011392114550008>>. ISSN 0011-392X.

DAMACENA, C. 2015. A qualitative a look at the fashion blogs. In *Researchgate*. [online]. 2015, vol. 37, no. 3 [cit. 2020-11-29]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/284913168_A_qualitative_a_look_at_the_fashion_blogs>. DOI: 10.15603/2175-7755.

EZOR, J. I. 2013. Streaming While Teaching: The Legality of Using Personal Streaming Video Accounts for the Classroom. In *SSRN*. [online]. 2013, vol. 23, no. 1 [cit. 2021-01-31]. Dostupné na internete: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2407177>. ISSN 1479-3644

GARTEMBERG, CH. 2019 *What is Facebook? Just ask Mark Zuckerberg*. 2019. In *Theverge.com* [online]. 2019 [cit. 2021-01-16]. Dostupné na internete: <<https://www.theverge.com/2019/3/8/18255269/facebook-mark-zuckerberg-definition-social-media-network-sharing-privacy>>.

GRIMMELMANN, J. 2009. *Saving Facebook*. In *Cornell University Law School* [online]. 2009 [cit. 2020-11-30]. Dostupné na internete: <<https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2676&context=facpub>>.

GUNN, D. 2020. *The History of Blogging: From 1997 Until Now*. In *Themeisle* [online]. 2020 [cit. 2020-12-13]. Dostupné na internete: <<https://themeisle.com/blog/history-of-blogging/>>.

HABERMAS, J. 1985. *The Theory of Communicative Action Volume 2*. Boston : Beacon Press, 1985 463 s. ISBN 080-70-1506-7.

HALL, M. 2020. *Facebook*. In *Britannica* [online]. 2020 [cit. 2020-12-12]. Dostupné na internete: <<https://www.britannica.com/topic/Facebook>>.

HANLON, P 2019. *6 tips on How to Communicate with your Followers on Social Media Today*. In *Epidemic Sound* [online]. 2012 [cit. 2020-11-14]. Dostupné na internete: <<https://www.epidemicsound.com/blog/6-tips-on-how-to-communicate-with-your-followers-authentically-on-social-media-today/>>.

CHESHIRE, K. 2016. *How to Balance Personal Vs Professional Identity On Social Media - Part 1*. In *YouTube* [online]. 2016 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/watch?v=6nzFjI9GY4&ab_channel=CinceraProductions>.

INSTABOOST, 2018. *Čo je Instagram a ako funguje táto sociálna sieť?* In *Instabooost* [online]. 2018 [cit. 2020-11-19]. Dostupné na internete: <<https://instabooost.sk/co-je-instagram/>>.

INSTAZOOD, 2020. *The History of Instagram*. In *Instazood* [online]. 2020 [cit. 2020-11-29]. Dostupné na internete: <<https://instazood.com/blog/the-history-of-instagram/>>.

JIRÁK, J. – KOPPLOVÁ, B. 2007. *Médiá a spoločnosť*. Praha : Portál, 2007. 189 s. ISBN 807-178-697-7.

LELANDE, A. M. 2012. *What is a PLN - Marc-André Lalande's take*. In *Youtube* [online]. 2012 [cit. 2021-01-30]. Dostupné na internete: <https://www.youtube.com/watch?v=hLLpWqp-owo&ab_channel=DevProPDFlipped/>.

LIPOVETSKY, G. 2007. *Paradoxní štěstí*. Praha : PROSTOR, 2007. 448 s. ISBN 978-80-7260-184-4.

MITRA, A. 2011. *New Media and Convergence: A Development Communication Perspective*, In *Global Media Journal*. [online]. 2011, vol. 2, no. 2 [cit. 2021-02-28]. Dostupné na internete: <<https://www.caluniv.ac.in/global-media-journal/Winter%20Issue%20December%202011%20Students%27%20Research/SR-3.pdf>>. ISSN 2249-5835.

NGUYEN, N. 2018. *Here Are 18 Things You Might Not Have Realized Facebook Tracks About You*. In *BuzzFeedsNew* [online]. 2018 [cit. 2020-11-30]. Dostupné na internete: <<https://www.buzzfeednews.com/article/nicolenguyen/here-are-18-things-you-might-not-have-realized-facebook#.uiEvJaxogy>>.

PEREZ, M. – GOMEZ, M. J. 2011. *Why Do People Use Social Network?* In *Communications of the IIMA* [online]. 2011, vol. 11, no. 2 [cit. 2020-11-13]. Dostupné na internete: <https://www.researchgate.net/publication/271843159_Why_Do_People_Use_Social_Networks>. ISSN 1941-6687.

POTTER, J. 2014. *THE HISTORY OF LINKEDIN*. In *The Linked In Man* [online]. 2014 [cit. 2020-11-29]. Dostupné na internete: <<https://thelinkedinman.com/history-linkedin/>>.

TAYLOR, T. 2017. *Where Fashion Blogging Began*. In *The New York Times* [online]. 2017 [cit. 2020-12-16]. Dostupné na internete: <<https://www.nytimes.com/2017/02/01/fashion/fashion-where-fashion-blogging-began.html>>.

TURNER, J. 2020. *List of Top Social Media Platforms You Should Know in 2021*. In *60 second marketer* [online]. 2020 [cit. 2020-11-29]. Dostupné na internete: <<https://60secondmarketer.com/2010/04/09/top-52-social-media-platforms-2/>>.

Študentská vedecká odborná činnosť (ŠVOČ)

ŠVOČ ponúka študentom vysokých škôl možnosť vypracovať odborné práce na témy súvisiace s oblasťou štúdia. Práca bola zaradená medzi víťazné a najlepšie práce v jednotlivých sekciách súťaže Študentská vedecká odborná a umelecká činnosť (ŠVOUČ) za rok 2021 na Filozofickej fakulte Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre.

Všetky ocenené a publikované práce v časopise Prohuman za rok 2021 nájdete tu: <https://www.prohuman.sk/category/typ-prispevku/the-best-of-svoc-2021>

Kontaktné informácie



UNIVERZITA
KONŠTANTÍNA
FILOZOFA **FILOZOFICKÁ**
V NITRE **FAKULTA**

Filozofická fakulta
Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Štefánikova 67, 949 01 Nitra
<https://www.ff.ukf.sk>

