

Témata



Věková kategorie



15+

Velikost skupiny



až 20 osob

Čas



45 Minut

16 Vyhledávání

Témata: mediální gramotnost,
digitální občanství

Věková kategorie:	15+
Počet účastníků:	až 20 osob
Doba trvání aktivity:	45 minut
Metoda vzdělávání:	skupinová práce, diskuse, reflexe
Cíle aktivity:	<ul style="list-style-type: none">– vyhledávat informace na internetu pomocí správně zadaných klíčových slov,– pojmenovat způsoby, jakými se společnosti prezentují na internetu,– posoudit důvěryhodnost informací, se kterými pracujeme,– vysvětlit výhody a nevýhody používání internetových vyhledávačů,– popsat, jak funguje webový prohlížeč.
Materiály:	seznam firem k vyhledávání, přístup k internetu, počítač/notebook/tablet pro každou skupinu, psací potřeby, flipchart a fixy pro závěrečné shrnutí
Klíčová slova:	internetový vyhledávač, veřejná kontrola, důvěryhodnost informací

Průběh aktivity:

1. Představte si situaci, kdy jste před 20–25 lety dostali za úkol napsat práci o moderních dějinách Indie. Nemáte připojení k internetu nebo neexistují internetové vyhledávače a na internetu najdete jen několik aktuálních informací o současné Indii. Jediná současná kniha v knihovně je půjčená a ta, kterou máte, je z 50. let. Jedná se o reálnou situaci, které studenti v tomto období čelili. *Jak byste tento úkol splnili?*

Tuto otázku můžete účastníkům položit jako úvod do tématu. Poté jim položíme další otázku: *Jak byste vyřešili daný úkol v současnosti? Kde a jak byste hledali informace?*

2. Nyní máme dostatek informací. Nejjednodušší způsob, jak je najít, je zadat klíčová slova do internetových vyhledávačů. Informace, ke kterým se dostaneme jako k prvním, však nemusí být pravdivé. Lze je přizpůsobit potřebám toho, kdo informace na internet umístil. Proto je důležité vědět, jaké informace potřebujeme při zadávání klíčových slov získat. Rozdělíme účastníky do skupin po 2–3 členech a připravíme vhodné prostředí pro práci. Předložíme jim úkol, na jehož splnění mají 30 minut.

Vyberte jednu společnost ze seznamu (nebo ji vybere lektor) a najděte o ní na internetu co nejvíce informací:

1. Jak se dotčená společnost prezentuje na sociálních sítích? Využívá služeb influencerů? (Nemáme přitom zájem o konkrétní informace, ale spíše rozsah informací, ke nimž se můžeme dopracovat.)

2. Jaké kritice čelí společnost ze strany veřejnosti? Dozvíme se také nepříliš lichotivé informace o společnosti, nedostatky výrobků/služeb a to, jak společnost reaguje na kritiku veřejnosti?

Účastníci představí výsledky své skupinové práce v závěrečné diskusi.

Závěrečná analýza:

V rámci závěrečné analýzy aktivity se nejprve zamyslíme nad prací ve skupinách. Zjišťujeme, jak účastníci spolupracovali, zda jsou spokojeni s výsledkem práce atd. Poté vyzveme účastníky, aby se s ostatními podělili o informace, ke kterým dospěli, nebo aby se podělili o nejzajímavější zjištění a odpověděli na otázky položené v rámci cvičení. Účastníci mohou popsat použitý postup, obtíže při plnění úkolu, nebo to, co by jim pomohlo zlepšit výsledek. V závěrečné reflexi se zaměříme na vysvětlení pojmu „vyhledávač“ a způsob jeho fungování.

Otázky:

- Jaké vyhledávače a klíčová slova jste použili? Proč?
- Proč si myslíte, že vznikly internetové vyhledávače?
- Jak vyhledávač funguje?
- Jaké informace se vám zobrazily jako první? Co myslíte, proč?
- Byly zjištěné informace pravdivé?

Tipy společnosti: Coca-Cola, iPhone, Nescafé, Adidas, McDonald's, Škoda Auto, ...

Veřejná kontrola (kontroverzní témata): recyklace odpadu, udržitelnost, podpora sportu/vzdělávání, ...

Varianty aktivity:

– Lektor si může vybrat jednu společnost – stejnou pro všechny skupiny. V tomto případě budou získané informace dosti podobné a budou se opakovat, ale zároveň je bude možné porovnat. Na závěr je vhodné vést diskusi o získaných informacích.

Zdroj: KUDRNA, D., PERICHTA, M. V *DIGITÁLNÍM SVĚTĚ: VYHLEDÁVAČE*, JSNS.CZ, 03/2021. Dostupné na: <https://www.jsns.cz/nove-aktivity/v-digitalnim-svete-vyhledavace/aktivita_v-digitalnim-svetevyhledavace_01_otazky-a-odpovedi.pdf>

Podklady pro lektora/účastníky

Internetový vyhledávač je služba, která nám umožňuje pracovat s internetem a vyhledávat informace tak, jak ji dnes běžně známe. Dříve si lidé museli pamatovat přesné adresy webových stránek, protože neexistoval žádný nástroj, který by jim umožnil vyhledávat nebo procházet jednotlivé webové stránky postupně. Webových stránek však přibývalo, a tento způsob prohlížení internetu se rychle stal nepoužitelným. Internetové vyhledávače byly tedy vytvořeny především proto, aby zefektivnily a zjednodušily vyhledávání na internetu. Jako uživatelé zadáváme do vyhledávačů klíčová slova a vrací se nám výsledky, které systém vyhledávače vyhodnotil jako nejrelevantnější.

Jak vyhledávač funguje?

Výsledky vyhledávání jsou řazeny podle algoritmů a každý vidí pro stejná klíčová slova jiné výsledky. To je způsobeno vyhledávacím algoritmem, který se snaží přizpůsobit výsledky vyhledávání osobě, která položila otázku. To má dva důvody:

- díky nim je internet pro uživatele atraktivnější, protože je snazší najít to, co potřebujeme;
- jde o zisk. Velká část příjmů internetových společností pochází z reklamy, která je stejně jako výsledky vyhledávání personalizovaná = šitá na míru.

Čím lépe nám vyhledávač nabízí relevantní obsah, tím více času strávíme na internetu. To také dává internetovým společnostem větší prostor pro reklamu.

Jak zpřesnit vyhledávání?

Čím přesněji je otázka položena, tím relevantnější odpověď může vyhledávač získat. Jednoslovná hesla nemusí být dostatečná, proto je třeba ve vyhledávání zadat mnohem více výrazů a pravidel, aby se zúžilo portfolio odpovědí a odfiltrovaly ty méně relevantní. Tato složitější zadání se ve vyhledávacích vytvářejí pomocí správné syntaxe (skladby) vyhledávání a operátorů. Tímto způsobem můžeme úlohu zpřesnit přidáním dalších klíčových slov (operátor AND), výběrem některých z nich (operátor OR), nebo například vyloučením stránek podle určitých pravidel. Je také možné omezit odpověď na konkrétní typ souboru, umístění textu, umístění v konkrétní adrese URL, nebo dále určit, zda se klíčové slovo vyskytuje v metadatech nebo zda se prvek vyskytuje v určitém rozsahu. Kromě syntaxe a operátorů je možné omezit vyhledávání přímo v nastavení vyhledávání na určitý jazyk nebo časové období.