

Témy



Veková kategória



15+

Veľkosť skupiny



do 20 osôb

Čas



45 MINÚT

16 Hľadaj

Témy: mediálna gramotnosť,
digitálne občianstvo

Veková kategória:	15+
Počet účastníkov:	do 20 osôb
Trvanie aktivity:	45 minút
Metóda vzdelávania:	skupinová práca, diskusia, reflexia
Ciele aktivity:	<ul style="list-style-type: none">- vyhľadať informácie na internete pomocou správne zadaných kľúčových slov,- pomenovať spôsoby, akými sa firmy prezentujú na internete,- posúdiť dôveryhodnosť informácií, s ktorými pracujeme,- vysvetliť výhody a nevýhody použitia internetových vyhľadávačov,- popísať spôsob fungovania internetového prehliadača.
Materiál:	zoznam firiem na vyhľadávanie, prístup na internet, počítač/notebook/tablet do každej skupiny, písacie potreby, flipchart a fixky na záverečné zhrnutie
Kľúčové slová:	internetový vyhľadávač, verejná kontrola, dôveryhodnosť informácií

Priebeh aktivity:

1. Predstavte si situáciu, že by ste pred 20 – 25 rokmi dostali za úlohu napísať prácu o novovekých dejinách Indie. Nemáte internetové pripojenie, resp. internetové vyhľadávače neexistujú a na internete nájdete len zopár aktuálnych informácií o súčasnej Indii. Jediná aktuálna kniha v knižnici je požičaná a tá, ktorú máte k dispozícii, je z 50. rokov 20. storočia. Je to reálna situácia, s ktorou sa stretávali študenti v tomto období. *Ako by ste túto úlohu splnili?*

Túto otázku môžeme účastníkom položiť ako vstup do témy. Následne im položíme ďalšiu otázku: *Ako by ste riešili zadanú úlohu v súčasnosti? Kde a ako by ste hľadali informácie?*

2. V súčasnosti máme už informácií dostatok. Najjednoduchší spôsob, ako ich vyhľadať, je zadať kľúčové slová do internetových vyhľadávačov. Informácia, ku ktorej sa dostaneme ako k prvej, nemusí byť však fakt. Môže byť upravená podľa potrieb toho, kto informáciu na internete zverejnil. Preto je dôležité už pri zadávaní kľúčových slov vedieť, akú informáciu potrebujeme získať. Účastníkov rozdelíme do skupín po 2-3 členoch a pripravíme vhodné prostredie pre prácu. Predstavíme im úlohu, na ktorej splnenie majú 30 minút.

Vyberte si jednu firmu zo zoznamu (alebo ju vyberie lektor) a nájdite na internete čo najviac informácií:

1. *Ako sa daná firma prezentuje na sociálnych sieťach? Využíva služby influencerov? (Nezaujímajú nás pritom konkrétne informácie, skôr rozsah informácií, k akým sa môžeme dopracovať.)*
2. *Akým kritickým podnetom zo strany verejnosti firma čelí? Dozvieme sa aj nie príliš lichotivé informácie o firme, nedostatky výrobkov/služieb a to, ako firma reaguje na kritiku verejnosti?*

Výsledky svojej práce v skupinách účastníci predstavia v záverečnej diskusii.

Záverečný rozbor:

V rámci záverečného rozboru aktivity urobíme najskôr reflexiu práce v skupinách. Zisťujeme, ako sa účastníkom spolupracovalo, či sú s výsledkom práce spokojní a pod. Následne vyzveme účastníkov, aby zdieľali s ostatnými informácie, ku ktorým sa dopracovali, resp. podelili sa o najzaujímavejšie zistenia a odpovedali na otázky položené v úlohe. Účastníci môžu popísať použitý postup, ťažkosti pri plnení úlohy, prípadne čo by im pomohlo výsledok zlepšiť. Záverečnú reflexiu smerujeme k vysvetleniu pojmu „vyhľadávač“ a tomu, akým spôsobom funguje.

Otázky:

- *Aké vyhľadávače a kľúčové slová ste použili? Prečo?*
- *Prečo boli podľa vás vytvorené internetové vyhľadávače?*
- *Ako vyhľadávač funguje?*
- *Aká informácia sa vám zobrazila ako prvá? Čo myslíte, prečo?*
- *Boli informácie, ktoré ste našli, pravdivé?*

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

Verejná kontrola (sporné témy): recyklácia odpadu, udržateľnosť, podpora športu/vzdelávania, ...

Variácie aktivity:

- Lektor môže zvoliť jednu firmu – rovnakú pre všetky skupiny. V tomto prípade budú získané informácie dosť podobné a budú sa opakovať, zároveň však bude možné ich porovnávať. V závere je vhodné viesť diskusiu o získaných informáciách.

Zdroj: KUDRNA, D., PERICHTA, M. V *DIGITÁLNÍM SVĚTĚ: VYHLEDÁVAČE*, JSNS.CZ, 03/2021. Dostupné na: <https://www.jsns.cz/nove-aktivita/v-digitalnim-svete-vyhledavace/aktivita_v-digitalnim-svete-vyhledavace_01_otazky-a-odpovedi.pdf>

Podklady pre lektora/účastníkov

Internetový vyhľadávač je služba, ktorá nám umožňuje pracovať s internetom pri vyhľadávaní informácií tak, ako to dnes bežne poznáme. Predtým si ľudia museli pamätať presné adresy webových stránok, pretože chýbal nástroj, ktorý by im umožnil jednotlivé webové stránky postupne vyhľadávať alebo prechádzať. Webových stránok však bolo stále viac a tento spôsob prehliadania internetu sa veľmi rýchlo stal nepoužiteľným. Internetové vyhľadávače boli teda vytvorené predovšetkým preto, aby bolo vyhľadávanie na internete efektívnejšie a pohodlnejšie. Ako užívatelia zadávame do vyhľadávačov kľúčové slová a sú nám vrátené výsledky, ktoré systém vyhľadávača vyhodnotil ako najvhodnejšie.

Ako vyhľadávač funguje?

Výsledky vyhľadávania sú radené algoritmami a každý vidí iné výsledky na rovnaké kľúčové slová. Je za tým vyhľadávací algoritmus, ktorý sa snaží výsledky vyhľadávania prispôbiť „na mieru“ tomu, kto sa pýta. Má to dva dôvody:

- internet je vďaka nim pre používateľa príťažlivejší, pretože ľahšie nájdeme, čo potrebujeme;
- ide o zisk. Veľká časť príjmov internetových spoločností plyní z reklamy, ktorá je, rovnako ako výsledky vyhľadávania, personalizovaná = ponúkaná na mieru.

Čím lepšie sa vyhľadávaču podarí ponúknuť nám relevantný obsah, tým viac času na internete strávime. Internetové spoločnosti tým tiež získajú viac priestoru pre podstrčenie reklamy.

Ako spresniť vyhľadávanie?

Čím presnejšie je položená otázka, tým relevantnejšiu odpoveď možno vyhľadávačom získať. Jednoslovné heslá nemusia byť dostatočné, a tak je potrebné pri vyhľadávaní špecifikovať omnoho viac podmienok a pravidiel, ktoré zužujú portfólio odpovedí a filtrujú preč tie menej relevantné. Tieto zložitejšie zadania sa vo vyhľadávačoch vytvárajú pomocou správnej zisťovacej syntaxe (skladby) a operátorov. Takto môžeme spresniť zadanie pridaním ďalších kľúčových slov (operátor AND), výberom niektorých z nich (operátor OR) alebo napríklad vylúčením stránok podľa určitých pravidiel. Zároveň možno v zadaní obmedziť odpoveď len na určitý typ súboru, umiestnenie textu, umiestnenie v konkrétnej URL adrese, príp. ďalej špecifikovať, či sa kľúčové slovo vyskytuje v metadátach alebo či sa vyskytuje nejaký prvok v určitom rozsahu. Okrem syntaxe a operátorov sa možno i priamo v nastaveniach vyhľadávania obmedziť aj na konkrétny jazyk či časové obdobie.