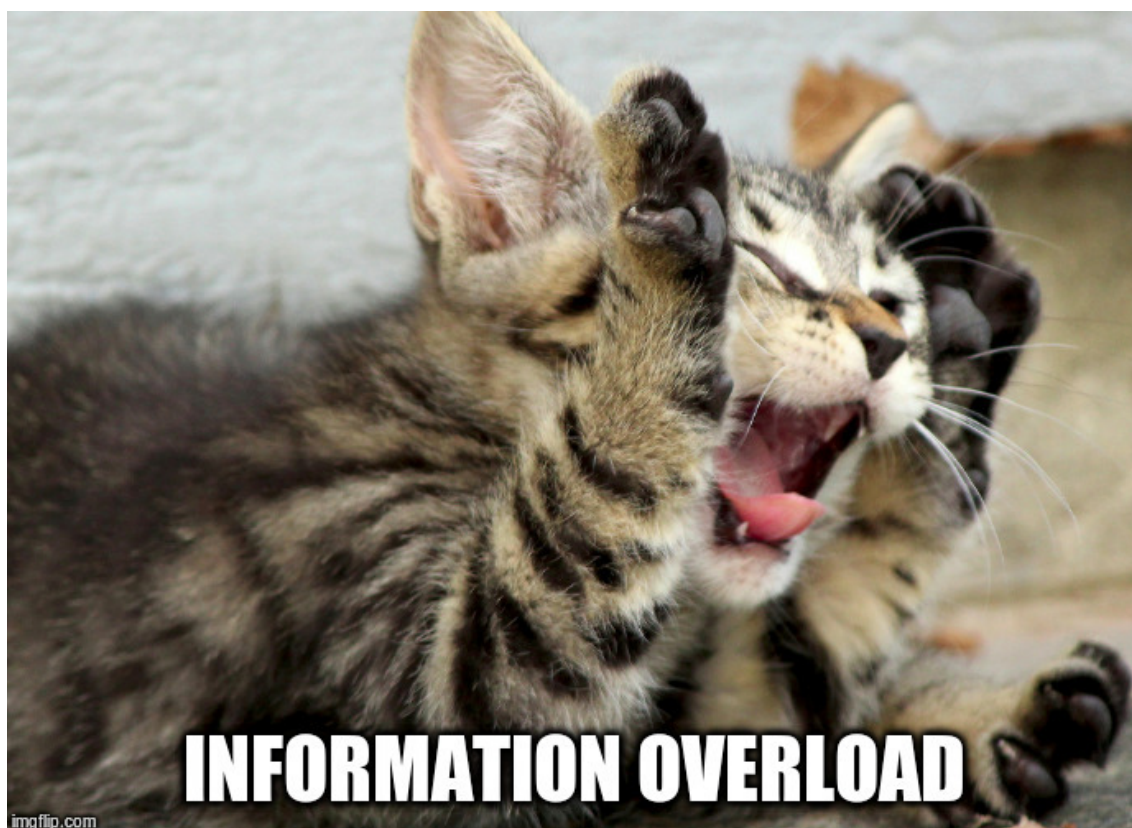


Świat informacji



Strategiczne szukanie informacji

Żyjemy w czasach szumu informacyjnego. Choć jesteśmy otoczeni informacjami, ich wyszukiwanie i korzystanie z nich w efektywny sposób sprawia nam wiele trudności i pochłania wiele czasu. Szukanie przepisów, sprawdzanie czasu przyjazdu pociągu, odszukiwanie dat koncertów, przygotowywanie prezentacji... Przykłady można mnożyć w nieskończoność!



Gdy szukamy informacji, zwykle sięgamy po znane źródła. Nawykowo stosujemy te same sposoby odnajdywania potrzebnych materiałów. Znajomość najbardziej efektywnych strategii docierania do informacji pozwala na namysł nad naszymi działaniami oraz ich zaplanowanie. Dzięki temu wyszukiwanie jest szybsze i skuteczniejsze. Jednym z najbardziej popularnych modeli prezentujących strategię wyszukiwania jest Wielka Szóstka (ang. the Big 6). Można zastosować go do wszystkich rodzajów informacji, od materiałów do pracy naukowej po repertuar kin. Poszczególne etapy prac z wielką szóstką wyglądają następująco:

1. Określ zadanie. *Jakich informacji mi brakuje?*
2. Pomyśl, jak będziesz szukał informacji. *Z jakich źródeł skorzystam?*
3. Dostań się do źródła informacji. *Zajrzę tutaj...*
4. Znajdź wszystkie potrzebne informacje. Odrzuć te zbędne. *O, tego szukam!*
5. Uporządkuj zgromadzone materiały. Wskaż najważniejsze rzeczy i zachowaj je. Twórczo wykorzystaj informacje. *Gotowe!*

6. Oceń, czy udało ci się podołać wyzwaniu. *Czy jestem zadowolony z efektu?*

Po zakończeniu pracy zawsze pomyśl, czy udało ci się dowiedzieć tego, czego faktycznie chciałeś. Czy wykorzystałeś zgromadzony materiał w najlepszy sposób? Nie zrażaj się popełnionymi błędami. Wszyscy się na nich uczymy! Zastanowienie się nad uchybieniami pozwala uniknąć ich w przyszłości. Inspiruje do odnajdywania dobrych metod korzystania z informacji.

Pobierz [infografikę z Wielką Szóstką](#)

Szukanie informacji w internecie

Bardzo często szukając informacji korzystamy z internetu. Są różne sposoby na to, żeby wyszukiwanie było bardziej skuteczne. W większości popularnych wyszukiwarek można skorzystać z opcji wyszukiwania zaawansowanego i stosować operatory logiczne. Ich wpisanie jest komendą dla programu i nie są one traktowane jako termin do wyszukania. Podstawowe operatory logiczne to:

- AND (ang. „oraz”) — po jego wpisaniu wyszukane zostaną strony, gdzie jednocześnie występują podane słowa. Przykład zapytania: samochód AND maluch. „AND” można zastąpić znakiem „+” (np. samochód +maluch).
- OR (ang. „lub”) — na stronach występuje jedno z podanych słów. Np.: łódź OR jacht OR statek.
- NOT (ang. „nie”) — na stronach nie ma słowa występującego po operatorze. Np.: owoce NOT jabłko. „NOT” można zastąpić znakiem „-” (np. owoce -jabłko).

Wyszukiwanie można zawęzić do:

- tytułów dokumentów — za pomocą title: (np. title:motocykl);
- konkretnej strony — za pomocą site: (np. site:wikipedia.org zegar);
- zbioru odnośników do danej strony — za pomocą link: (np. link:grono.net);
- dokumentów o określonym formacie — za pomocą filetype: (np. filetype:pdf).

Z tych metod skorzystać można także poprzez okno wyszukiwania zaawansowanego. Znajdziemy tam również m.in. opcję szukania stron w określonym języku.

Aby uzyskać najlepsze wyniki warto pamiętać też o:

- przemyślanym dobraniu słów kluczowych;
- wybraniu dobrej wyszukiwarki lub jej zmianie, jeśli wyniki będą niezadowolające;
- umieszczeniu najważniejszego słowa jako pierwszego we frazie;
- szukaniu synonimów słów;
- możliwości ujęcia frazy w cudzysłów, dzięki któremu wyszukasz na stronach dokładnie takie sformułowanie.

Chcesz wiedzieć więcej o działaniu wyszukiwarek? Interesuje Cię, co decyduje o pozycji strony na liście wyników wyszukiwania? Obejrzyj krótki film przygotowany przez Code.org:

https://www.youtube.com/watch?v=LWV_93mBfSU

Bańka filtrująca

Odbierając przekazy medialne na co dzień warto pamiętać, że za większością z nich ostatecznie stoi pieniądź. Bez finansowania nie mogłyby one powstać, są zatem uzależnione zarówno od reklamodawców, jak i od modelowego obrazu odbiorcy. Zwykle jest on bardzo uproszczony i budowany w oparciu o stereotypy.

Schematyczność modelowego odbiorcy, nasze przyzwyczajenia, by sięgać po określone media, dostosowywanie wyników wyszukiwania do historii naszych wędrówek po sieci — wszystko to wpływa na kształtowanie się naszych poglądów i wyborów. Każdy z nas w pewnym stopniu żyje w „bańce”, ograniczającej różnorodność trafiających do nas informacji i punktów widzenia. Przyzwyczajeni do języka określonej opcji światopoglądowej, czasem nie zauważamy różnicy między faktem a sposobem mówienia o nim.

Dodatkowo wyniki naszych zapytań zależą od poprzednich wyszukiwań i systemów profilujących. Profilowanie to mechanizm, który polega na kategoryzowaniu ludzi według cech i zachowań. Z profilowaniem mamy do czynienia np. na Facebooku, który zapamiętuje historię naszych „lajków”, by zaprezentować reklamę targetowaną, oraz w rozmaitych serwisach książkowych, filmowych czy muzycznych. Ich działanie opiera się na analizie decyzji użytkowników i użytkowników: są nam proponowane te tytuły, które wcześniej wybrały osoby sprofilowane jako podobne do nas. W zależności od tego, czy szukasz czegoś za pomocą komputera w bibliotece, czy też swojego laptopa, otrzymujesz inne rezultaty. Ma to służyć to wygodzie — i sprawdza się dobrze, gdy chcemy zlokalizować pobliską pizzerię, ale w wielu sytuacjach może zawęzić zestaw odpowiedzi. Jeśli często szukasz w sieci informacji o wycieczkach zagranicznych, to po wpisaniu w wyszukiwarkę hasła „Turcja” możesz nie otrzymać ważnych informacji o odbywających się tam protestach. Będzie Ci również trudniej znaleźć opinie na dany temat, które — według systemów profilujących — różnią się od Twoich. To może zawęzić Twoje horyzonty.

Jak wydostać się z bańki filtrującej?

1. Korzystaj z różnych przeglądarek do różnych celów (Firefox, Chromium).
2. Korzystaj z wyszukiwarek internetowych, które nie wykorzystują profilowania, np. Duckduckgo.com, lxquick.com.
3. Nie klikaj w nic bez zastanowienia. Ogranicz „polubienia” stron w serwisach społecznościowych.
4. Jeśli korzystasz z poczty w przeglądarce, pamiętaj o wylogowaniu się zaraz po skończonej pracy.
5. Pamiętaj o tym, by wylogować się z serwisu społecznościowego, kiedy skończysz z niego korzystać.
6. Zmień ustawienia w przeglądarce tak, żeby historia odwiedzanych stron była czyszczona automatycznie przy zamknięciu przeglądarki.
7. Utwórz różne konta pocztowe do różnych celów.
8. Zainstaluj w przeglądarkach wtyczki, które czyszczą ciastka i blokują skrypty mające na celu śledzenie.
9. Ogranicz robienie zakupów w sieci.
10. Zrezygnuj z korzystania z serwisów społecznościowych

Ćwiczenia

1. Jak pracować z informacją?

1. Przygotuj listę zadań/problemów do rozwiązania, związanych ze szkołą lub zainteresowaniami uczestniczek i uczestników. Podziel uczestników na małe zespoły. Każdy zespół powinien otrzymać jedno zadanie. Poproś każdą z grup o wskazanie potrzeb informacyjnych: „Jakie informacje powinieneś znaleźć, aby dobrze zrealizować zadanie? Gdzie należy ich szukać?”, a także źródeł informacji, z których można w danej sytuacji skorzystać. Na przykład:

1. Przygotowujesz wypracowanie z języka polskiego na temat: „Czy Romeo z dramatu Williama Szekspira Romeo i Julia jest bohaterem tragicznym?”.

- Potrzeby informacyjne: Co charakteryzuje bohaterów tragicznych? Co wiemy na temat Romea po lekturze dramatu?
- Źródła: Wikipedia Encyklopedia PWN podręcznik do historii i do języka polskiego

2. Twój kolega zastanawia się, czy wybrać się na wakacje na Sycylię czy do Paryża. Doradź mu, które miejsce warto odwiedzić.

- Potrzeby informacyjne: W jaki sposób kolega lubi spędzać czas? Czy lubi bardzo upalną pogodę? Jakie atrakcje czekają na turystów na Sycylii, a jakie w Paryżu? ...
- Źródła: rozmowa z kolegą portal „podroze.onet.pl”, przewodnik

W kolejnym kroku poproś zespoły o wskazanie zalet i wad wybranych źródeł informacji. Na przykład:

- Wikipedia – zalety: pisana zrozumiałym językiem, zawiera aktualne informacje, wady: może zawierać błędy
- Podręcznik – zalety: zawiera profesjonalną wiedzę, wady: niektóre informacje uległy dezaktualizacji
- Forum internetowe – zalety: umożliwia przegląd opinii innych, wady: zawiera wyłącznie subiektywne opinie

2. Sekrety wyszukiwarek

Podziel uczestników zajęć na dwuosobowe zespoły. Każdy zespół powinien pracować przy oddzielnym komputerze. Rozdaj kopię karty pracy „Sekrety wyszukiwarek” poszczególnym grupom. Poproś grupy o realizację kolejnych ćwiczeń z karty pracy – omawiaj każde ćwiczenie przed przystąpieniem do jego realizacji. Poproś uczniów o zapisywanie na karcie pracy liczby stron, które Google wyświetlał jako odpowiedzi na kolejne zapytania.

Więcej informacji: „Sekrety wyszukiwarek” – scenariusz lekcji

Na podstawie:

- Michael B. Eisenberg, Robert E. Berkowitz <http://big6.com/pages/about/big6-skills-overview.php>
- Urszula Dobrowolska, Michał Wysocki, Justyna Jasiewicz „Jak planować pracę z informacją?” <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/planowac-prace-z-informacja/>, „Sekrety wyszukiwarek” <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/sekrety-wyszukiwarek/>, „Gdzie szukać informacji?” <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/gdzie-szukac-informacji/>, „Strategiczne myślenie w wyszukiwaniu informacji” <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/strategiczne-myslenie-w-wyszukiwaniu-informacji/>, „Co wpływa na przekazy medialne?” <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/co-wplywa-na-przekazy-medialne/>, CC BY-SA
- Urszula Dobrzańska, Weronika Paszewska, Wojciech Budzisz, Michał „rysiak” Woźniak, Kamil Śliwowski „Jak jesteśmy profilowani w sieci?” <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/jak-jestesmy-profilowani-w-sieci/>, CC BY-SA

Fot. okładki: Information by Nick Youngson CC BY-SA 3.0 Alpha Stock Images, <http://www.creative-commons-images.com/highway-signs/i/information.html>

Fot. kota: GalgenTX, CC BY <https://www.flickr.com/photos/galgentx/5760160616>

Materiał przygotowany w ramach projektu EMELS.

Projekt współfinansowany przez Program Komisji Europejskiej Erasmus+.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Tekst odzwierciedla wyłącznie poglądy jego autorów i w żaden sposób nie może zostać uznany za wyraz poglądów Komisji Europejskiej.

Information about the resource

Publisher: Modern Poland Foundation as part of EMELS project co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.

Rights: Creative Commons Attribution – Share Alike

This resource is attached to Media Literacy Standard for youth Workers. To find out more about the Standard go to <http://emels.eu>.

Resource prepared using [MIL/PEER](#) editing platform.

Source available at <http://milpeer.eu/documents/359/>