

PROHLÍŽENÍ, VYHLEDÁVÁNÍ A FILTROVÁNÍ DAT, INFORMACÍ A DIGITÁLNÍHO OBSAHU

V příběhu...

„Tááááák, mámo, opravil jsem ten plot,“ hlásil Karel ve dveřích.

„No tos udělal mooc dobře táto,“ pochválila Marcela Karla. „A všimni si, že vůbec nemluví o tom, že to mohlo být o dva roky dříve.“ To Karla 'potěšilo'. „Koukám, že montérky volají po vyprání,“ pokračovala Marcela, „ale nejdřív potřebuju spravit pračku. Kdypak se na ni, tatínku, koukneš?“

„Už se stalo, maminko, po 18 letech skončila, nejde opravit.“

„Tak to budeme muset zajet do města koupit novou. Já ale nemám čas, takže ji budeš muset jet koupit ty, táto,“ shrnula Marcela situaci.

„Bez tebe nejedu,“ řekl rozhodně Karel.

„To chceš chodit jako čunče?“ argumentovala Marcela.

„Tak mi řekni, jakou přesně chceš, a já pro ni dojedu,“ navrhl Karel.

„A jak to mám asi vědět?“ odpověděla Marcela.

„No koukni se na internet, jen místo receptů si najdi ledničky,“ poradil Marcela Karel.

„Tááááááá pocééém, našla jsem ty pračky, ale jsou jich tu stovky,“ ozvalo se za nějaký čas od počítače.

„To jsi ale šikulka, mámo, jak jsi je našla?“ zeptal se Karel a přisedl si.

„Dala jsem do vyhledávače slovo pračka a vyjel mi seznam prodejen na internetu, pak jsem klikla na tuhle z televize a objevily se mi miliony praček.“

„Jakou chceš vlastně pračku?“ chtěl vědět Karel.

„No takovou podobnou jako mají naši mladí,“ odpověděla Marcela.

„Tak to je přední plnění, že? Pak se nám musí vejít do koupelny, je volně stojící,“ četl Karel na internetu a hned zaklikával parametry pračky.

„Zaklikni ještě tuto náplň pračky, tuhle značku a dej rozmezí 5–7 tisíc,“ doplnila Marcela.

„No vida, jak se to zúžilo. Z tohoto si vybereš líp,“ řekl Karel a odešel.

„Tááááááá pocééém,“ volala jsem Kláře a ta říkala, ať si pračku koupíme rovnou na internetu, že prý je to levnější a nikam nemusíme jezdit, protože ji přivezou až k nám na vesnici. Stačí ji vložit do košíku, to je tady, vyplnit pár údajů, zaplatit a zítra tady může být.

Tato kompetence se týká schopnosti orientovat se na internetu, uvědomovat si a správně pojmenovat, co hledám a zvolit vhodný postup vyhledávání. Následně pak nalézt požadovaná data, informace a obsah.

POPIS KOMPETENCE

Na internetu se nachází velké množství informací a dat, z nichž některé jsou pro nás důležité, protože nám usnadňují život. Proto bychom měli umět tyto informace a data efektivně vyhledávat a filtrovat. To znamená, že potřebujeme vědět, jak správně pracovat s vyhledávači (mezi které patří např. Google či Seznam) neboli jak do nich správně zadat, co potřebujeme. Pokud do vyhledávacího okénka vyhledávače zadáme správná klíčová slova, pak bez problémů najdeme, co hledáme, ať již se jedná o konkrétní otevřací dobu, hodnocení lékaře či zboží v e-shopu, článek k danému tématu nebo oblíbené video a písničku. Neměli bychom zapomínat na to, že každá informace, video, audio či fotka má určitou životnost. Proto bychom si měli umět zjistit, nakolik je zobrazený obsah aktuální.

Výsledky, které se nám zobrazují, bývají často šité nám přímo na míru. To znamená, že vyhledávač sám zohledňuje, v jaké lokalitě se nacházíme nebo v jakých oblastech zájmu se nejčastěji pohybujeme. Podle toho pro nás vybírá ty nejvhodnější výsledky.

NEJČASTĚJŠÍ ČINNOSTI

Používání internetových vyhledávačů

Internetové vyhledávače (Google, Seznam či jiné) pomáhají uživatelům vyhledávat digitální obsah (informace, data, mediální soubory), který potřebují.

Vyhledávání a nalezení dat, informací a obsahu v digitálním prostředí

Internetové vyhledávače (Google, Seznam či jiné) či obdobné programy v rámci lokálního zařízení (např. vyhledávání v Průzkumníku Windows) pomáhají uživatelům vyhledávat informace a digitální obsah, který potřebují. Uživatelé musí vědět, co hledají (stránky obce, otevřací doba na úřadě, hlasování, ankety atp.), a zvolit odpovídající klíčová slova, typ hledaného souboru (text, obrázek, video, ...), čas pořízení atd.

Filtrování výsledků

Filtrování je proces zpracování nalezených informací a dat za účelem jejich třídění dle zadaných kritérií. V praxi to znamená, že filtry skryjí některé informace a ukáží jen ta data, která chce uživatel vidět a se kterými chce dále pracovat.

Volba osobní strategie vyhledávání

Volbou strategie se myslí osvědčený způsob vyhledávání, filtrování informací a digitálního obsahu, kdy uživatel s úspěchem využívá osvědčených prohlížečů a vyhledávačů k vyhledání informací a dat, která zadal k vyhledání.

ÚROVNĚ KOMPETENCE

0 -

1

Je si vědom toho, že na internetu existují informace a data, která mohou usnadnit určitou životní situaci. Ví, k čemu slouží internetové vyhledávače (Google, Seznam či jiné) a jak je najít. Umí je vhodně používat – dokáže určit, co hledá, k tomu volí správná klíčová slova, pracuje s filtrem. Zvládne nalézt základní informace, jako je zboží v e-shopu, ordinační doba lékaře, úřední hodiny na úřadě atp.

2

Dokáže provádět běžné vyhledávání za účelem nalezení dat, informací a obsahu v digitálním prostředí. Zvládne sám procházet výsledky vyhledávání a nacházet v nich relevantní obsah pro svou konkrétní životní situaci. Dokáže nakupovat v e-shopech, nalézt hodnocení lékaře, vyhledat složení léku a jeho cenu, zjistit, jaké dokumenty potřebuje na úřadě atp. Umí zvolit vhodný způsob vyhledávání.

3

Dokáže přizpůsobit vyhledávací strategii za účelem rychlého nalezení nejvhodnějších dat, informací a obsahu v konkrétním digitálním prostředí. Umí vyhledávat specifické informace pro svoji potřebu. Dokáže tyto informace sdílet s kolegy či členy rodiny.

DIGITÁLNÍ TECHNOLOGIE



POČÍTAČ



NOTEBOOK



TABLET



MOBILNÍ TELEFON



SMART TELEVIZE



PERIFERIE POČÍTAČŮ - REPRODUKTORY, MIKROFON, TISKÁRNA

PROGRAMY A ZDROJE



Vyhledávače • Google.com, Seznam.cz, Centrum.cz, Atlas.cz, Yahoo.com

Služba, která pomáhá uživatelům vyhledat webové stránky a informace na internetu. Uživatel zadá hledaný dotaz, tzv. klíčové slovo, které charakterizuje hledanou informaci, vyhledávač projde svou databází a výsledky vypíše v podobě odkazů na stránky. Vyhledávat můžeme pomocí klíčových slov, nebo zadáním konkrétní podoby souboru (text, obrázek, nákup, mapa nebo jiný typ multimediální informace). Vyhledávače přizpůsobují vyhledávání vašemu chování na internetu, takže každý uživatel dostane jiné výsledky.



E-mail • Seznam Email, Gmail, Centrum Mail, Outlook.com

Elektronická pošta (e-mail nebo email) je způsob výměny zpráv mezi uživateli, kteří využívají služeb tzv. e-mailových serverů. Ty každému majiteli e-mailové adresy nabízejí přijímání, přeposílání, doručování a ukládání zpráv. Dále posílání dat do určité velikosti. Přes e-mail probíhá často také notifikace¹. Jedná se o nejdéle trvající online způsob komunikace.



Srovnávací weby • Heureka.cz, Zbozi.cz, Srovnave.cz, Hledej ceny.cz

Velkou pomocí při nákupu zboží přes internet jsou srovnávací weby (porovnávače cen). Ty nabízí kromě přehledného zobrazení prodejců (i s nabízenou cenou) také hodnocení prodejce, recenzi produktu a jeho popis.



Mapy a navigace • Mapy.cz, Google Maps, Waze, maps.me

Mapy a s tím související navigace jsou aplikace v chytrém telefonu, které nabízí mapové podklady (mapa základní, turistická, památek, ...) pro celý svět. Navigace po nastavení parametrů – start, cíl, nejrychlejší trasa, nejkratší trasa, dálnice a jiné – po celou dobu ukazuje řidiči nebo chodci, kde se nachází a kam jet. To vše případně doprovází hlasovými pokyny.



Jízdní řády a jízdenky • IDOS.cz, PID.cz, aplikace dopravců ČD / FlixBus / Regiojet

Řada kvalitních aplikací dnes nabízí přehled o odjezdech a cenách hromadné dopravy. Uživatel jednoduše ve svém telefonu zjistí, odkud jede nejbližší spoj, kdy a v kolik hodin bude na požadovaném místě. Další oblíbenou službou, kterou nabízí většina přeprávců, je online objednávání jízdenek a rezervace místa přímo v mobilní aplikaci.



Online obchody (e-shopy) • alza.cz, mall.cz, rohlík.cz, lekarna.cz, knihydobrovsky.cz

V posledních letech vzrůstá zájem o internetové obchody (e-shopy), které umožňují nákup zboží, služeb nebo jiných obchodních transakcí prostřednictvím internetu. Uživatelé prochází online katalog zboží a vyhledávají podle parametrů či jen podle shody v názvu nebo popisu. Poté si vyberou zboží, zaplatí a zboží jim dojde na místo určení.

Při hledání vhodného obchodu uživatel pouze napíše požadovaný produkt do vyhledávače a poté již může vybírat z nabídek různých internetových obchodů. K nalezení nejvýhodnější ceny slouží online srovnávače cen, kde lze najít recenze na e-shop nebo samotný produkt.



Internetové bankovníctví • Air Bank, ČSOB, MojeBanka, George

Většina bankovních ústavů dnes nabízí správu účtu z pohodlí domova prostřednictvím internetového bankovníctví. Po přihlášení má občan přístup ke svému účtu 24 hodin denně, 7 dní v týdnu i bez fyzické návštěvy pobočky. Stačí k tomu běžný počítač nebo chytrý telefon, připojení k internetu a internetový prohlížeč. Pomocí této služby lze kontrolovat stav svého účtu a historii plateb, zadávat příkazy k úhradě, spravovat své inkaso a trvalé příkazy.



Nástroje pro přenos a sdílení • Capsa, Disk Google, Dropbox, OneDrive, Úschovna

Pro spolupráci mezi uživateli je nutné data sdílet a přenášet je mezi zařízeními a uživateli. Pro to se nejčastěji využívají online služby sdílení. Většina těchto služeb nabízí část kapacity pro využití zdarma.



Komunikace a chatování • Messenger (Facebook), WhatsApp, Hangouts, WeChat

Jednu z největších změn prodělala v posledních letech komunikace mezi lidmi. Velká část sociální interakce dnes probíhá pomocí internetu, přes mobilní telefon nebo notebook. Díky možnostem chatovacích aplikací je dnes možné být ihned v kontaktu s kýmkoliv na celém světě. Existuje celá řada možností, jak tyto aplikace využít (psaní krátkých i delších zpráv, posílání fotografií, videí, emotikonů nebo menších souborů). Případně se dá založit skupina pro hromadnou korespondenci, pomocí které můžete být v kontaktu třeba s přáteli nebo rodinou.

Notifikace je způsob odeslání a doručení potvrzení nebo upozornění. Používá se například pro informaci o vytvoření uživatelského účtu, potvrzení objednávky, upozornění na změnu služby, upozornění na přihlášení do služby z nového zařízení atd.