



Informačné správanie mladých ľudí s dôrazom na ich informačné správanie v elektronickom prostredí je vysoko aktuálna téma. Teoretické základy, ako aj výsledky predvýskumu k tejto téme už boli publikované v čísle 4/2016.¹ Teraz by sme radi priblížili najzaujímavejšie výsledky z prieskumu, ktorý bol realizovaný v rámci dizertačnej práce na tému Informačné správanie „Google“ generácie.

Cieľom spomínanej dizertačnej práce bolo analyzovať aktuálne poznatky o informačnom správaní mladej generácie v elektronickom prostredí, uskutočniť prieskum informačného správania mladých ľudí v rôznych kontextoch a vytvoriť model informačného správania mladej generácie na Slovensku.

Základné výskumné otázky, ktoré boli zisťované prostredníctvom prieskumu sa dajú charakterizovať nasledovne:

- Ako sa informačne správajú mladí ľudia pri vyhľadávaní informácií pre študijné účely a súkromné účely?
- Aký informačný zdroj využívajú mladí ľudia najčastejšie pre študijné účely a súkromné účely?
- Ako často využívajú mladí ľudia vyhľadávací nástroj Google?

Prieskum informačného správania „Google“ generácie bol zameraný na mladých ľudí, ktorých je možné považovať za súčasť „Google“ generácie, t. j. mladých ľudí narodených po roku 1993. Aby nebola výskumná vzorka príliš všeobecná, rozhodli sme sa cieľovú skupinu prieskumu ohraničiť a skúmali sme mladých ľudí vo veku od 16 do 24 rokov. Prieskum bol zameraný len na študujúcu mládež, žijúcu na území Slovenskej republiky.

Prieskum informačného správania „Google“ generácie

Prieskum na tému Informačné správanie „Google“ generácie bol rozdelený do troch fáz. Prvou fázou bol dotazníkový prieskum, druhou fázou bol prieskum formou rozhovorov a treťou fázou sa stalo pozorovanie. Poradie fáz bolo takto zvolené najmä z dôvodu nadväznosti jednotlivých fáz na výsledky tej predošlej. V rámci tohto príspevku prezentujeme len výber zistení z dotazníkového prieskumu.

Demografické údaje účastníkov dotazníkového prieskumu

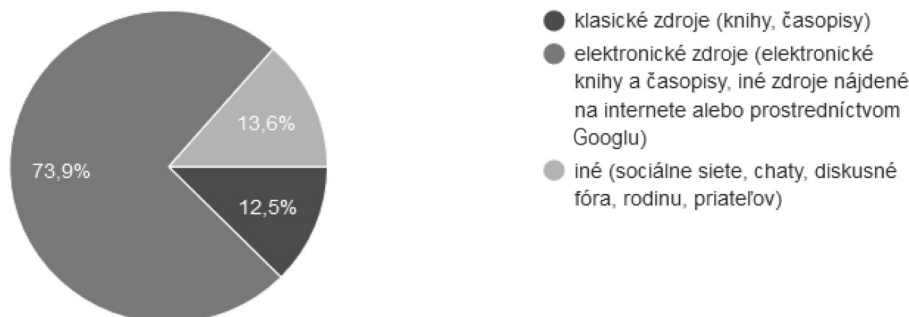
Do online dotazníka skúmajúceho informačné správanie „Google“ generácie sa zapojilo spolu 381 respondentov. Z uvedeného počtu bolo 51,1 % žien a 44,9 % mužov. 77,2 % respondentov bolo vo veku od 16 do 19 rokov a 22,8 % účastníkov dotazníkového výskumu bolo vo veku 20 až 24 rokov. Respondenti pochádzali z celého územia SR, pričom najväčší počet bol z Bratislavského kraja (58 %). Zastúpený je aj Prešovský kraj (17,8 %) a Trnavský kraj (10,8 %). Ostatné kraje boli v dotazníku zastúpené nasledovne: Košický kraj – 3,9 % ; Žilinský kraj – 3,1 % ; Trenčiansky kraj – 2,6 % ; Nitriansky kraj – 2,4 % ; Banskobystrický kraj – 1,6 %. Respondenti najčastejšie navštevujú gymnázium (54,1 %), strednú odbornú školu (22,6 %) alebo univerzitu (13,6 %).

Najčastejšie využívané informačné zdroje

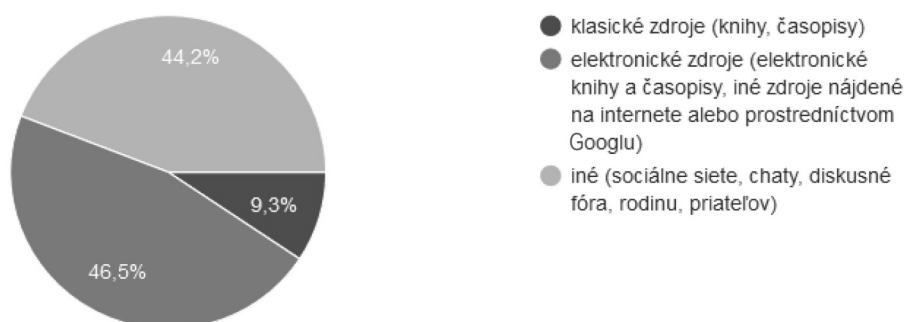
Niektoré otázky v rámci dotazníka boli rozdelené tak, aby bolo možné porovnať formálne a neformálne informačné správanie mladých ľudí pri vyhľadávaní informácií a informačnom správaní v elektronickom prostredí. Rozdielne výsledky priniesla už prvá časť dotazníka, ktorá mala za cieľ zistiť preferencie respondentov pri vyhľadávaní informácií pre študijné účely a pre súkromné účely. Pri vyhľadávaní informácií určených pre uspokojovanie študijných potrieb siahlo po elektronických informačných zdrojoch (elektronické knihy a časopisy a iné zdroje nájdené na internete) takmer 74 % opýtaných. Pri vyhľadávaní informácií určených na súkromné účely a zábavu využívalo tieto zdroje oveľa menšie množstvo respondentov – konkrétne 46,5 % opýtaných. Výrazný rozdiel bol aj vo využívaní alternatívnych zdrojov, ako napr. sociálnych sietí, diskusných fór či osobných kontaktov (rodina a priatelia). Pri vyhľadávaní informácií pre štúdium po alternatívnych zdrojoch siaha len 13,6 % opýtaných,

¹ http://itlib.cvtisr.sk/buxus/docs/59_google%20generacia.pdf

zatiaľ čo pri vyhľadávaní informácií pre súkromné účely a zábavu využíva tieto zdroje viac ako 44 % respondentov. Klasické zdroje ako knihy a časopisy využíva v oboch prípadoch približne zhodné množstvo respondentov (pre štúdium 12,5 % a pre súkromné účely 9,3 % opýtaných). Výsledky sú vizualizované v grafoch 1 a 2.



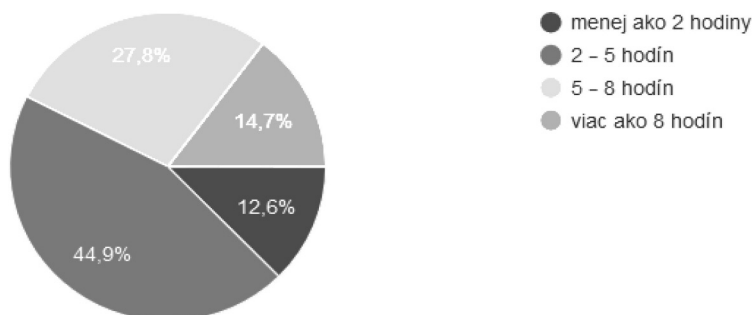
Graf 1 Informačný zdroj využívaný pri vyhľadávaní informácií pre študijné účely



Graf 2 Informačný zdroj využívaný pri vyhľadávaní informácií pre súkromné účely a zábavu

Čas strávený „online“

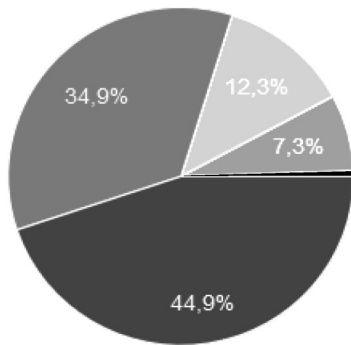
Časť výskumu venovaná zisťovaniu kvantite využívania mobilných zariadení a sociálnych sietí priniesla zistenie, že takmer 45 % respondentov používa počítač či mobilné zariadenia (na prácu, štúdium či zábavu) od 2 do 5 hodín. Takmer 28 % respondentov využíva tieto zariadenia do 8 hodín denne a približne 15% respondentov viac ako 8 hodín denne. Menej ako dve hodiny denne venuje práci na počítači a mobilných zariadeniach len 12,6 % respondentov (graf 3).



Graf 3 Čas strávený prácou/zábavou na počítači alebo mobilných zariadeniach (mobilný telefón, tablet a pod.)

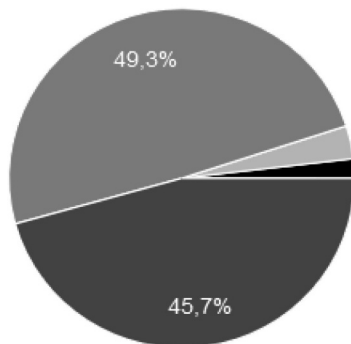
Na niektorej zo sociálnych sietí strávi takmer 45 % respondentov do 2 hodín denne a približne 35 % do 5 hodín. Viac ako 5 hodín denne strávi na sociálnych sieťach 19,6 % opýtaných (12,3 % do 8 hodín a 7,3 % viac ako 8 hodín). Iba dvaja respondenti (0,5 %) uviedli, že nie sú súčasťou žiadnej sociálnej siete (graf 4).

Otázka venovaná využívaniu viacerých zariadení či médií naraz, priniesla prekvapujúce zistenie, že viac ako 45 % opýtaných sa venuje vždy práci či zábave naplno, a teda nevyužívajú žiadne ďalšie médium. Celkovo však nadpolovičná väčšina respondentov používa viacero zariadení naraz. Takmer 50 % pracuje s dvoma zariadeniami, približne 3 % respondentov pracujú s tromi zariadeniami a takmer 2 % opýtaných pracuje s viac ako tromi zariadeniami súčasne. Výsledky sú vizualizované v grafe 5.



- menej ako 2 hodiny
- 2 - 5 hodín
- 5 - 8 hodín
- viac ako 8 hodín
- nie som súčasťou žiadnej sociálnej siete

Graf 4 Čas strávený na niektorej zo sociálnych sietí? (Facebook, G+ a pod.)



- Nie
- áno, používam vždy aspoň dve zariadenia / médiá naraz
- áno, používam vždy aspoň tri zariadenia / médiá naraz
- áno, používam viac ako tri zariadenia / médiá naraz

Graf 5 Používanie viacerých zariadení (PC, mobilný telefón, tablet) alebo iných médií (rádio, TV, hry) naraz

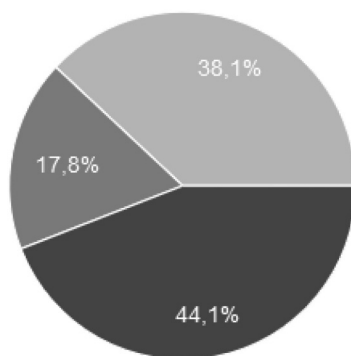
Pri skúmaní emocionálneho prežívania v procese vyhľadávania informácií (graf 6) pociťuje prekvapivo viac ako 44 % opýtaných pozitívne emócie (radosť, pocit víťazstva, nadšenie). Iba 17,8 % respondentov pociťuje emócie, ktoré sa dajú zaradiť medzi negatívne (stres, hnev, frustráciu, únavu). Až 38,1 % opýtaných zvolilo odpoveď „iné“. V odpovediach najčastejšie respondenti uvádzajú, že nepociťujú žiadne emócie alebo len neutrálne. V niektorých prípadoch závisí emočný stav respondentov od druhu hľadaných informácií alebo od aktuálneho stavu respondenta. Príklady odpovedí respondentov, ktorí zvolili možnosť „Iné“, sú nasledovné:

R 6: „Skôr to závisí od typu vyhladanej informácie. V poslednej dobe asi prevažuje hnev a frustrácia z množstva dezinformácií.“

R 17: „Pokiaľ ich vyhľadávam rýchlo, mám z toho radosť, keď strávim ale na internete veľa času naraz, pociťujem skôr frustráciu a únavu.“

R 23: „Priamo závislé od úspechu či neúspechu, často však informáciu dohľadávam v anglickej literatúre.“

R 43: „Záleží od dostupnosti informácií, ktoré vyhľadávam. Je pre mňa stresujúce hľadať niektoré konkrétne informácie, rozlišovať, či sú správne a taktiež hodnovernosť zdrojov.“

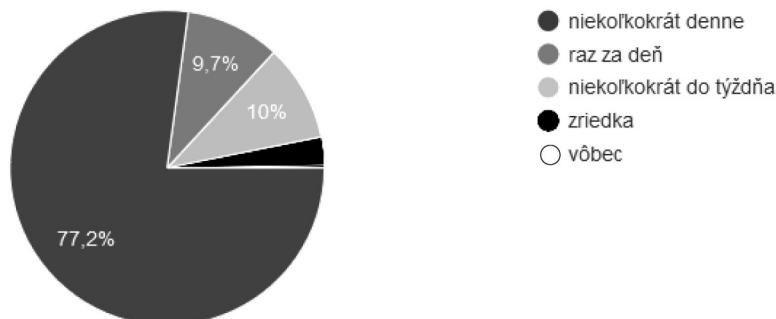


- pociťujem radosť, pocit víťazstva, nadšenie
- pociťujem stres, hnev, frustráciu, únavu
- Iné

Graf 6 Emócie pri vyhľadávaní informácií

Ako obľúbený je Google?

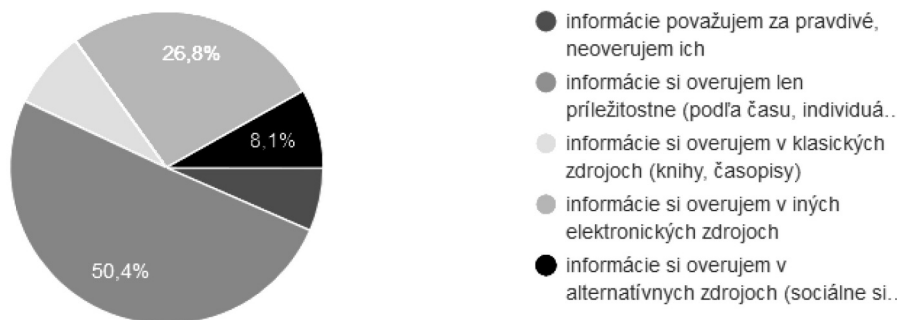
Keďže výskum je zameraný na informačné správanie „Google“ generácie, nechýbala v dotazníku otázka zameraná na zistenie periodicity využívania tohto populárneho vyhľadávacieho nástroja (graf 7). Výsledky priniesli zistenie, že viac ako 77 % respondentov využíva Google niekoľkokrát denne. Takmer 10 % používa Google aspoň raz denne a presne 10 % niekoľkokrát do týždňa. Spolu 11 respondentov (2,9 %) uviedlo, že Google používa zriedka.



Graf 7 Používanie vyhľadávača Google

Sú informácie nájdené na internete pravdivé?

Ďalšia časť výskumu bola zameraná na hodnotenie relevantnosti a pravdivosti informácií nájdených na internete. Sekcia bola rozdelená na dve otázky s cieľom zistiť rozdiely v posudzovaní zdrojov pri formálnom a neformálnom vyhľadávaní, t. j. pri hľadaní informácií pre študijné účely a pre súkromné účely a zábavu (grafy 8 a 9). Výsledky v oboch oblastiach skúmania priniesli približne rovnaké zistenia. V oboch prípadoch overuje viac ako 50 % respondentov informácie len príležitostne (podľa času, individuálnych pocitov či dôveryhodnosti stránky). V prípade informácií pre štúdium je to 50,4 % a v prípade informácií hľadaných vo voľnom čase a pre zábavu je to 51,4 % respondentov. Informácie hľadané pre študijné účely 6,6 % respondentov neoveruje vôbec (považuje ich za pravdivé). V prípade informácií na súkromné účely a zábavu túto možnosť zvolilo takmer dvojnásobné množstvo respondentov – 11,3 %. Mierne odlišné rozdiely boli zaznamenané v odpovediach smerujúcich k miestu, kde respondenti overujú informácie nájdené na internete. V iných elektronických zdrojoch overuje 26,6 % respondentov informácie pre štúdium a 18,6 % respondentov informácie vo voľnom čase. V klasických zdrojoch (knihy, časopisy) overuje približne 8 % respondentov informácie pre štúdium, a viac ako 4 % opýtaných overuje zdroje pre súkromné účely a zábavu. V alternatívnych zdrojoch (sociálne siete, rodina, priatelia, škola) overuje študijné informácie 8,1 % respondentov a 14,4 % respondentov informácie zo súkromného hľadania.



Graf 8 Posudzovanie informácií pre študijné účely



Graf 9 Posudzovanie informácií pre súkromné účely

Čo si myslia mladí ľudia o svojej informačnej gramotnosti?

Otázky vizualizované v grafoch 10 a 11 boli zamerané na samohodnotenie mladých ľudí, výsledky sú preto subjektívnym počtom respondentov a nie reálnym stavom v oblasti informačnej gramotnosti mládeže. Takmer 80 % respondentov si myslí, že vie dobre vyhľadávať potrebné informácie a efektívne ich používať. Len 9,4 % respondentov si myslí opak, nepovažujú svoju informačnú gramotnosť za dostačujúcu. Spolu 11,3 % respondentov uviedlo v odpovedi „Iné“ a z nich vyberáme niekoľko príkladov:

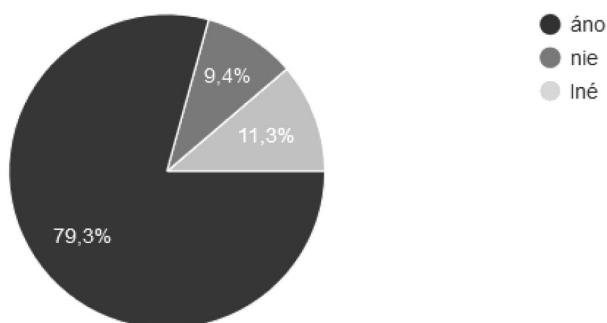
R 61: „ako čo a ako kedy, z dôvodu štúdia v inom jazyku ako slovenčina, tak sa mi občas zlé hľadá kvôli jazyku“

R 180: „záleží na tom, čo vyhľadávam“

R 240: „Občas – hlavne, keď sa v tej téme už predom mierne vyznám.“

R 381: „K niektorým informáciám sa neviem dostať alebo ich pochopiť. Ale to len zriedka.“

Niekoľko respondentov uviedlo, že nevedia na túto otázku odpovedať, ale väčšina posudzuje svoju informačnú gramotnosť s ohľadom na hľadanú tému alebo aktuálnu náladu.



Graf 10 Myslíte si o sebe, že viete dobre vyhľadávať potrebné informácie a efektívne ich používať?

Otázka zisťujúca sebahodnotenie respondentov v oblasti kritického myslenia priniesla zistenie, že až 75,6 % respondentov si myslí, že vie dobre zhodnotiť relevantnosť a dôveryhodnosť nájdených informácií. Spolu 16 % opýtaných si naopak myslí, že nájdené informácie nevie dobre posúdiť. Možnosť „Iné“ zvolilo 8,4 % respondentov. Z týchto odpovedí vyberáme opäť niekoľko príkladov:

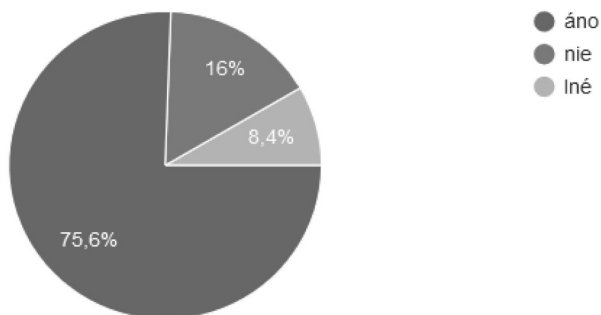
R 5: „Pokiaľ sa v tom vyznám, tak áno. Ak sa nevyznám tak si tým nie som istá.“

R 46: „Len niekedy. Väčšinou podľa typu informácií sa dá dôveryhodnosť zhodnotiť.“

R 363: „ak ide o mne známu vec viem zhodnotiť dôveryhodnosť, ale ak sa jedna o niečo čo nepoznám vyhľadám iné zdroje alebo sa spýtam svojho okolia (rodina, škola, známy).“

R 381: „Som dôverčivá osoba a zároveň nedôverčivá voči internetu. Vždy sa radšej aj opýtam osobne.“

Ostatné odpovede vyjadrujú približne rovnakú myšlienku, v prípade, že hľadajú informáciu v oblasti, v ktorej sa respondenti vyznajú, tak si dôverujú a v prípade, že ide o neznámu oblasť, informácie zhodnotiť nevedia.



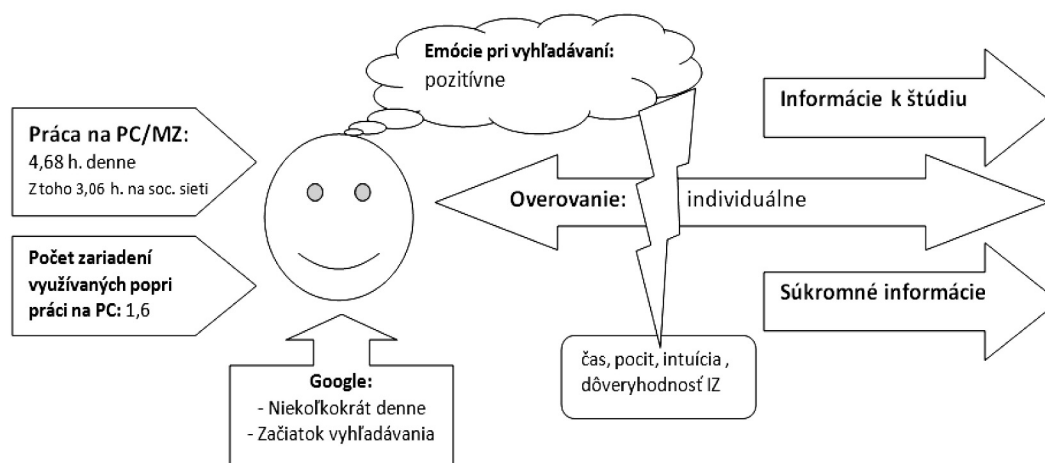
Graf 11 Myslíte si o sebe, že viete dobre zhodnotiť relevantnosť a dôveryhodnosť nájdených informácií?

Model informačného správania „Google“ generácie

Výsledky získané na základe výstupov z jednotlivých fáz výskumu dizertačnej práce boli vizualizované prostredníctvom modelu Informačné správanie „Google“ generácie (obrázok 1). Model naznačuje mieru využívania jednotlivých druhov informačných zdrojov pri uspokojovaní súkromných a školských informačných potrieb. Elektronické informačné zdroje zahŕňajú

elektronické publikácie, časopisy, webové stránky a pod. Klasické informačné zdroje reprezentujú tlačene knihy a časopisy. Alternatívne zdroje (v dotazníku uvádzané ako „iné“) zahŕňajú oblasti sociálnych sietí a osobných kontaktov mladých ľudí. Model znázorňuje, že mladí ľudia overujú zdroje nájdené na internete len príležitostne, a to na základe individuálnych pocitov, intuície, časových možností, prípadne podľa dôveryhodnosti informačného zdroja. Emócie pri vyhľadávaní sú zväčša pozitívne (radosť, pocit víťazstva, nadšenie), sú ovplyvňované úspechom či neúspechom pri hľadaní zdrojov, preto nie je možné ich exaktne definovať. Ako z modelu vyplýva, prácou na počítači alebo mobilných zariadeniach trávi mladý človek v priemere 4,68 hodiny denne. Z toho 3,06 hodiny denne trávi na niektorej sociálnej sieti. Model je doplnený o skutočnosť, že mladý človek používa v priemere 1,6 zariadení či médií naraz. Ide o spriemerovanú hodnotu, nakoľko takmer 46 % respondentov uviedlo, že používajú vždy len jedno zariadenie. Model zároveň poukazuje na fakt, že mladí ľudia využívajú vyhľadávací nástroj Google niekoľkokrát denne, jednak na uspokojovanie súkromných informačných potrieb, ako aj pri vyhľadávaní informačných zdrojov určených pre štúdium. Vyhľadávací nástroj Google predstavuje prvé miesto, kde mladí ľudia začínajú výskumný či vyhľadávací proces.

Hoci nebolo možné do modelu premietnuť všetky poznatky získané vďaka realizácii výskumných metód, a to najmä z dôvodu ich rôznorodosti a širokého spektra skúmaných oblastí, dá sa povedať, že model predstavuje všetky základné oblasti a fázy informačného správania mladého človeka. Potvrdilo sa, že označenie „Google“ generácia má pre skúmanú skupinu mladých ľudí ešte stále zmysel a potvrdila sa jeho aktuálnosť.



Obrázok 1 Model informačného správania „Google“ generácie

Záver

Informačné správanie mladých ľudí v elektronickom prostredí, ich informačná gramotnosť, komunikovanie a používanie jazyka a znakových systémov – to sú len niektoré oblasti života mladých ľudí, ktoré sa zásadne menia a ktoré možno pokladať za problematické. Výrazné zmeny nastávajú pri vyhľadávaní informácií súvisiacich so štúdiom i súkromnými záujmami. Prieskumom sa zistilo, že väčšina mladých ľudí siahne najprv po niektorom z populárnych vyhľadávacích nástrojov, a až v neskorších fázach sa zameriavajú na formálnejšie zdroje (skriptá, knižnice a pod.). Pri vyhľadávaní informácií sú mladí ľudia nestáli, uprednostňujú rýchle a jednoduché riešenia a strácajú schopnosť kritického posudzovania nájdených informačných zdrojov. Často sa pri posudzovaní dôveryhodnosti nájdených zdrojov spoliehajú na svoju intuíciu, ktorá nemusí byť správna.

Realizovaný prieskum bol skoncipovaný tak, aby použité metódy priniesli čo najpresnejší obraz o súčasnom stave informačného správania „Google“ generácie. Súčasťou výskumných metód bol elektronický dotazník, rozhovor i pozorovanie. Dáta získané prostredníctvom výskumu sa analyzovali a interpretovali vo forme grafov a percentuálnym vyjadrením hodnôt. V prípade niektorých častí výskumu bolo uprednostnené priame citovanie výrokov respondentov, aby sa tak zachovala informačná hodnota ich vyjadrení. Výsledky výskumu sa následne zhodnotili a vizualizovali vo forme vytvoreného modelu informačného správania „Google“ generácie. Model odráža a sumarizuje zväčša priemerné hodnoty, ktoré boli výstupom jednotlivých fáz výskumu.

Problematika informačného správania „Google“ generácie je natoľko široká, interdisciplinárna a rýchlo sa mení, že nie je možné ju komplexne spracovať v rámci jednej práce. Otvára sa tu teda možnosť na realizáciu série výskumov zameraných na rôzne oblasti informačného správania mladých ľudí, a taktiež prináša výzvy pre univerzity, akademické i školské knižnice, vývojárov a celkovo pre informačnú spoločnosť, ktorá, ak sa chce efektívne rozvíjať, musí venovať pozornosť aj odstraňovaniu negatívnych dôsledkov svojho rozvoja.

Použitá literatúra

STANOVÁ, P. 2017. *Informačné správanie „Google“ generácie*. [online]. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave [cit. 2018-02-30]. Dostupné na: //opac.crzp.sk/?fn=detailBiblioForm&sid=C7FB5A0F39169367AE5737B2F1E0

Mgr. Patrícia Stanová, PhD.

patricia.stanova@cvtisr.sk

(Centrum vedecko-technických informácií SR)