



1 Úvod

Google generácia je pojem, ktorý sa rozšíril zároveň so sprístupňovaním internetu a jeho služieb širokej verejnosti. Zrodila sa nová generácia mladých ľudí a nech už ich označíme akokoľvek, ich hlavnou črtou je to, že najnovšie technológie a služby, ktoré so sebou prináša dnešná doba sú súčasťou ich života prakticky od narodenia. Informačné správanie tejto skupiny ľudí je špecifické, a tak ako sa neustále vyvíja prostredie internetu a s ním spojené technológie, tak sa neustále vyvíja aj informačné správanie Google generácie.

Pojem informačné správanie Google generácie je priamo naviazaný na množstvo súvisiacich termínov. Ako úvod do problematiky si charakterizujeme vybrané základné pojmy, ktorými sú Informačné správanie, Vyhľadávanie informácií, Informačné zázemie a Informačná gramotnosť, ktorá do značnej miery ovplyvňuje práve informačné správanie mladých ľudí v elektronickom prostredí. V neposlednej rade je charakterizovaný aj pojem Google generácia a následne je predstavená metodológia výskumu informačného správania Google generácie a výsledky realizovaného predvýskumu na rovnakú tému.

Informačné správanie môžeme chápať rôzne. „V širšom zmysle ho charakterizujeme ako správanie človeka, systému či organizmu vo vzťahu k informačným zdrojom a informáciám. Tu sa informačné správanie stáva súčasťou reakcie systému, organizmu alebo človeka na podnet. V užšom zmysle slova hovoríme o informačnom správaní človeka pri vyhľadávaní informácií. Obsahuje interakciu človeka s informačnými zdrojmi a systémami ako na fyzickej úrovni, znamenajúcej styk človeka s technológiou a dokumentmi, tak aj na úrovni kognitívnej, predstavujúcej intelektuálny prístup k informačným zdrojom. Informačné správanie človeka pri vyhľadávaní a využívaní informácií je súčasťou interakcie človeka a informácií“ (Steinerová, 2005). Vo všeobecnosti teda možno povedať, že informačné správanie je interakcia človeka s informačnými zdrojmi. Informačné správanie obvykle prebieha v informačnom prostredí, v závislosti od spôsobu chápania tohto pojmu.

Vyhľadávanie informácií patrí medzi najčastejší druh informačného správania. Podľa Čabrunovej (1998) je to „súbor metód a operácií, výsledkom ktorých je výber informácií z informačnej pamäti podľa zadaných príkazov“. Vníma ho teda, ako skupinu úkonov, ktoré predchádzajú vyhľadaniu a extrahovaniu informácie z bázy dát určitých poznatkov.

Výstižnejšia a presnejšia definícia je však, že „*vyhľadávanie informácií je súčasťou aktívneho informačného správania človeka. Je to proces získavania informácií prostredníctvom informačných zdrojov a zároveň interakcia človeka s informačným prostredím. Najvýraznejšie sa v súčasnosti vyhľadávanie prejavuje pri využívaní internetu. Tu sa každodenné vyhľadávanie prostredníctvom webových vyhľadávačov rozšírilo medzi bežných laikov*“ (Steinerová, 2010). Vyhľadávanie informácií v elektronickom prostredí má svoje špecifiká a najlepšie ho demonštruje napr. Batesovej model „Berry picking“, resp. zber lesných plodov. „*V internete a pri plnotextovom vyhľadávaní získavame často množstvo výsledkov, ktoré sú nadbytočné. Pri konštrukcii významu sa tu preto na ceste vyhľadávania môže objaviť aj veľa slepých uličiek*“ (Steinerová, 2010). Model „Berry picking“ prezentuje myšlienku, že cesta vyhľadávania v elektronickom prostredí nie je priamočiara, ale mení sa pod vplyvom nových informácií. Ide o akési postupné objavovanie a hľadanie cesty k požadovanej informácii. Vyhľadávanie informácií je ovplyvňované rôznymi faktormi ako emócie, posudzovanie relevancie, správne formulovanie dotazu a pod. Samotný proces vyhľadávania možno deliť na rôzne etapy. Kuhlthauovej model informačného prieskumového procesu napríklad naznačuje, „*že ľudia hľadajú informácie rôzne v rôznych štádiách procesu vyhľadávania. V každom štádiu sú určené pocity, myšlienky, aktivity a vhodné úlohy*“ (Steinerová, 2010). V súvislosti s výskumami informačného správania sa odborníci často zaoberajú aj konštruktivizmom, ktorý je založený na tvrdení, že vedomosti sú konštruované jedincom samotným a nie sú len pasívne prijímané z prostredia. Pri získavaní vedomostí je každý ovplyvnený sociálnym zázemím, individuálnym vnímaním a zvyklosťami.

Za zmienku stojí Dervinova koncepcia vytvárania zmyslu „*sense making*“, ktorá vychádza z konštruktivizmu, situačného prístupu a holizmu. Vysvetľuje, ako človek v konkrétnej situácii (história, skúsenosť, horizont minulosti/prítomnosti) prostredníctvom vytvárania zmyslu premoštuje priepasť (medzeru) a získava výstupy v časovo-priestorovom rámci (Grešková, 2006).

Z teórie informačného správania sa prirodzene vyvinula problematika **informačného zázemia**. Nesnaží sa však tento pojem nahradiť, ale koexistovať s ním. Nastupuje vtedy, keď nám už nestačí vedieť to, ako používateľ informácie vyhľadáva, ale potrebujeme poznať jeho zvyky a miesta, z ktorých čerpá informácie najčastejšie, či už zámerne alebo nevedome. Problematiku informačného zázemia identifikovala Fisherová po prvýkrát v roku 1998 na základe výskumu k svojej nepublikovanej dizertačnej práci, v ktorej sa venovala zdieľaniu každodenných informácií medzi zdravotnými sestrami a staršími ľuďmi v komunitnej klinike v Kanade.

Informačné zázemie definuje Fisherová ako „*synergické prostredie tvorené dočasne, keď sa ľudia stretávajú z určitého dôvodu, ale z ktorých správania sa vytvára spoločenská atmosféra, ktorá podporuje spontánne a náhodné, ale vítané zdieľanie informácií*“ (Fisher, 2007). Informačným zázemím sa tak stáva každé miesto, kam príde človek a informačne sa správa.

Teória informačného zázemia je akousi nadstavbou informačného správania. Porozumieť súvislosti medzi týmito dvoma pojmami pomôže nasledujúci prehľad niekoľkých modelov informačného správania, ktoré tvoria základ informačného zázemia.

Podľa Batesovej (2002) pozostáva veľká časť informačného správania ľudí z prijímania a využívania informácií, ktoré sa k nim dostanú počas každodenného života, a nielen vtedy, keď aktívne vyhľadávajú informácie. V nadväznosti na túto myšlienku možno povedať, že odborná verejnosť čoraz viac sústreďuje výskumy na každodenné (aj náhodné) informačné správanie ako na odborné a zámerné vyhľadávanie informácií.

Každodenné vyhľadávanie informácií (*Everyday Life Information Seeking – ELIS*) definuje Savolainen (1995) ako „*získavanie rôznych informačných (kognitívnych aj expresívnych) prvkov, využívaných pre orientáciu v bežnom živote, alebo pre riešenie problémov, ktoré nie sú priamo spojené s pracovnou činnosťou*“ a chápe ho ako „*prirodzenú súčasť každodenných činností*“. Savolainenov model ELIS môžeme pokladať za základný kameň Fisherovej teórie informačného zázemia, pretože sa najviac približuje myšlienke nezámerného delenia sa o informácie.

Informačné správanie mladých ľudí do značnej miery ovplyvňuje ich **informačná gramotnosť** a s ňou súvisiace informačné kompetencie. „*Informačná gramotnosť je tvorená súborom schopností rozpoznáť, kedy je informácia potrebná, vedieť vyhľadať, vyhodnocovať a efektívne používať potrebné informácie*“ (ALA, 2000). Podľa Dombrovskej (2004) pojem informačná gramotnosť prvýkrát použil v roku 1974 Paul Zurkowski (prezident Information Industry Association), ktorý tvrdil, že informačne gramotní ľudia sú pripravení používať informačné zdroje pri práci. Informačne gramotní ľudia dokážu pri riešení problémov využívať širokú škálu techník a informačných nástrojov rovnako ako primárne zdroje.

Napriek tomu, že Google generácia je označovaná za generáciu „digitálnych domorodcov“ a vo využívaní moderných technológií je veľmi zručná, ich informačná gramotnosť je na pomerne nízkej úrovni. Podľa Steinerovej (2010) majú mladí ľudia problémy najmä s pochopením vlastných informačných potrieb, vytváraním informačných stratégií, hodnotením informácií z hľadiska relevancie a dôveryhodnosti a nedostatok hlbších informácií o fungovaní internetu.

Pojem **Google generácia** sa podľa štúdie *The „Google“ generation: the information behaviour of the researcher of the future* dá opísať ako populárna fráza, odkazujúca na generáciu mladých ľudí narodených po roku 1993, ktorí vyrastali vo svete, kde dominuje internet. Dalším vysvetlením tohto pojmu je, že ide o krátku formu definície generácie, ktorá pri získavaní znalostí používa ako odrazový mostík internet a vyhľadávacie nástroje, z ktorých najpopulárnejší je práve vyhľadávač Google a je opakom staršej generácie, ktorá znalosti čerpá prevažne z kníh a klasických knižníc (Rowlands, Nicholas, Williams, 2008). Pri skúmaní tohto pojmu, však vychádzajú na povrch rôzne možnosti v kategorizácii členov tejto sociálnej skupiny a ich charakteristiky. Je možné členiť ich podľa roku narodenia, sociálneho prostredia a zázemia, stupňa informačnej a technologickej gramotnosti a veku, kedy začali používať internet a vyhľadávacie nástroje. V rôznych štúdiách a výskumoch sa používajú rozličné názvy pre túto generáciu mladých ľudí. Ako príklad možno uviesť označenia Generácia Z, Generácia M (multitasking),

Generácia C (connected generation), iGenerácia a podobne. Výskum informačného správania Google generácie, ktorý plánujeme realizovať, by mal priniesť výsledky, ktoré budú použiteľné pri zlepšovaní využívania informácií mladou generáciou, ktorá je, ako žiadna pred ňou, charakteristická využívaním internetu ako hlavného a často jediného zdroja informácií, povrchným skúmaním informačných zdrojov a častým preskakovaním medzi jednotlivými online dokumentmi. Pohodlie, rýchlosť, nedostatok kritického myslenia, intenzívne využívanie neformálneho informačného zázemia a mediálny multitasking je pre mládež súčasnosti veľmi charakteristický.

2 Metodológia výskumu informačného správania Google generácie

Cieľom výskumu realizovaného v rámci dizertačnej práce bude zistiť, ako sa informačne správa Google generácia na Slovensku, s dôrazom na jej správanie v elektronickom prostredí a pri vyhľadávaní informácií. Pred realizáciou samotného výskumu sme sa rozhodli realizovať predvýskum. Ciele predvýskumu sú zhodné s cieľmi plánovaného výskumu. Predvýskum bol realizovaný formou dotazníkov, ktoré boli distribuované vybraným študentom stredných škôl, ktorí sa zúčastnili na prednáške z cyklu Bratislavská vedecká cukráreň v Centre vedecko-technických informácií SR. Zo 60 distribuovaných dotazníkov sa vrátilo 52. Na základe analýzy teoretických podkladov v súvislosti s témou Informačné správanie Google generácie a na základe predchádzajúcich skúseností sme si stanovili štyri výskumné okruhy otázok.

„Mladí ľudia trávajú viac ako 5 hodín denne prácou na počítači, pričom väčšina z nich používa súčasne aj iné médium/zariadenie“.

„Mladí ľudia využívajú pri práci i súkromných aktivitách vždy viacero médií/zariadení naraz, pričom majú pocit, že to má na nich skôr pozitívny ako negatívny vplyv“.

„Mladí ľudia využívajú vyhľadávací nástroj Google ako prvý odrazový mostík k získaniu požadovaných informácií a využívajú ho rovnako na získavanie súkromných i študijných informácií“.

„Študenti necítia potrebu overiť si fakty nájdené prostredníctvom Google v tradičných informačných zdrojoch a nevedia kriticky posúdiť dôveryhodnosť informácií získaných prostredníctvom vyhľadávača Google“.

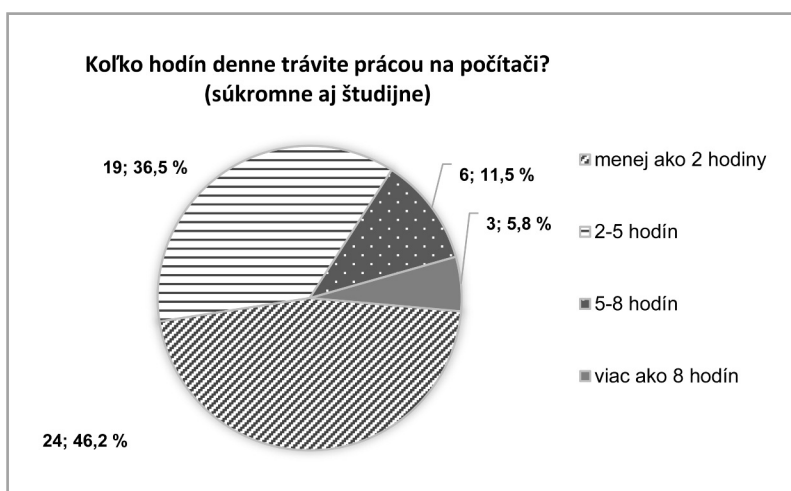
Z výskumných otázok sme odvodili premenné, ktorými boli:

- čas, ktorý strávia mladí ľudia denne prácou na počítači,
- využívanie ďalších médií/zariadení súčasne s prácou na počítači,
- emócie, ktoré pociťujú mladí ľudia pri využívaní viacerých médií/zariadení súčasne,
- preferencie vo využívaní vyhľadávača Google pri vypracovávaní školských prác,
- preferencie vo využívaní vyhľadávača Google pri hľadaní súkromných informácií,
- posudzovanie relevancie zdrojov pri vyhľadávaní prostredníctvom Google,
- overovanie si zdrojov nájdených prostredníctvom Google.

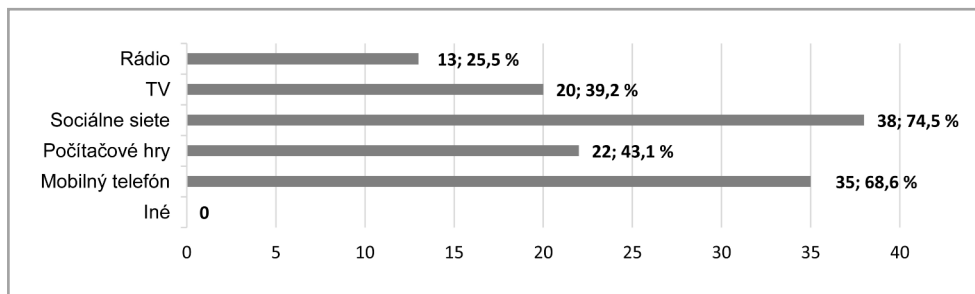
3 Výsledky predvýskumu

Predvýskum priniesol výsledky v podobe potvrdenia resp. nepotvrdenia výskumných otázok 1 až 4. Respondenti boli vo veku 15 – 18 rokov a 80 % tvorili muži.

Výsledky predvýskumu ukázali, že napriek očakávaniam len 17 % respondentov trávi prácou na počítači viac ako 5 hodín. Výsledok prieskumu môže byť však ovplyvnený formuláciou otázky, vzhľadom na to, že dnes už veľa mladých ľudí používa na prácu tablety a inteligentné telefóny.



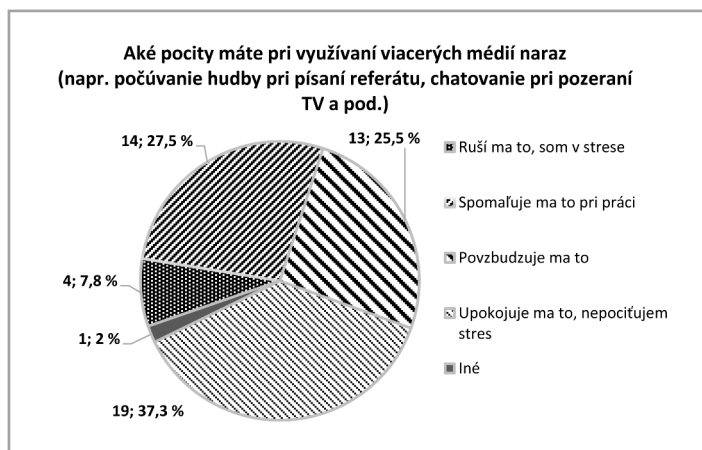
Graf 1 Koľko hodín trávajú mladí ľudia prácou na počítači



Graf 2 Využívanie iných médií pri práci na počítači

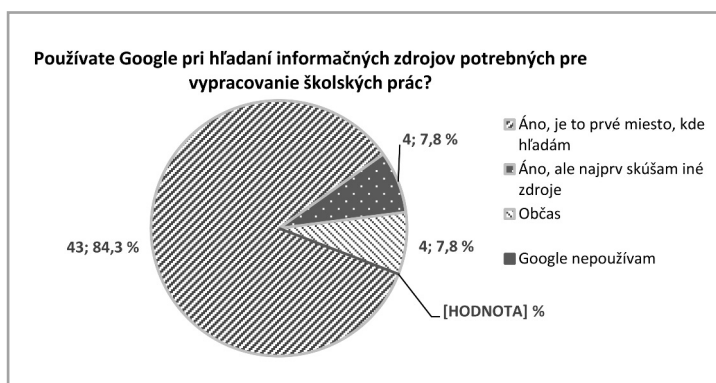
Z grafu č. 2 vyplýva, že mladí ľudia pri práci na počítači používajú vždy aj iné médium/zariadenie. V priemere každý respondent používa 2,5 média/zariadenia. Najčastejšie sú to sociálne siete a mobilný telefón. Na základe predošlých dvoch otázok možno povedať, že Výskumná otázka č. 1 „Mladí ľudia trávajú viac ako 5 hodín denne pracou na počítači, pričom väčšina z nich používa súčasne aj iné zariadenie/médium“ sa nepotvrdila. Hoci každý z nich využíva pri práci na počítači dve ďalšie zariadenia/médiá, v priemere s ním pracujú menej ako 5 hodín. 46 % opýtaných dokonca menej ako dve hodiny.

V súvislosti s pocitmi pri využívaní iných zariadení/médií pri práci s počítačom 35 % respondentov pociťuje negatívne emócie (ruší ma to, som v strese; spomaľuje ma to pri práci). Pozitívne emócie (povzbudzuje ma to, upokojuje ma to, nepociťujem stres) má takmer 63 % respondentov. Z toho vyplýva, že Výskumná otázka č. 2 „Mladí ľudia využívajú pri práci i súkromných aktivitách vždy viacero zariadení/médií naraz, pričom majú pocit, že to má na nich skôr pozitívny ako negatívny vplyv“ sa potvrdila.

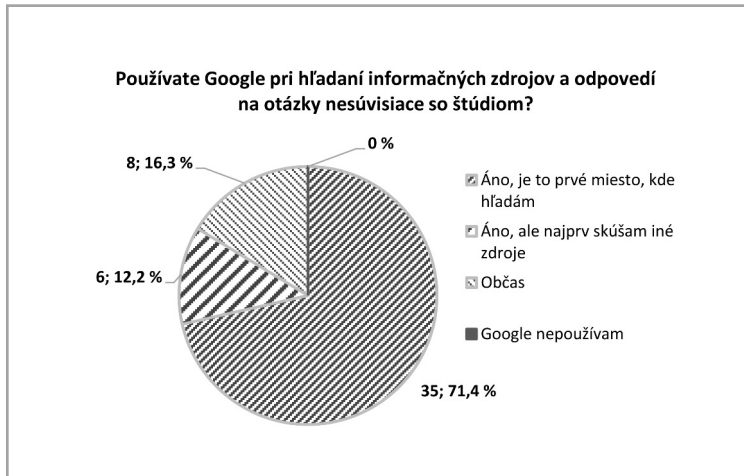


Graf 3 Emócie pri využívaní viacerých médií naraz

Výskumná otázka č. 3 „Mladí ľudia využívajú vyhľadávací nástroj Google ako prvé odrazové mostík k získaniu požadovaných informácií a využívajú ho rovnako na získavanie súkromných i študijných informácií“ sa potvrdila. Až 84 % respondentov uviedlo, že vyhľadávač Google je prvé miesto, kde hľadajú, ak potrebujú zdroje pre vypracovanie školských prác. 71 % opýtaných tiež uviedlo, že vyhľadávač Google je prvé miesto, kde hľadajú odpovede na otázky nesúvisiace so štúdiom.



Graf 4 Využívanie Google v súvislosti so štúdiom

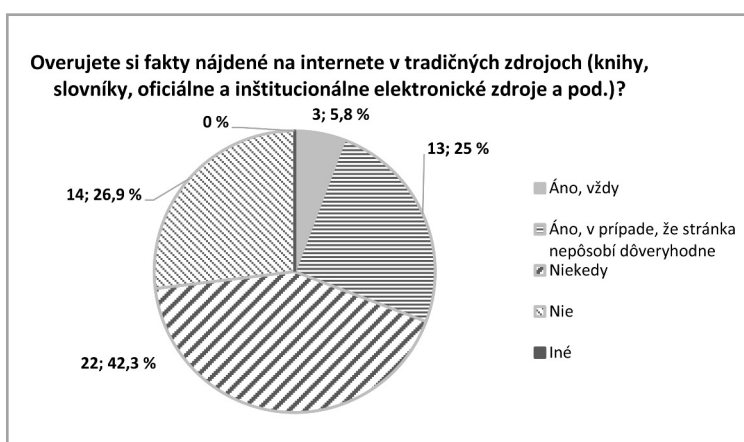


Graf 5 Využívanie Google pri súkromných aktivitách

Výskumná otázka č. 4 „Študenti necítia potrebu overiť si fakty nájdené prostredníctvom Google v tradičných informačných zdrojoch a nevedia kriticky posúdiť dôveryhodnosť informácií získaných prostredníctvom vyhľadávača Google“ sa nepotvrdila. Iba 14 % respondentov vždy verí v pravdivosť informácií nájdených prostredníctvom Google. Väčšina opýtaných pristupuje k hodnoteniu dôveryhodnosti individuálne a na základe tohto subjektívneho posúdenia si fakty overuje v tradičných zdrojoch.



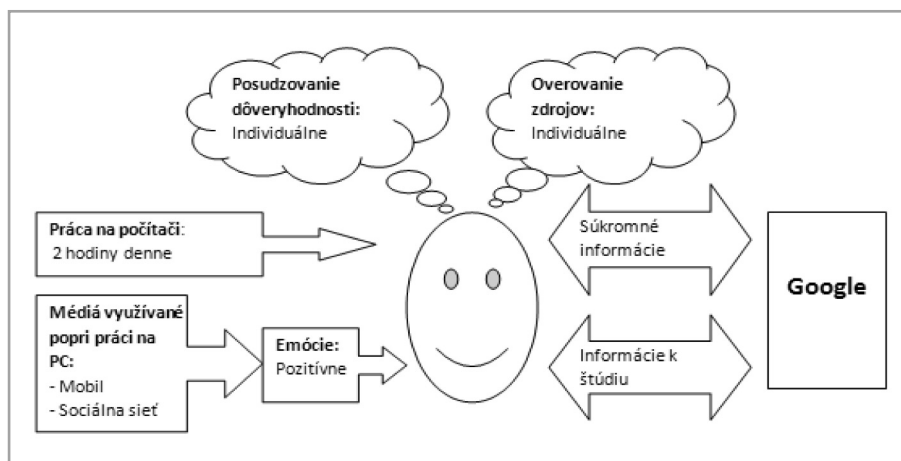
Graf 6 Dôvera v pravdivosť nájdených informácií



Graf 7 Overovanie nájdených informácií

Výsledky predvýskumu, ako aj spôsob jeho distribúcie nás ovplyvní v realizácii ďalšieho výskumu k téme Informačné správanie Google generácie. Na základe danej skúsenosti budú upravené a doplnené otázky v dotazníku a ostatné výskumné metódy budú pripravené tak, aby doplnili informácie, ktoré sa z dotazníka získať nedajú.

Výsledky predvýskumu sme spracovali do modelu informačného správania Google generácie (obr.1). Model budeme overovať a upravovať podľa výsledkov ďalšieho plánovaného výskumu. V súčasnej podobe predstavuje model priemerného účastníka predvýskumu, ktorý prácou na počítači strávi v priemere 2 hodiny denne, používa dve ďalšie zariadenia/médiá, spravida mobilný telefón a sociálnu sieť. Všetky informácie (študijné i súkromné) hľadá najprv prostredníctvom vyhľadávača Google a dôveryhodnosť a prípadné overovanie zdrojov rieši individuálne.



Obr. 1 Informačné správanie Google generácie

4 Záver

Informačné správanie mladých ľudí v elektronickom prostredí, ich informačná gramotnosť, komunikácia a používanie jazyka a znakových systémov – to sú len niektoré oblasti života mladých ľudí, ktoré sa rýchlo menia a ktoré možno považovať za problematické. Takisto výrazné zmeny nastávajú pri vyhľadávaní informácií súvisiacich so štúdiom. Väčšina mladých ľudí siahne najprv po niektorom z populárnych vyhľadávacích nástrojov alebo Wikipédii, a až v neskorších fázach sa zamerajú 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.

Pre informačnú prax z tejto situácie vyplýva najmä potreba zmeniť prístup knižníc k verejnosti a intenzívnejšia snaha prispôbiť sa potrebám mladých ľudí. Napriek tomu, že knižnice sa snažia investovať do elektronických databáz a online informačných zdrojov, táto snaha sa často miňa účinkom. Množstvo databáz, a ich rôznorodé zameranie sťažuje prácu pri vyhľadávaní informácií a často po nájdení relevantnej informácie prichádza sklamanie, ak sa v databáze nenachádza úplný text. Bolo by vhodné vytvoriť vyhľadávací nástroj typu Google, s prístupom do všetkých databáz a úplných textov. Ďalším námetom pre odbornú verejnosť je zavedenie nových vyučovacích metód so zameraním na podporu kritického myslenia, na tvorbu textov vo formálnom aj neformálnom prostredí a podpora rozšírenia prediktívnych klávesníc v mobilných zariadeniach.

Ďalšie fázy výskumu by nám mali objasniť problematiku informačného správania Google generácie v hlbších kontextoch, a tak nám pomôžu nielen pri zostavovaní modelu informačného správania mladých ľudí v elektronickom prostredí, ale najmä nám pomôžu sformulovať odporúčania pre prax, ktoré by mohli zlepšiť súčasnú situáciu.

Zoznam bibliografických odkazov

BATES, M. J., 2002. Towards an integrated model of information seeking and searching. In: *New Review of Information Behaviour Research*, 3, 1-15. Dostupné aj na internete: http://www.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/info_SeekSearch-i-030329.html

ČABRUNOVÁ, A., 1998. Vyhľadávanie informácií. In: KATUŠČÁK, D., zost. *Informačná výchova*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1998, s.350. ISBN 80-08-02818-1.

DOMBOROVSKÁ, M. et al., 2004. Informační gramotnost – teorie a praxe v ČR. In: *Online Národní knihovna ČR*. [online]. Roč.15, č.1, s. 7-18 [cit. 2015-06-08]. Dostupné na: <http://full.nkp.cz/nkkr/pdf/0401/0401007.pdf>

FISHER, K. a C. LANDR., 2007. *Social spaces, casual interactions, meaningful exchanges: 'information ground' characteristics based on the college student experience* [online]. Washington: University of Washington [cit. 2015-03-20]. Dostupné na: <http://informationr.net/ir/12-2/paper291.html>

GREŠKOVÁ, M., 2006. *Kognitívna paradigma informačnej vedy* [online]. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave [cit. 2013-05-05]. Dostupné na: ftp://math.chft.stuba.sk/pub/vlado/CogSci_AL_Trest/Greskova.pdf

ROWLANDS, I. et al., 2008. *The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future*. In *Aslib Proceedings* [online], 60. 4 [cit. 2012-05-13]. Dostupné na: http://late-dpedago.urv.cat/site_media/papers/425.pdf. ISSN: 0001-253X

SAVOLAINEN, R., 1995. Everyday Life Information Seeking: Approaching Information Seeking in the Context of „Way of Life“. In: *Library & Information Science Research* 17. S. 1995.

STEINEROVÁ, J., 2005. *Informačné správanie: Pohľady informačnej vedy*. Bratislava: Centrum vedecko-technických informácií SR. ISBN 80-85165-90-2.

STEINEROVÁ, J., M. GREŠKOVÁ a J. ILAVSKÁ, 2010. *Informačné stratégie v elektronickom prostredí*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave. ISBN 978-80-223-2848-7.

The Information Literacy Competency Standards for Higher Education [online], 2000. American Library Association [cit. 2015-04-10]. Dostupné na: <http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/standards/standards.pdf>

Mgr. Patrícia Stanová

patricia.stanova@cvtisr.sk ■

(Centrum vedecko-technických informácií SR)

INFOS 2017

39. medzinárodné informatické sympózium

25. – 28. 4 2017

Kongresové centrum SAV – Academia,
Stará Lesná, Vysoké Tatry

INFORUM 2017

23. ročník konferencie o profesionálnych informačných zdrojoch

30. – 31. 5. 2017

Vysoká škola ekonomická,
Praha – Česká republika