

Jak vyhledávat informace?

Když už víme, kde hledat, je otázkou, jak při vyhledávání postupovat. Tento modul bude rozdělený na dvě části – první se zaměří obecně na otázku ‘jak vyhledávat’, druhá vás provede **tipy a triky na práci s Google**, jako s asi nejčastěji používaným vyhledávačem.

Vyhledávání **není většinou činností s jasnou posloupností**. Jen málokdo na první vyhledávací dotaz najde to, co skutečně potřebuje. Spíše to vypadá tak, že vyhledávání má charakter určitého opakujícího se cyklu, ve kterém někde začneme a podle toho, co nám zobrazí výsledky vyhledávání, postupujeme dále. Výsledek se dá částečně odhadnout, ale jistí si nemůžete být nikdy. Současně platí, že se vám bude tím lépe hledat, čím více danému tématu rozumíte. Studenti mají často pocit, že k danému tématu žádné informace neexistují, ale přitom jejich jediný problém je, že neví, jak se zeptat.

Obecně se mluví o třech možných postupech:

1. Vyhledávací dotaz zadáte hodně obecně a podle toho, co se vám zobrazuje, postupně upřesňujete, co hledáte. V současném internetu jde o nejčastější postup.
2. Vyhledávací dotaz se snažíte zadat co možná nejkonkrétněji a pokud nenajdete to, co potřebujete, postupně dotaz rozšiřujete. Tento postup se hodně používá třeba při hledání odborných zdrojů v databázích.
3. Zkoušíte vyhledávat i dílčí drobnosti (tak jako Hercule Poirot v detektivkách) a spojujete si dohromady výsledné zdroje nebo informace. Vyhledávání informací k nějakému tématu se dá vždy rozdělit na nějaké menší dílky.

Těmto postupům se říká rešeršní strategie a ve skutečnosti se různě mísí a upravují. To, jak prakticky vyhledáváme, je většinou složitější a pestřejší než přímočarý postup.

Už vícekrát jsme zde použili slovní obrat „**vyhledávací dotaz**“. Co to vlastně znamená? Vyhledávače obvykle **nepracují s konceptem přirozeného jazyka**, takže se jich můžete jen omezeně ptát běžnou větou, jako je „Co si o volném výběru v knihovnách myslí lidé ve Švédsku?“, ale musíte pracovat s něčím, co se označuje jako **klíčová slova**. Většinou jde o podstatná jména nebo ustálená spojení, která vám umožní strukturovat dotaz. Z naší otázky,

tedy z něčeho, co nás skutečně zajímá, bychom tedy získali klíčová slova: „volný výběr“, „knihovna“, „Švédsko“, případně „veřejné mínění“. Klíčová slova většinou nejsou citoslovce, předložky či spojky (což jsou mimochodem slova, která se vyhledávají asi nejobtížněji). Vyhledávací dotaz pak můžete různě rozšiřovat – třeba tak, že si ho přeložíte do angličtiny, protože o takovém tématu se v češtině skutečně moc nepíše. Můžete se pak rozhodnout, zda ve vyhledávacím dotazu necháte obě varianty slov nebo jen tu, kterou zrovna zkoušíte. Velice užitečné je také zkoušet různé varianty slov nebo synonyma. Většinou se klíčová slova udávají v prvním pádu nebo v případě sloves v infinitivu.

Klíčová slova jsou pro úspěch ve vyhledávání důležitá. Pokud totiž něco nemůžete najít, s velkou pravděpodobností je to proto, že máte špatná klíčová slova. Výsledky, které se vám vracejí, jsou pak často dobrým obrazem toho, které ze slov máte špatně a jak s takovým dotazem tedy vlastně musíte pracovat.

Pokročilé vyhledávání na Google

Google je nesporně nejpoužívanější internetový vyhledávač, a tak se hodí mít k dispozici více informací o tom, co všechno – a případně také jak – lze jeho prostřednictvím nalézt. Nebudeme se snažit o úplný výčet nebo vyčerpávající popis toho, jak byste měli co vyhledávat, ale spíše se zaměříme na oblasti či funkce, které se pro vyhledávání určitě hodí, a přitom nepatří mezi zcela banální.

Ukázka rozšířeného vyhledávání. Zdroj: [Google.com](https://www.google.com) Autor screenshotu: [KISK](https://www.kisk.cz).

Vyhledávací políčko nabízí spoustu možností, jak s vyhledáváním pracovat. Asi nejčastěji se užívají **uvozovky**. Pokud na Google při běžném vyhledávání zadáte například sousloví informační věda, Google postupuje tak, že najde všechny dokumenty, ve kterých se tato dvě slova kdekoli vyskytnou. Když ale frázi dáte do uvozovek, hledáte jen speciální pojem „informační věda“. Pro mnoho výrazů jsou právě fráze nebo ustálená spojení nesmírně důležitá a práce s uvozovkami může být v tomto ohledu velice užitečná.

Jestliže máte pocit, že se do výsledků plete něco, co do nich nepatří, není nic jednoduššího než tento pojem vytěsnit. Můžete postupovat buď tak, že máte k dispozici nějaké konkrétní slovo, nebo se můžete snažit filtrovat kontext. Představte si, že hledáte zdroje k tématu animace ve smyslu specifické práce se vzdělávací aktivitou. Pak bude dobré se zbavit výsledků, které budou obsahovat pojem film, což uděláte takto: animace –film. U kontextu by bylo možné například zbavit se výsledků se slovy –herec, –pixar či –režisér. Toto řešení může být výhodné například tehdy, když se pojem animace a film mohou částečně překrývat, ale vy nechcete animovaný film. **Minus** je tedy ta pravá značka pro vás.

Už vzácněji se užívá operátor **OR**, který slouží k hledání alespoň jedné z varianty pojmů (tedy například vrtulník OR helikoptéra), případně je možné užít závorky pro složité vyhledávací výrazy: umělá (intelligence OR mysl) vrátí umělá intelligence nebo umělá mysl. Pozor – OR je třeba psát velkými písmeny.

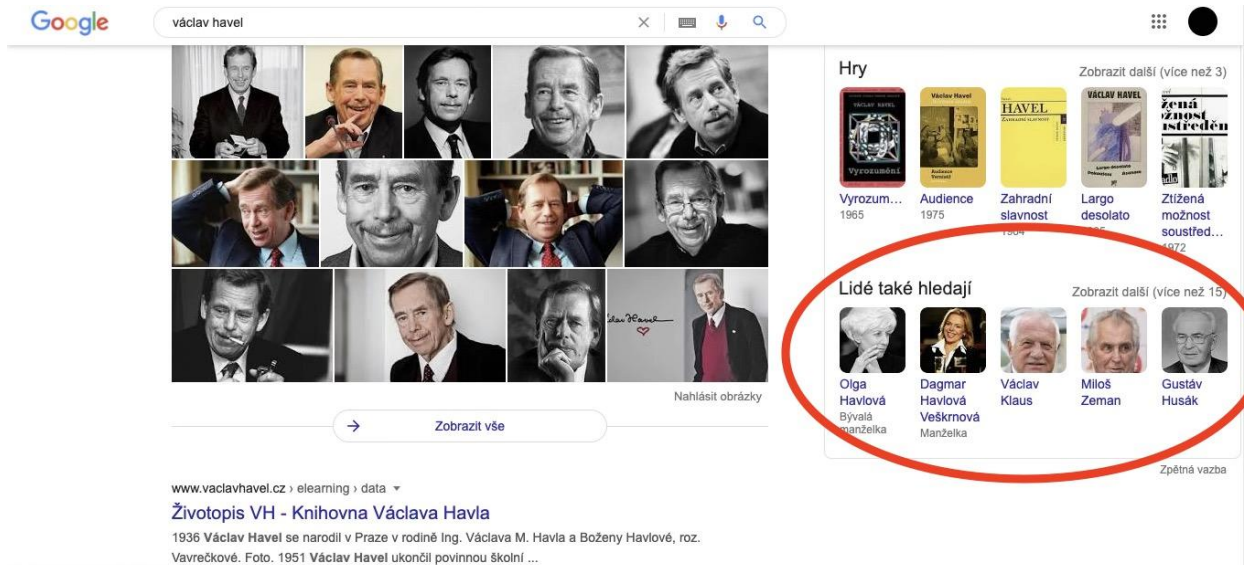
Google umí vyhledávat také spoustu zajímavých věcí, které se jinak filtrují poměrně obtížně, jako třeba:

- Vyhledávání ceny určitého zboží: před číslo přidejte symbol \$: mobilní telefon \$400. Pozor, cena se zadává vždy v dolarech, což pro naše podmínky nemusí být vždy přehledné.
- Pokud chcete hledat v nějakém rozsahu hodnot, slouží k tomu dvě tečky: mobilní telefon \$300..\$700 nebo Corel Draw 7..9.
- Pokud chcete vyhledávat určitý hashtag, můžete to udělat pomocí #: #ebook
- Pokud chcete vyhledávat na konkrétním webu, tak před název webu nebo domény vložte site: site:idnes.cz
- Pokud už web není k dispozici (většinou se hodí při krátkodobém výpadku), může se hodit cache: cache:myslenkove-mapy.cz¹
- Pokud potřebujete hledat jen dokumenty v určitém formátu, bude se vám jistě hodit File Type, který se dá použít například jako: File Type:pdf "Ernst Mach"
- Google umí pracovat také s některými zajímavými přídatnými funkcemi, takže například dotaz 'počasí Brno' zobrazí nejen webové stránky, ale také skutečnou předpověď a informace o teplotě a počasí; nebo pokud do něj zadáte příklad, jako je 3+5, kromě výsledku dá systém k dispozici také kalkulačku. Pěkné jsou také třeba grafy, jako je six(x).

Zajímavé informace **Google nabízí také sémanticky**. Tím, že v něm vyhledává hodně lidí, může nabídnout to, co uživatelé typicky vyhledávají, pokud hledají to samé, co vy. Pěkně to

¹ Pokud potřebujete jít skutečně do historie nějakého webu, využijte jistě službu Wayback Machine. Ta indexuje stránky na internetu a pomocí jednoduchého rozhraní se můžete dostat k tomu, jak daný web vypadal v konkrétní dny v minulosti. Ale ani tato služba samozřejmě nezachycuje celý internet.

funguje například u osobností. Zkuste se podívat, co naleznete pod pojmem „Václav Havel“ – získáte zajímavou mapu toho, jaké osobnosti k sobě mají asi něčím blízko.



Ukázka sémantického vyhledávání. Zdroj: [Google.com](https://www.google.com) Autor screenshotu: [KISK](https://www.kisk.cz).

Velice užitečné je také to, že pokud hledáte nějakou osobnost, Google vám o ní umí zobrazit základní informace o narození, profesi nebo třeba související knihy. Většinu těchto informací si přitom půjčuje z Wikipedie.

Užitečné funkce nabízí také samotné nastavení vyhledávání Google. Dostanete se k němu skrze nabídku Nástroje pod vyhledávacím řádkem. Můžete omezit výsledky vyhledávání jazykově (třeba chcete hledat informace jen v češtině), případně můžete informace filtrovat pomocí času (například hledáte jen horké novinky).

Pokud by tato filtrace nestačila, je možné se přesunout do položky Nastavení a v ní vybrat **Rozšířené vyhledávání**. Zde se dostanete k možnosti využít některé funkce, které jsme výše popsali pomocí speciálních slov v dialogovém okně, ale můžete si také filtrovat výsledky například podle licence (což se hodí třeba u obrázků) či filtrovat výsledky s explicitně nevhodným obsahem. Můžete se také zaměřit na to, kde na stránce má být vyhledávaný dotaz, kdy byla stránka naposledy aktualizována nebo v jaké části světa byla publikována.

To vše vám umožní poměrně pěkně strukturovat výsledky vyhledávání. Samozřejmě se vyplatí využít také třídění výsledků na běžné odkazy, obrázky, mapy, videa, zprávy nebo třeba nákupy a **knihy**. Kupříkladu nákupy jsou pro Google nyní v souboji s Amazonem poměrně důležitou položkou a mělo by jít o možná nejvíce inovativní oblast vyhledávání. Zajímavé je také případné spojení výsledků vyhledávání s **Google Scholar**, což je vyhledávač vědeckých článků či patentů.

Google explicitně vyhledává také v některých vašich soukromých datech, takže umožňuje silnou personalizaci výsledků vyhledávání, ale také například upozornění na to, že máte zadané nějaké události v kalendáři atp. Tyto funkce se dají samozřejmě vypnout, což může být motivováno ochranou soukromí. Naopak je možné říci, že pokud vám takový zásah do soukromí nevadí, s velkou pravděpodobností se dostanete k relevantnějším výsledkům.