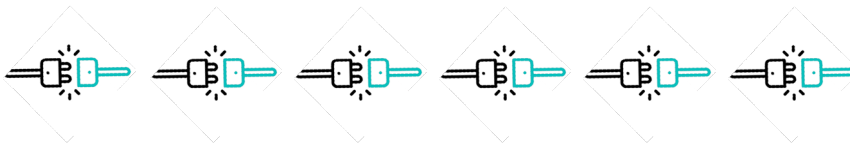
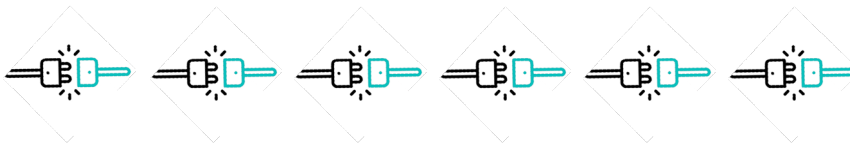


Fișa de instruire

Titlu	Navigarea, căutarea și filtrarea informațiilor și a conținutului digital
Cuvinte-cheie	Articulare, Căutare, Accesare, Creare de date
Limba	Română
Zona de competență	<p>1. Educație mediatică și informațională <u>Competențe</u></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Educație mediatică<input checked="" type="checkbox"/> Navigare, căutare și filtrare de date, informații și conținut digital <p>2. Comunicare și colaborare <u>Competențe</u></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Implicarea cetățenilor prin intermediul tehnologiilor digitale<input type="checkbox"/> Interacțiunea cu tehnologiile digitale pentru divertisment și cultură <p>3. Crearea de conținut digital <u>Competențe</u></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Elaborarea de conținut digital <p>4. Siguranță <u>Competențe</u></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Protejarea mediului<input type="checkbox"/> Prevenirea și recunoașterea știrilor false (fake news)<input type="checkbox"/> Protejarea sănătății și a bunăstării <p>5. Rezolvarea problemelor <u>Competențe</u></p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Folosirea în mod creativ a tehnologiilor digitale
Obiective și scopuri	<ul style="list-style-type: none">• cum să aplicați sfaturi și trucuri pentru a căuta și filtra mai ușor informațiile digitale și cum să simplificați procesul de navigare• cum să formulați, să căutați, să accesați și să creați strategii personale de căutare și să utilizați resursele "manuale" și cele bazate pe chat-bot-uri



Rezultatele învățării	<ul style="list-style-type: none">• formularea nevoilor de informare• căutarea de date, informații și conținut în mediile digitale• accesarea datelor și să navigarea între ele• crearea și actualizarea strategiilor personale de căutare
Continut dispus pe 3 niveluri	<p>NAVIGAREA, CĂUTAREA ȘI FILTRAREA INFORMAȚIILOR ȘI A CONȚINUTULUI DIGITAL</p> <p>1. Navigarea, căutarea și filtrarea informațiilor și a conținutului digital</p> <p>Navigarea, căutarea și filtrarea informațiilor și a conținutului digital se referă la competența digitală generală de cunoaștere a informației și a datelor, care include capacitatea:</p> <ul style="list-style-type: none">• să formuleze nevoile de informare• să caute date, informații și conținut în mediile digitale• să acceseze date și să navigheze între ele• să creeze și să actualizeze strategii personale de căutare <p>1.1. Un ghid pas cu pas</p> <p>Cunoștințe</p> <ol style="list-style-type: none">1. Înțelegerea diferenței dintre formatul cu acces deschis și cel fără acces deschis al unor conținuturi online disponibile pe web.2. Conștientizarea costurilor nemonetare care însoțesc conținutul cu acces deschis gratuit (de exemplu, colectarea și datele utilizatorilor).3. Înțelegerea principiilor de bază care au impact și influențează conținutul recomandat de motoarele de căutare (de exemplu, localizarea utilizatorului și "comportamentele" digitale ale acestuia, reglementările locale, căutările anterioare, dispozitivele etc.) <p>Competențe</p> <ol style="list-style-type: none">1. Să știe cum să selecteze motorul de căutare care se potrivește cel mai probabil nevoilor proprii2. Să știe cum să îmbunătățească strategia de căutare pe baza funcțiilor disponibile - inclusiv atunci când interacționează cu AI și cu difuzoarele inteligente avansate3. Să știe cum să utilizeze hyperlinkurile și datele prezentate



în alt format decât cel de text

4. Să știe cum să genereze și să rafineze metodologiile de căutare pentru fiecare scop specific dat
5. Să știe cum să manipuleze și să filtreze informațiile

Atitudini

1. Evitarea supraîncărcării cu informații
2. Profitați de instrumentele concepute pentru a proteja confidențialitatea utilizatorilor (de exemplu, serviciile VPN și altele asemenea)
3. Utilizarea conștientă și calculată a căutărilor bazate pe inteligență artificială - și conștientizarea limitelor acestora
4. Conștientizarea limitărilor de accesibilitate și de utilizare a multor surse online de către persoanele cu nevoi speciale (de exemplu, deficiențe de vedere)

Întregul proces este conceput pentru:

1. FORMULARE – Configurați cercetarea resurselor și a conținutului digital
2. CĂUTARE – Simplificarea experienței de navigare din intrările redundante
3. ACCES – Găsiți cu succes resursele care vă interesează
4. CREARE – Orientați-vă mai bine în mediul digital

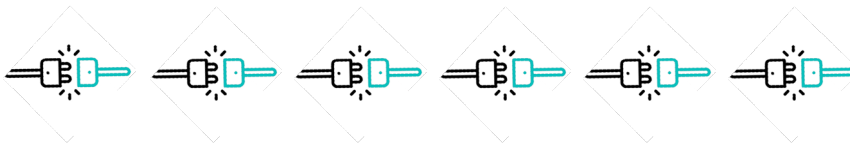
2. Formulare

2.1 Pornind de la obiectiv

Punctul de plecare pentru a articula o strategie de navigare, căutare și filtrare este reprezentat de identificarea unei întrebări de focalizare precise: lucrul la care doriți să răspundeți prin implementarea strategiei de navigare, căutare și filtrare.

- Top 10 cele mai bune documentare despre cel de-al Doilea Război Mondial
- Rețetă vegană pentru masa de Crăciun
- Instalatori în apropiere [zona ta]
- Activități în aer liber în [locația aleasă de tine]
- etc. ...

2.2 Stabilirea parametrilor preliminari



Orice întrebare trebuie să fie adaptată și formulată astfel încât să fie:

1. scurtă
2. concisă
3. cuprinzătoare
4. detaliată
5. cu conținut de date din punct de vedere al caracteristicilor cantitative și calitative (exemple, top X număr de..., cele mai bune prețuri pentru ...)

3. Căutare

3.1 Identificarea cuvintelor-cheie de referință

Întrebarea de focalizare poate fi ajustată în continuare prin aplicarea unor filtre specifice pentru cantitatea și calitatea rezultatelor. Aceste filtre sunt reprezentate prin utilizarea de **cuvinte-cheie** de referință.

Cuvintele-cheie reprezintă caracteristici și elemente fără de care CĂUTAREA dumneavoastră nu va avea sens / nu vă va conduce la rezultatele dorite. Cu referire la exemplele anterioare:

- Instalatori ≠ Grădinari
- Vegan ≠ Vegetarian
- etc. ...

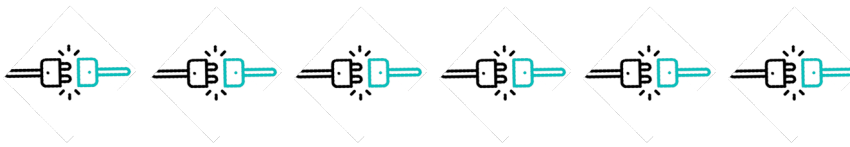
3.2 Ce trebuie făcut și ce nu trebuie făcut

Prea mult... este rău

Folosirea a prea multe cuvinte-cheie poate fi contraproductivă: motoarele de căutare s-ar putea să nu poată găsi ceva care să corespundă tuturor filtrelor dumneavoastră, iar rezultatele căutării vor fi o listă de referințe, care cuprind și includ toate cuvintele-cheie pe larg.


Prea puțin... este la fel de rău

Motivele pentru care utilizarea a prea puține cuvinte cheie este contraproductivă se explică de la sine. Utilizarea cuvintelor cheie are ca scop filtrarea procesului de căutare pentru rezultatele care ar putea fi irelevante. Atunci când se aplică prea multe cuvinte-cheie, rezultatele căutării riscă să fie prea generice și prea largi.



Numărul ideal de cuvinte-cheie este de 4. 

Echilibrul între un număr prea mare și un număr prea mic este patru. Acest număr de cuvinte cheie va permite suficiente marje de CĂUTARE fără a aduce atingere profunzimii și dimensiunii rezultatelor potențiale.

Formulare într-o propoziție completă. 

Cuvintele-cheie trebuie introduse în motoarele de căutare astfel încât să reflecte întrebarea centrală de referință.

! Rețineți că prin cuvinte-cheie putem înțelege și alte referințe care nu sunt neapărat "cuvinte":

- date
- formatul fișierului de care aveți nevoie (PDF ≠ DOC.)

4. Acces

4.1. Amestecarea unor cuvinte-cheie diferite care corespund aceleiași întrebări de interes

Prin formularea întrebării de interes și după căutarea după cuvinte-cheie, veți avea la dispoziție o listă lungă de rezultate de căutare care ar putea răspunde nevoilor dumneavoastră.

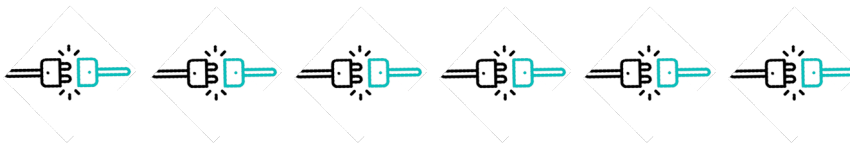
În acest stadiu, există câteva trucuri suplimentare care vă ajută la lărgirea setului de rezultate potențiale de interes:

- amestecarea unor cuvinte-cheie diferite care corespund aceleiași întrebări de interes
- schimbarea motorului de căutare pornind de la aceleași cuvinte cheie (sau similare)
- restrângerea căutării prin intermediul punctelor de interes

Există mai multe moduri în care puteți formula o întrebare / solicitare de căutare.

Cuvintele-cheie pot fi potențial amestecate și/sau rearanjate astfel încât să se extindă setul de rezultate disponibile.

Atunci când navigați prin conținutul online, încercați să vedeți ce se întâmplă dacă introduceți diferite filtre - s-ar putea să existe rezultate interesante dincolo de primul perimetru de căutare. Puteți utiliza fie:



- sinonime sau similare (avocat → jurist; profesor → educator; antrenor → mentor)
- alte cuvinte care să lărgescă sensul (Crăciun → sărbătoare)

4.2 Schimbarea motorului de căutare pornind de la aceleași cuvinte-cheie (sau similare)

Motoare de căutare diferite, ar putea conduce la rezultate diferite. Motorul de căutare poate reprezenta chiar primul filtru al experienței de navigare.

- Google Chrome
- Firefox
- Bing
- Internet explorer (acum Edge)
- Safari

Fiecare dintre aceste motoare de căutare vine cu propriile sfaturi și recomandări pentru a vă ajusta și rafina strategiile de căutare (exemplu: Refine Web Searches, Google)

4.3 Restrângerea căutării prin puncte de focalizare

Punctele de focalizare sunt site-uri web mari, cu o bibliotecă vastă de conținut mai mult sau mai puțin specializat pe o anumită temă/subiecte.

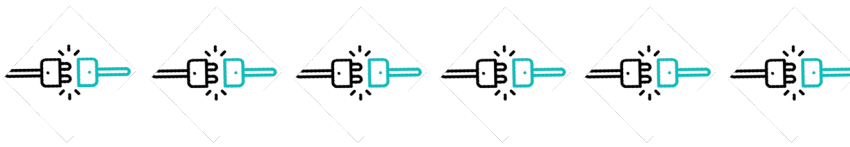
Mai degrabă decât să faceți cercetări generice prin intermediul motoarelor de căutare, ați putea fi interesat să vizitați din start site-ul și platforma care asigură și adună conținutul pe care se bazează întrebarea-cheie:

Generic

- Diverse platforme de partajare, precum [YouTube](#)
- Programe de schimb de cunoștințe precum [TEDx](#)
- etc. ...

Specializat

- Booking (rezervare hotel, închiriere apartament pentru vacanță etc.)
- Skyscanner (rezervări de zboruri, etc.)
- Dicționar Oxford
- etc. ...



Altele

Comunități online și pe rețelele de socializare

Rezultatele căutării vă sunt prezentate în funcție de consecvența și coerența sursei respective cu întrebarea dvs. principală și cu cuvintele-cheie aferente ...

... cu toate acestea, vă rugăm să rețineți că, în marea majoritate a cazurilor, primele rezultate care apar ar putea fi conținut publicitar (comunicare online plătită de către site-ul web promotor).

Revenind la exemplul "Top 10 cele mai bune documentare despre al doilea război mondial", este posibil să apară recomandări de cărți, documentare plătite și orice altceva care nu corespunde neapărat criteriilor de căutare.

5. Creare

5.1 Resurse bazate pe IA (inteligență artificială) pentru navigarea pe web

Strategiile de căutare rafinate și "avansate" ar putea utiliza tehnici și instrumente diferite:

RESURSE MANUALE:

- Fiecare motor de căutare vine, de obicei, cu propriile sfaturi și recomandări pentru a ajusta și rafina strategiile de căutare (exemple: [Refine Web Searches](#), Google)

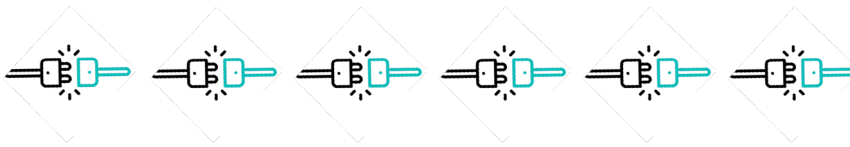
Instrumente de navigare BAZATE PE IA (chatbot-uri):

- Instrumentele de navigare bazate pe inteligență artificială devin noua normalitate, iar acestea sunt deja integrate în motoarele de căutare. Capacitatea de a interacționa cu instrumentele de navigare bazate pe inteligență artificială vă va permite să vă eficientizați mult mai mult procesul de navigare, căutare și filtrare.

Apariția ChatGPT a deschis porțile unei cohorte mari de servicii și instrumente care utilizează inteligența artificială pentru a pune la dispoziția utilizatorilor informații și resurse în timp real.

Modul în care ar trebui să interacționați cu aceste resurse nu este diferit de cel al motoarelor de căutare "tradiționale":

1. propuneți o întrebare-cheie



2. evidențiați cuvintele-cheie
3. oferiți sugestii cu privire la tipul de rezultate pe care doriți să le primiți înapoi

Un eșantion de chatbot-uri și motoare de căutare bazate pe inteligență artificială: Chatbot-urile sunt programe și softuri programate să simuleze conversațiile umane. Obiectivul este de a-i face pe utilizatori să simtă că interacțiunea are loc cu o altă persoană, mai degrabă decât cu o "mașină". Chatbots sunt concepute pentru a se îmbunătăți zilnic, fiecare interacțiune pe care o au le furnizează noi date pe care IA le utilizează pentru a îmbunătăți calitatea răspunsului pe care îl oferă.

- [YouChat](#)
- [Neeva](#)
- [Jasper Chat](#)
- [Character AI](#)
- [Google Bard](#)
- [Caktus](#)
- [Colossal Chat](#)
- [PepperType](#)
- [MagikPen](#)
- [Bing AI](#)
- [ChatSonic](#)

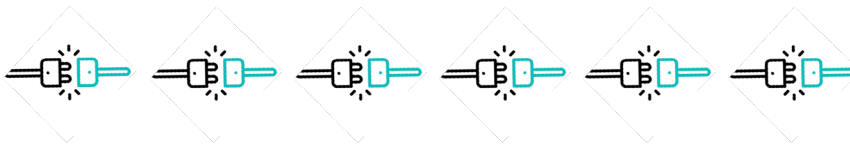
Exemplu realizat cu Bing

- **Lack of empathy:** Chatbots lack empathy and cannot interact with customers as humans.
- **Complex interface:** Chatbots can be complicated and require a lot of time to understand user's requirements.
- **Inability to handle complex problems:** Chatbots cannot handle or resolve complex customer problems.
- **Non-customized solutions:** Chatbots can provide non-customized solutions without considering the needs of each particular user.
- **Security concerns:** Chatbots may not transmit data securely.

Exemplu realizat cu Bing, pe baza întrebării de căutare: "cele mai bune chatbot-uri pentru a învăța o limbă nouă"

- **Duolingo:** It is probably the most popular language learning chatbot platform in the U.S (and possibly around the world) ¹.
- **Mondly:** It is another well-known language learning platform available for both Android and iOS platforms ².
- **Andy:** It helps users who find it hard to learn and study the English language ².
- **Lanny From Eggbun Education:** It is a chatbot that teaches Korean ¹.
- **Memrise:** It is a chatbot that helps users learn languages through games and quizzes ³.
- **Rosettastone:** It is a chatbot that helps users learn languages through interactive lessons ¹.
- **Babbel:** It helps users become fluent in learning languages as a chatbot voiced like native speakers ².

Exemplu realizat cu Bing, pe baza întrebării de căutare: "Cum pot recunoaște știrile false? "



- **Check the source:** Click away from the story to investigate the site, its mission, and its contact info ¹.
- **Read beyond:** Headlines can be outrageous in an effort to get clicks ¹.
- **Establish a list of trusted media sources:** Make sure you have a list of media sources that you trust and that you can turn to when you need accurate information ¹.
- **Use fact-checking tools and websites to verify content:** There are many fact-checking tools and websites available online that can help you verify the accuracy of a news story ¹.
- **Be cautious of anything user-generated:** Be careful of social media posts or memes ².
- **Check the author:** Research them to see if they are credible ³.
- **Check the web address for the page you're looking at:** Sometimes, fake news sites may have spelling errors or a different domain name ³.
- **Be skeptical of sensational headlines:** Fake news often has sensational headlines designed to grab your attention ⁴.

REZUMÂND...

Formulare

Stabiliți o întrebare care să fie:

1. scurtă
2. concisă
3. cuprinzătoare
4. detaliată
5. cu conținut de date din punct de vedere cantitativ și calitativ

Căutare

Identificați cuvintele-cheie ale căutării dumneavoastră:

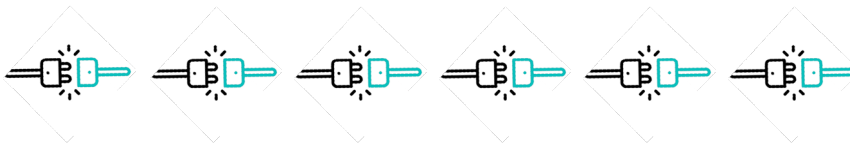
- nu prea multe
- nu prea puține
- formulate într-o propoziție completă

Accesare

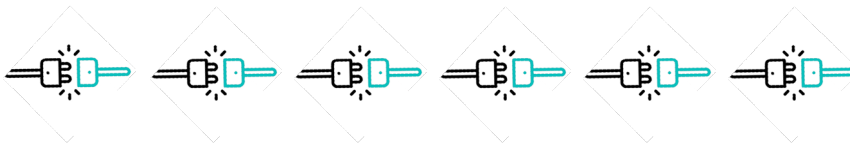
1. Amestecarea unor cuvinte cheie diferite care corespund aceleiași întrebări-cheie
2. Schimbarea motorului de căutare pornind de la aceleiași cuvinte cheie (sau similare)
3. Restrângerea căutării prin intermediul punctelor-cheie

Creare

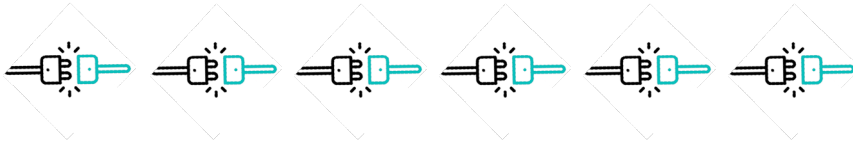
- Resurse și trucuri manuale avansate
- Instrumente de navigare bazate pe IA (inteligență artificială) (chatbot-uri)



Glosar	<p>Întrebare-cheie: Punctul de plecare pentru a articula o strategie de navigare, căutare și filtrare, lucrul la care doriți să răspundeți prin implementarea acestei strategii.</p> <p>Cuvinte-cheie: caracteristici și elemente fără de care CĂUTAREA dumneavoastră nu va avea sens / nu vă va conduce la rezultatele dorite.</p> <p>Puncte-cheie: Punctele-cheie sunt site-uri web mari cu o bibliotecă vastă de conținut mai mult sau mai puțin specializate pe o anumită temă/subiecte.</p> <p>Chatbot-uri: programe informatice care utilizează inteligența artificială (IA) pentru a înțelege întrebările clienților și a automatiza răspunsurile la acestea. Chatbot-urile sunt concepute pentru a se îmbunătăți zilnic, fiecare interacțiune pe care o au le furnizează noi date pe care IA le utilizează pentru a îmbunătăți calitatea răspunsului pe care îl oferă.</p>
Sfaturi practice	<ol style="list-style-type: none">1. Atunci când parcurgeți datele, adaptați întrebările-cheie și formulați-le astfel încât să fie:<ul style="list-style-type: none">• scurte• concise• cuprinzătoare• detaliate• cu conținut de date din punct de vedere cantitativ și calitativ (exemple, nr. de..., cel mai bun preț pt. ...)2. Întrebarea-cheie poate fi rafinată în continuare prin aplicarea unor filtre specifice: cuvintele-cheie ale referințelor.3. Numărul ideal de cuvinte-cheie este de 4.4. Rețineți că prin cuvinte-cheie se poate înțelege și datele sau formatul fișierului de care aveți nevoie (PDF ≠ DOC.)5. Apariția ChatGPT a deschis porțile unei multitudini de servicii și instrumente. Pentru a interacționa cu aceste resurse:<ul style="list-style-type: none">• formulați o întrebare-cheie• evidențiați cuvintele-cheie• furnizați sugestii privind tipul de rezultate pe care doriți să le primiți înapoi
Autoevaluare (interogări și răspunsuri cu variante multiple)	<ol style="list-style-type: none">1. Care este ordinea corectă? a) Formulați, căutați, accesați și creați b) Creați, căutați, formulați și accesați c) Formulare, accesare, căutare și creare



	<p>2. Care este punctul de plecare pentru articularea unei strategii de navigare, căutare și filtrare?</p> <p>a) Identificați o întrebare-cheie precisă b) Restrângeți căutarea în puncte-cheie c) Alegeți un set de cuvinte-cheie</p> <p>3. Întrebare-cheie ar trebui să fie:</p> <p>a) Scurtă, concisă, cuprinzătoare, detaliată și cu precizări din punct de vedere cantitativ și calitativ caracteristici b) Lungă și detaliată c) Scurtă și concisă, fără a fi necesară specificarea caracteristicilor cantitative sau calitative</p> <p>4. Selectați numărul perfect de cuvinte-cheie:</p> <p>a) 4 b) 2 c) 6</p> <p>5. Ce sunt Chatbot-urile?</p> <p>a) Programe și softuri programate să simuleze conversațiile umane b) Programe programate pentru a rafina căutările pe Internet c) Programe și softuri care facilitează comunicarea între diferite dispozitive digitale</p>
Resurse (videoclipuri, link de referință)	/
Material aferent	/
PPT aferent	/
Bibliografie	/
Furnizat de	IDP



www.offlineproject.eu



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."