

# Trovare informazioni online



**Complex Learning con i social networks**

IIS "G. Marconi", Civitavecchia

## Dal copia e incolla alla ricerca competente

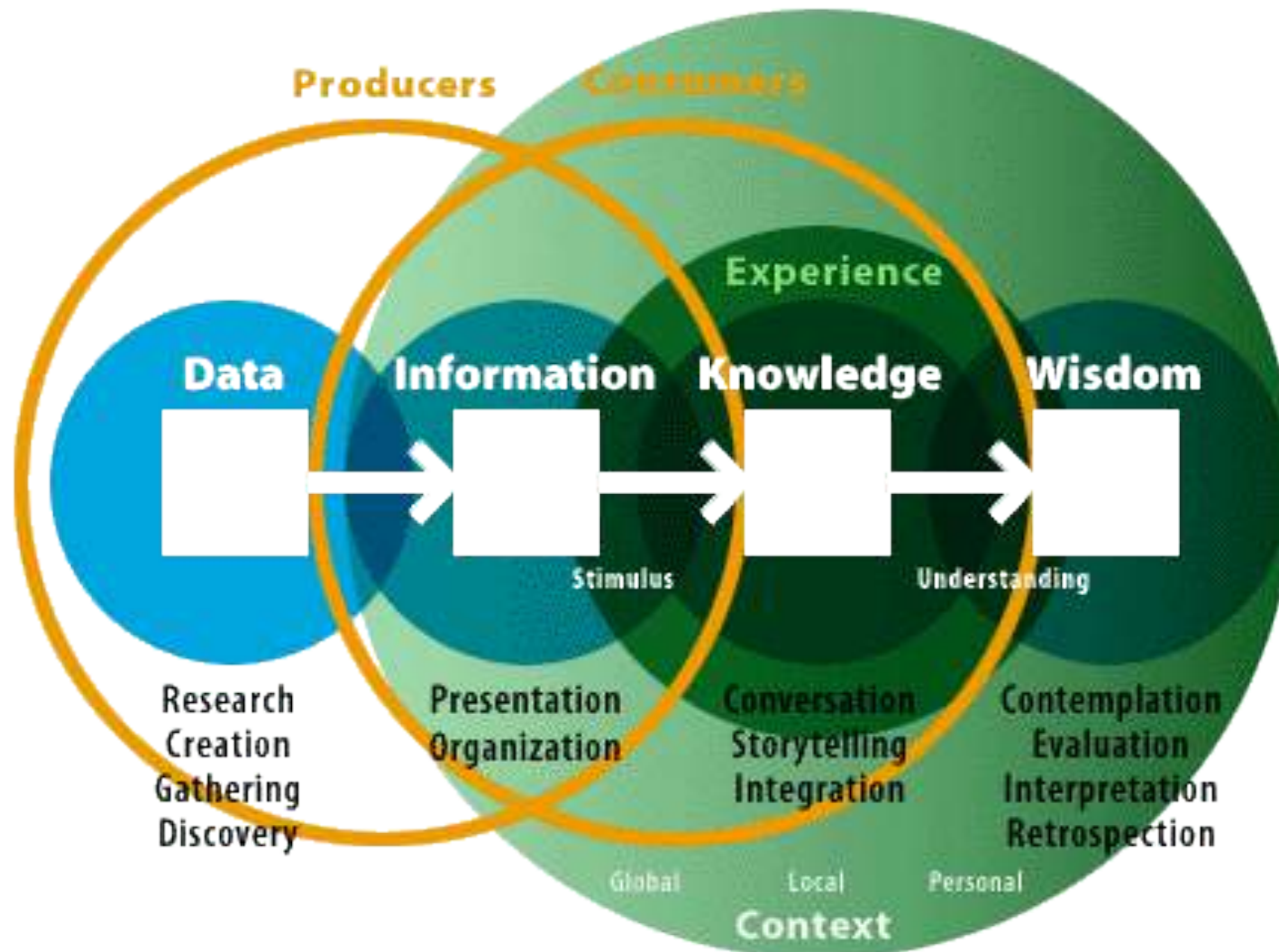


# Dai dati alla conoscenza



(N. Shedroff, 2004)

# Producers e consumers



# Internet come una biblioteca?

La metafora della biblioteca implica che possiamo eseguire le seguenti azioni su tutte le risorse web:

1. Catalogare
2. Classificare
3. Valutare



## Perché la metafora della libreria non funziona:

1. Internet non è un catalogo ragionato di risorse: è in continua espansione/contrazione, un database non sarà mai completo.

2. Non può esserci un unico criterio di classificazione: es. di quanti descrittori abbiamo bisogno per classificare un'immagine?



3. Non possono esistere parametri valutativi universalmente accettati: la valutazione dipende dal contesto in cui la risorsa è usata (M. Rotta, 2007)

# Scoprire e rendere reperibile

## SCOPRIRE

Identificare una risorsa,  
discriminando  
l'informazione utile  
da quella inutile



## RENDERE REPERIBILE

Rendere la risorsa usabile:  
selezionare, filtrare,  
ordinare, verificare





## Cercare, classificare, valutare

- **cercare** le informazioni: sapersi orientare nello spazio virtuale utilizzando il browser, utilizzare i principali motori di ricerca e le loro funzioni;
- **ordinare**, classificare, strutturare e sintetizzare le informazioni ottenute;
- **valutare** le risorse in rete secondo la loro pertinenza, veridicità, significatività, efficacia didattica, possibilità e opportunità di utilizzo, qualità dei contenuti.



# Che tipo di cercatore di informazione sei?

***General purpose browser*** = esplora il web in modo generico

***Searcher*** = ha un obiettivo e vuole trovare subito l'informazione

***Serendip*** = naviga con curiosità, spesso trova per caso qualcosa di interessante



## Il sovraccarico di informazione

- Troppe fonti di informazione...
- Il web è strutturato a “scatole cinesi”....
- Una sterminata collezione di indirizzi web....

***Che cosa, come e dove cercare?***



# Strategie di ricerca(1)

## L'imbuto

Si parte da un catalogo/database, si identificano argomenti e sottoargomenti in un livello crescente di definizione



## La lista della spesa

Si parte da un motore di ricerca, si identificano delle parole chiave e si valutano i risultati uno ad uno

## Il viaggio

Si parte dall'esplorazione delle risorse condivise dai membri di un forum o di una community



## Strategie di ricerca (2)

### La raccolta di fiori

Si parte dal contenuto creato da autori o istituzioni affidabili



### Il giornale quotidiano

Ci si iscrive a una mailing list o una newsletter che segnala link su determinati argomenti

## Valutare la risorsa o il contenuto web

- la sua collocazione: come è situato nel contesto, chi sono i destinatari, quali funzioni vuole assolvere (persuadere, incuriosire, informare, ecc.);
- la qualità del contenuto: come è stato selezionato, quali sono le fonti, il grado di scientificità e accuratezza, ecc.;
- l'organizzazione della navigazione: la facilità di orientamento nelle informazioni, la loro chiarezza, le interazioni stimulate, ecc.;
- lo stile: l'usabilità del sito, l'aspetto grafico, la leggibilità ecc.



[www.learningcom.it](http://www.learningcom.it)