

Suchmaschinen, Webverzeichnisse, Wissenschaftliche Suchmaschinen Evaluation von Websites

beatrix.stuber@ub.unibe.ch

März 2011

Surface Web – Deep Web

Sichtbares Web (surface web)

= was gängige Suchmaschinen indexieren können
oder in Web-Verzeichnissen steht

Unsichtbares Web (hidden web, deep web)

= was normale kommerzielle Suchmaschinen nicht erreichen und in
Web-Katalogen nicht verzeichnet ist (dynamische Datenbanken,
Online-Bibliothekskataloge, Datenbanken mit Login,
passwortgeschützte Seiten u.ä.)

Typologie der Suchdienste

„Eine grundlegende Unterscheidung ist die nach intellektuell und manuell erstellten **Dokumentensammlungen (Katalogen)** auf der einen und algorithmenbasierten **automatischen Systemen (Suchmaschinen)** auf der anderen Seite.“

Griesbaum in: Lewandowski, 2009, S. 18f.

Teil 1: Suchmaschinen

Bild

Suchmaschinen

Merkmale

- maschinell erstellte Trefferlisten
- maschinelles Ranking
- inhaltlich nicht strukturiert, nur Stichwortsuchen
- keine intellektuelle Auswahl durch Personen
- die Dokumente sind nicht evaluiert
- Grundlage: Volltextindexierung der Webdokumente durch Roboter, welche den Links nachgehen
- riesige Datenmengen (Google: 8 Mrd. Dokumente im Jahr 2005)

Beispiele: www.google.com, www.yahoo.com, www.ask.com ,
www.alltheweb.com

Suchmaschinen

Hinweise und Empfehlungen

- Jede Suchmaschine hat eine bestimmte Syntax, bestimmte Operatoren oder evtl. spezielle Suchoptionen:
immer die Hilfe zur Suche konsultieren
- Starke Verbesserung der Suchergebnisse, wenn Suchoptionen beherrscht und benützt werden:

Suchformulierung gut überlegen

Suchmaschinen

Hinweise und Empfehlungen 2

- Jede Suchmaschine hat neben der Startseite auch eine Suchmaske für die Erweiterte Suche:

für eine differenzierte Suchanfrage die Erweiterte Suche konsultieren

- Wichtige wissenschaftliche Standard- und Referenzwerke oder Informationen aus spezialisierten Datenbanken werden durch normale Suchmaschinen nicht gefunden:

geeignete Informationsressourcen auswählen

(z.B. Fachdatenbanken, wissenschaftliche Suchmaschinen, Fachportale, Bibliothekskataloge etc.)

Metasuchmaschinen

Merkmale

- In einer Metasuchmaschine wird eine Suchanfrage an mehrere andere Suchmaschinen gleichzeitig weitergeleitet. Die Ergebnisse werden gesammelt und einheitlich aufbereitet.
- Es gibt keine allen Suchmaschinen gemeinsame Suchsyntax.

Beispiele: www.metacrawler.com, www.metager.de,

Spezialsuchmaschinen

Merkmale

- Auf einen bestimmten Gegenstandsbereich fokussierte oder dokumentbezogene Spezielsuchdienste
- Bereitstellung von spezifischen kontextbezogenen Funktionalitäten

Beispiele:

- Newssuchmaschinen: <http://www.paperball.de/>
<http://news.google.ch/>
- Blogsuchmaschinen: <http://blogsearch.google.de>
<http://slug.ch/> (Schweiz)
- Multimediasuchmaschinen: www.flickr.com www.youtube.com
- Wissenschaftliche Suchmaschinen ->nachfolgende Folie

9

Wissenschaftliche Suchmaschinen

Merkmale

- idR intellektuell erschlossene, wissenschaftliche Dokumente
- Erschliessung von Internetquellen des „unsichtbaren Web/deep Web“, die in kommerziellen Suchmaschinen nicht indiziert werden
- Mischform von Volltextsuchmaschine und Referenzdatenbank

Beispiele: www.scholar.google.com / <http://www.base-search.net/>
www.scirus.com

10

Google Scholar Merkmale

Google-Suche, die sich auf wissenschaftliche Quellen beschränkt

- Advanced Search mit leicht erweiterten Suchoptionen
- z.T. Volltext, z.T. nur Referenzen (Literaturhinweise)
- Keine Transparenz über Umfang, es fehlen wichtige Quellen wie JSTOR
- Ranking u. a. nach Zitierhäufigkeit
- Bestandesnachweis mit Link *SFX Bern*
- Verbindung zum Literaturverwaltungsprogramm Endnote

11

Spezialsuchmaschinen Tutorial

> Skript Tutorial „In den Tiefen des Internets“ (UB Münster)

sehr gute Zusammenstellung der Spezialsuchdienste

<http://lotse.uni-muenster.de/toolbox/>

12

Teil 2

Webverzeichnisse & Social Bookmardienste

Bild

Bild

13

Webverzeichnisse

Merkmale

- inhaltlich strukturiert
- hierarchischer Zugang über Sachgruppen -> ermöglicht „Browsing“
- (intellektuell) ausgewählte Daten
- (manchmal) sorgfältig evaluiert („websites you can trust“)

Beispiele: Open Directory Project www.dmoz.org, www.vlib.org,
<http://directory.google.com/> www.internetbibliothek.de
www.suchlexikon.de www.ipl.org/div/subject/index.html

14

Webverzeichnisse

Hinweise und Empfehlungen

- Allgemeine Webverzeichnisse verlieren an Bedeutung
- Der Datenumfang ist kleiner
- Die Pflege der Directories ist sehr aufwändig, es finden sich darin deshalb auch überholte und leere Treffer
- kommerzielle Webverzeichnisse haben eine eingeschränkte Objektivität

15

Social Bookmardienste

Merkmale

- Form von **nutzergenerierten Linksammlungen** (dies können auch Podcasts oder Videos sein)
- Ähnlichkeiten zu Webverzeichnissen
- Im Netz (Intranet oder Internet) durch **gemeinschaftliches Indexieren** erschlossen
- Im Vergleich zu Suchmaschinen marginale Abdeckung

Beispiele:

<http://delicious.com/> / www.librarything.com / www.librarything.de /
www.mister-wong.de / www.bibsonomy.org

16

Delicious-Account UB Bern

www.delicious.com/UB_Bern

Bild

9798776

Teil 3 Website-Evaluation

Bild

Evaluation warum?

- Jede/r kann heute eine Website aufschalten
- Es gibt keine Qualitätskontrolle im Web, keine Expertenbeurteilung (peer-review)
- Viele Websites sind in einer wissenschaftlichen Arbeit nicht zitierbar

Evaluation wie?

Nachfolgende Folien zur Evaluation basieren vorwiegend auf den Kriterienbeschreibungen der UB Bochum:

http://www.ub.ruhr-uni-bochum.de/digibib/Seminar/Evaluation_WWW-Seiten.html

Weitere Websites zum Thema:

http://delicious.com/UB_Bern/website_evaluation

Evaluation (1)

Intention Zielgruppe

Intention:

- Wirbt die Site für einen bestimmten Standpunkt oder eine bestimmte Meinung?
- Wirbt die Site für ein Produkt oder eine Dienstleistung?
- Ist es eine Informationsseite?

Zielgruppe:

- Wissenschaftler/innen?
- Allgemeines Publikum?
- Fangemeinde?

Bild

21

Evaluation (2)

Urheberschaft

Wer zeichnet für die Website verantwortlich?

- Ist es eine Privatperson?
- Ist es eine Organisation/Institution/Firma?
- Gibt es ein Impressum auf der Seite?

Bild

Wer hat die Website verfasst?

- Ist der Verfasser/die Verfasserin qualifiziert?

URL/Domain

- Um welche Domain handelt es sich?
- Wer steht hinter einer URL?

22

Evaluation (3)

Aktualität

Erstellungsdatum/Versionen

- Verfügt die Website über ein Erstellungsdatum?
- Ist ein Copyright-Datum angegeben? ©
- Gibt es einen Versionsverlauf bei Websites mit häufigen Änderungen (z.B. Wikipedia)

Aktualität

- Wann wurde die Website zuletzt aktualisiert oder inhaltlich überprüft? „last updated“
- Gibt es veraltete Informationen auf der Website?
- Sind Links auf der Website funktionstüchtig?

Bild

23

Evaluation (4)

Inhalt und Quellennachweis

Inhalt

- Ist das Thema inhaltlich richtig und umfassend behandelt?
- Ist der Autor oder die Autorin für das Thema qualifiziert?
- Werden unterschiedliche Standpunkte bei kontroversen Themen berücksichtigt?
- Werden eigene Standpunkte begründet und sind die Argumente nachvollziehbar?
- Ist die Website für das Thema relevant?

Quellennachweis

- Werden Quellenangaben (auch zu Bildern und Grafiken) gemacht? Sind sie vollständig?
- Sind die Quellen seriös und glaubwürdig?

Bild

24

Evaluation (5)

Bekanntheit und Vernetzung

Verlinkung auf Dritte

- Sind Links auf weitere thematisch relevante Quellen enthalten?
- Funktionieren sie?
- Vertreten die Links andere Standpunkte? Weisen sie einen singulären Blickwinkel auf?

Bild

Verlinkung von Dritten

- Wird die Website von Dritten verlinkt? Sind dies seriöse Websites? Sind es Websites von Fangruppen oder von Kritikern?
- Ist die Website von einem seriösen, redaktionell kontrollierten Webverzeichnis aufgenommen?

25

Evaluation (6)

Fazit: Wie passt alles zusammen?

- Warum wurde die Seite ins Netz gestellt?
- Ist die Website so gut oder besser, als was in Zeitschriftenaufsätzen oder anderen publizierten Dokumenten zum Thema zu finden wäre?
- Könnte man sie in einer wissenschaftlichen Arbeit zitieren?

26

Evaluation von Websites

Einige konkrete Tipps...

Auf den nachfolgenden Folien finden Sie Tipps, die bei der Erfüllung der Evaluationskriterien nützlich sein können:

- zur Überprüfung der Urheberschaft (URL/Domain)
- zur Überprüfung der Verfasserin oder der Verfassers

Überprüfung Urheberschaft

URL und Domain

Anatomie einer URL: Beispiel <http://www.spiegel.de>

http://	HTTP steht für das Netzwerkprotokoll, welches der Browser benutzen soll
www	Verweist auf eine Seite im World Wide Web (das „www“ kann auch fehlen)
.spiegel	Subdomain, Second Level Domain
.de	Top Level Domain

URL und Domain

Allgemeine Top Level Domains

.com	Unternehmen, Firmen
.int	internationale Regierungsorgansationen
.org	non-profit Organisationen
.net	Netzwerke, Server, Organisationen
.edu	Bildungseinrichtungen USA
.gov	Regierungsorgane USA
.mil	Militär USA
.museum	Museum
.pro	gewisse Berufsgruppen, z.B. Anwälte, Aerzte
.info	Informationsanbieter
.biz	Unternehmen

URL und Domain

Länderspezifische Top Level Domains

.eu	Europäische Union
.ch	Schweiz
.de	Deutschland
.at	Oesterreich
.uk	Grossbritannien
.au	Australien
.ca	Kanada

Beispiele zweckentfremdeter Länder-Domains

.be	Belgien	www.stadt.be , www.fasnacht.be
.tv	Tuvalu	www.sf.tv (Schweizer Fernsehen)

URL und Domain

Universitäre und akademische Sites

Google-Suche eventuell einschränken auf vertrauenswürdige Sites, z.B. auf universitäre und akademische Websites

- `site:edu` Bildungsinstitutionen v.a. in den USA
- `site:ac.uk` Bildungsinstitutionen United Kingdom
- `inurl:uni` URLs, die „uni“ enthalten (v.a. deutsche Universitäten)
- `inurl:tu` v.a. Technische Universitäten Deutschland

URL und Domain

Schweizerische Universitäten?

Schweizerische Universitäten haben in den URLs kein übereinstimmendes Element, es kann mit Google darin also nicht übergreifend nach Dokumenten gesucht werden.

- www.unibe.ch
- www.unibas.ch
- www.uzh.ch
- www.unige.ch

URL und Domain

Wer steht hinter einer URL? (Whois)

Domainüberprüfung: Informationen zu Internet-Domains und deren Eigentümern

- www.switch.ch (Schweiz)
 - www.nic.ch
- www.denic.de (Deutschland)
- www.coolwhois.com (International)

Überprüfung

Verfasserin oder Verfasser

- In Bibliothekskatalogen, bibliographischen Fachdatenbanken (z.B. Web of Science) und wissenschaftlichen Suchmaschinen wissenschaftliche Publikationen des Verfassers suchen
- den Verfasser oder die Verfasserin „googeln“
- In der IBR (Internationale Bibliographie der Rezensionen) nach dem Verfasser oder der Verfasserin suchen

Literaturnachweise

- Barker, J. (2008, 23.7.2009). "Finding information on the internet: a tutorial." Retrieved 10.3.2011, from www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/FindInfo.html
- Blachman, N. "Google Guide: making searching even easier" Retrieved 10.3.2011, from www.googleguide.com.
- Devine, J. and F. Egger-Sider (2009). Going beyond Google : the Invisible Web in learning and teaching. New York, Neal-Schuman Publishers.
- Gieseke, W. (2007). Alles finden mit Google. Düsseldorf, Data Becker.
- Griesbaum, J. (2009, 23.2.2009). "Spezielsuchdienste im Internet: Spezielsuchmaschinen und Visualisierungskonzepte." Retrieved 10.3.2011, from <http://www.web-information-retrieval.de/artikel/internetsuchdienste/spezielsuchdienste-im-internet-spezielsuchmaschinen-und-visualisierungskonzepte.html>.
- Gugerli, D. (2009). Suchmaschinen : die Welt als Datenbank. Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Hübener, M. (2009). Suchmaschinenoptimierung kompakt : anwendungsorientierte Techniken für die Praxis. Berlin, Springer Berlin.
- Kiefer, P. (2007). Die besten Google-Tipps. Düsseldorf, Data-Becker.
- Lewandowski, D. (2009). Handbuch Internet-Suchmaschinen : Nutzerorientierung in Wissenschaft und Praxis. Heidelberg, Akademische V.-G. Aka.
- Long, J. (2008). Google hacking. Heidelberg, mitp.
- Smith, J. (2010). Das Google-Kompendium : alles, was Sie über Google wissen müssen. Zürich : Midas-Computer-Verl.
- Strzolka, R. (2008). Das Internet als Weltbibliothek : Suchmaschinen und ihre Bedeutung für den Wissenserwerb. Berlin, Simon Verlag für Bibliothekswissen.
- Weber, S. (2009). Das Google-Copy-Paste-Syndrom : wie Netzplagiate Ausbildung und Wissen gefährden. Hannover, Heise.

Linksammlung UB Bern auf Delicious www.delicious.com/UB_Bern

- > Suchmaschinen:
http://delicious.com/UB_Bern/Suchmaschine
- > Webverzeichnisse:
http://delicious.com/UB_Bern/Verzeichnis
- > Domainüberprüfung:
http://delicious.com/UB_Bern/domain
- > Social Bookmarkdienste:
http://delicious.com/UB_Bern/social_bookmarking
- > Website Evaluation:
http://delicious.com/UB_Bern/website_evaluation