

INTERNETRECHERCHE AUF EINEN BLICK

Für die meisten bedeutet Internetrecherche das Eintippen eines Suchbegriffs in eine Suchmaschine. Je schwieriger es allerdings ist, das Gesuchte in wenige und passende Worte zu fassen, desto eher wird diese Form der Recherche zu einer Suche nach der Nadel im Heuhaufen. Zielführender sind dann zusätzliche oder andere Quellen.

„Internetrecherche auf einen Blick“ vermittelt Suchstrategien, hilft bei der Quellenauswahl und -beurteilung und benennt weiterführende Informationsangebote, damit aus dem Suchen ein Finden wird.

SUCHSTRATEGIE FESTLEGEN

Zu Beginn jeder Suche sollte festgelegt werden, wonach genau gesucht wird und welches Medium sich dafür eignet. Muss es immer die Internetrecherche sein? Vielleicht bietet der Gang zur Bibliothek vor Ort bessere Ergebnismöglichkeiten? Sucherfolge sind vom Vorwissen abhängig, etwa der Kenntnis bestimmter Fachbegriffe rund um das gesuchte Themenfeld.

Suche planen

Daten und Fakten zu bekannten Personen, Ereignissen oder Institutionen sind mit jeder Suchmaschine per Schlagworteingabe meist leicht zu finden. Wenn es sich bei der Klärung eines Sachverhalts um komplexere Zusammenhänge handelt, ist dies oft schwieriger und erfordert mehrere Suchetappen. Die sorgfältige Planung einzelner Schritte ist wichtig. Dabei sollte auch der für die Suche erforderliche Zeitaufwand abgeschätzt werden. Auf diese grundsätzlichen Überlegungen folgt die Entscheidung für die geeignete Online-Suchstrategie: Recherchiert man am besten quellenorientiert, mithilfe einer Online-Enzyklopädie oder einer Suchmaschine? Auch Verzeichnisse, Foren oder Communities können bei der Recherche helfen.

Quellenorientiertes Vorgehen

Beim quellenorientierten Vorgehen greift man auf das vorhandene Vorwissen über die für das gesuchte Themenfeld relevanten Akteure und Einrichtungen zurück. Statt beispielsweise den Begriff „Jugendmedienschutz“ selbst in eine Suchmaschine einzugeben, fragt man sich zunächst: Welche Quellen könnten im Hinblick auf das, was man zum Jugendmedienschutz wissen möchte, verlässliche Informationen bereitstellen?

- Wer ist für den Jugendmedienschutz in Deutschland zuständig?
- Welche rechtlichen Grundlagen und Regelungen gibt es?
- Gibt es Verbände und Interessengruppen, die sich des Themas angenommen haben?
- Wer sind die Expert(inn)en zum Thema?
- Gibt es technische Hilfen?
- ...

Häufig sind auf den Internetseiten der so identifizierten Akteure bereits die gesuchten Informationen zu finden. Oder aber man kann mit ihrer Hilfe nach konkreteren Informationen weiter recherchieren. Dies könnten bestimmte Fachbegriffe, Gesetzestexte, Namen von Beratungseinrichtungen oder Expert(inn)en sein, die ihrerseits wichtige Informationen bereitstellen. Mit der Qualität der Quellen steigt die Qualität der Suchergebnisse.

Alternativen zur Suchmaschine

Auch redaktionell betreute Verzeichnisse können weiterhelfen und schnell zu guten Rechercheergebnissen führen.

Wikipedia (www.wikipedia.de), die beliebte Online-Enzyklopädie, gleicht einem offenen Redaktionssystem, das jede(r) mit Inhalt füllen kann. Hiervon profitieren Themenvielfalt und Aktualität der über 600.000 Einträge in der deutschen Ausgabe. Jedoch ist nicht immer die gewünschte Informationstiefe oder Verlässlichkeit gegeben. Als verbindlich (richtig) sollten die Informationen daher nicht automatisch betrachtet werden. Wikipedia eignet sich aber häufig als Einstieg in die Internetrecherche. Zur Vertiefung stehen dort Verlinkungen zu weiteren Quellen bereit.

SUCHMASCHINEN

Es mangelt an Vorwissen, um quellenorientiert vorzugehen? Es fehlt an Zeit, eine Online-Enzyklopädie zu durchforsten und sich eine Suchstrategie zu überlegen? Dann ist die Schlagwortsuche mithilfe einer Suchmaschine eine praktische Alternative. Nachfolgend sind einige allgemeine Informationen über Suchmaschinen, gängige Alternativen, Tipps für die Verbesserung der Suchergebnisse und für die Quellenbeurteilung zusammengestellt.

Jäger und Sammler

Suchmaschinen sind automatisierte Dienste im Internet, die online verfügbare Daten (z. B. Texte, Internetseiten oder Datenbanken) nach Schlüsselbegriffen durchsuchen, indexieren und speichern, so dass diese Begriffe gezielt recherchierbar werden. So funktionieren zumindest die populärsten indexbasierten Suchmaschinen der Marktführer. Welcher Algorithmus der Suche genau zugrunde liegt, ist jedoch weitgehend intransparent. Die Marktkonzentration ist enorm, nicht nur in Deutschland. Hier „googeln“ – je nach Erhebungsmethode – derzeit zwischen zwei Drittel und drei Viertel der User(innen).

Dies ist nicht nur im Hinblick auf die Meinungsvielfalt bedenklich, sondern auch, weil Suchmaschinen immer nur einen Teil des WWW erfassen bzw. mit dessen Wachstum nicht mithalten können. Schätzungen zufolge macht der nicht im Index einer Suchmaschine erfasste Teil des Internets (engl. „deep web“) gut die Hälfte der verfügbaren Webseiten aus.

Datenschutz

Die „Sammelleidenschaft“ vieler Suchmaschinen für Daten richtet sich nicht nur auf Informationen aus dem WWW. Auch Informationen über die Nutzer(innen) werden von den Betreibern der Seite gesammelt und gespeichert, um die Daten für eigene Zwecke zu verwerten.

Die Handreichung **mekonet** kompakt „Datenschutz auf einen Blick“ klärt über das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und über datenschutzrechtliche Bedenken bei einigen Suchmaschinen auf, nennt Anlaufstellen und gibt Hinweise, woran ein datenschutzgerechtes Webangebot zu erkennen ist: <http://www.mekonet.de/php/service/handreichungen/index.php#datenschutz>

Suchstrategien

Die Qualität der Suchergebnisse lässt sich auf unterschiedliche Weise verbessern. Hier einige Tipps:

Um die Anzahl der unerwünschten Treffer zu reduzieren, hilft **sprachliche Präzision**. Mehrdeutigkeiten können mit Hilfe von Synonym-Wörterbüchern geklärt werden, über die auch die meisten Textverarbeitungsprogramme verfügen.

Werden nur wenige Ergebnisse aufgelistet, könnte dies andere Ursachen haben. Suchmaschinen nehmen meist keine automatische Trunkierung (Suche nur mit Wortstamm) vor. Hier können spezielle Abkürzungen helfen: So umfasst z. B. die Anfrage nach „Daten*“ alle Begriffe, die mit „Daten“ beginnen, beispielsweise „Datenmissbrauch“ oder „Datenschutz“. So werden gleichzeitig Einzahl und Mehrzahl des Suchbegriffes berücksichtigt. Zahlreiche Suchmaschinen unterscheiden zudem zwischen Groß- und Kleinschreibung. Kleingeschriebene Begriffe werden in allen Schreibweisen gesucht und sind daher Erfolg versprechender.

Wer zugleich mehrere Suchbegriffe eingibt, nimmt eine **kombinierte Suche** vor. Diese kann über die Verknüpfung der Begriffe mit sogenannten „Operatoren“ verfeinert werden, die meist in der englischen Schreibweise verwendet werden.

- Und-Verknüpfung „AND“: Die eingegebenen Begriffe müssen gleichzeitig im Dokument vorkommen. Oft ist diese Form der Verknüpfung automatisch voreingestellt.
- Oder-Verknüpfung „OR“: Die Suchergebnisse werden selektiert, in denen einer der gewählten Begriffe im Text vorkommt. So kann man die Suchergebnisse ausweiten und Synonyme in der Recherche berücksichtigen.
- Zitat- oder Phrasensuche durch das Setzen von Anführungszeichen: Diese eignet sich zum Auffinden von Personennamen, feststehenden Wortfolgen oder Begriffskombinationen.

Manche Suchmaschinen arbeiten mit anderen Verknüpfungen. Genaue Informationen zu den Operatoren finden sich in den Hilfstexten der einzelnen Suchhilfen.

Was Suchmaschinen zu einem Schlagwort an erster Stelle finden, sollte nicht vorschnell, als beste Information zum Thema interpretiert werden. Das **Ranking der Treffer** in der Suchergebnisliste entspricht nicht unbedingt einer sinkenden inhaltlichen Bedeutung. Hinter vielen Platzierungen steht die Durchsetzung kommerzieller Interessen.

Suchmaschinen arbeiten mit programmierten Algorithmen. Die Ergebnislisten sind maschinell generiert und bedürfen einer Beurteilung durch die User(innen) selbst. Ein Blick auf den Vorschautext kann helfen, unerwünschte und ungeeignete Treffer zu erkennen. Grundsätzlich sollte man unterschiedliche Suchmaschinen bei der Internetrecherche einsetzen und verschiedene Herangehensweisen ausprobieren.

Die Suchfibel (www.suchfibel.de) erläutert die Bedienung von Suchmaschinen, führt unterschiedlichste Anbieter auf und eignet sich auch selbst zur Recherche.

QUELLENAUSWAHL

Das WWW bietet eine Fülle an Quellen: Kataloge etwa halten eine hierarchische, redaktionell vorsortierte Zusammenstellung ausgesuchter Websites vor. Suchmaschinen sind hier vergleichsweise offener. Liefere beide Quellen keine guten Ergebnisse, bieten sich Meta-Suchmaschinen, die gezielte Suche in Weblogs, in kommentierten Linksammlungen oder in Foren an.

Kataloge helfen weiter bei

- der Suche nach bewerteten Informationen
- der vergleichenden Suche unterschiedlicher Anbieter
- der dauerhaften Beobachtung bestimmter Bereiche

Beispiel: Open Directory Project (<http://dmoz.de/>)

Allgemeine Suchmaschinen unterstützen bei der Recherche nach

- einem breiten Informationsspektrum zu einem bestimmten Begriff
- Notizen zu einer Person oder nach Zitaten

Beispiele: <http://www.google.de/>; <http://www.altavista.com/>; <http://www.fireball.de/>; <http://www.abacho.de/>

Meta-Suchmaschinen sind empfehlenswert, wenn

- in mehreren Suchmaschinen gleichzeitig gesucht werden soll
- es um einen grundsätzlichen thematischen Überblick geht
- die Treffermenge in einer einzelnen Suchmaschine gering ist

Beispiel: metager² (<http://metager2.de/>)

Spezielle Suchdienste oder Software vereinfachen das Auffinden von Informationen

- aus bestimmten Quellen (z. B. Weblogs)
- zu einem konkreten Themenfeld (z. B. in kommentierten Linksammlungen, sog. „Soziale Lesezeichen“)
- für eine bestimmte Zielgruppe

Beispiele: Suchmaschine für wissenschaftliche Texte (<http://www.vascoda.de/>);

Blogsuchmaschine (<http://www.technorati.com/>); kommentierte Linksammlung (<http://www.mister-wong.de/>)

Die Kommunikation in Foren oder innerhalb von Online-Communities hilft weiter, wenn

- Suchmaschinen und Kataloge zu aktuellen Themen keine Treffer liefern
- selbst spezielle Suchmaschinen versagen
- aktuelle Erfahrungswerte benötigt werden

Beispiel: Forensuchmaschine (<http://www.hood.de/>)

Auch die großen Suchmaschinen-Betreiber bieten neben der automatisierten Suche zunehmend alternative Formen an. So arbeitet Google an einem Suchmaschinen-Baukasten („Google Coop“), mit dessen Hilfe User(innen) ihre eigene Suchmaschine kreieren können. Andere bieten Expertensysteme an, wie etwa „Yahoo! Clever“ oder „LycosIQ“. Hier können die User(innen) andere an ihrem Wissen teilhaben lassen, indem sie als Expert(innen) Fragen beantworten, die andere ihnen stellen. Die Einschätzung, wie kompetent diese tatsächlich sind, bleibt jedem selbst überlassen bzw. ist eine Frage der eigenen Fähigkeit zur Quellenbeurteilung.

QUELLENBEURTEILUNG

Im Internet recherchierte Informationen sollten auf Zuverlässigkeit geprüft werden. Zur Erleichterung der Einschätzung des gefundenen Angebotes folgen einige Hinweise:

- Wie glaubwürdig ist der Anbieter? Ist er z. B. in der Branche bekannt? Welches Motiv könnte der Anbieter mit seinem Webangebot verfolgen (z. B. PR oder Erlös durch Werbung)? Hier ist das Branchenwissen gefragt.
- Um sich ein möglichst objektives Bild von der Qualität eines Angebotes zu verschaffen, bieten sich folgende Kriterien zur Beurteilung an: Wie aktuell und umfangreich ist es? Wie professionell wirkt die Website? Verfügt sie über ein Impressum oder eine andere Kontaktmöglichkeit? Handelt es sich um die offizielle Site eines Unternehmens oder einer Institution?
- In welchen Datenbanken ist das Angebot enthalten? In welcher Kategorie eines Kataloges ist das Angebot platziert?
- Von wem wurde die Website empfohlen? Ist man über eine Suchmaschine oder einen Surftipp in einem seriösen Angebot zu dieser Website gelangt? Von welchen Webseiten weisen Links auf das Angebot? Wie sind diese kommentiert?

INFORMATIONEN

Wer sein Wissen vertiefen möchte, findet hier Lesestoff:

In „Finden, was man sucht. Strategien und Werkzeuge für die Internetrecherche“ vermittelt Michael Klems grundlegende Herangehensweisen. Dieser Band wurde von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) und der Medienakademie Köln GmbH herausgegeben. Er steht zum kostenlosen Download bereit: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/suchenundfinden.pdf>

In der LfM-Broschüre „12 goldene Suchmaschinen-Regeln“ schärft Marcel Machill den Blick auf mögliche Probleme bei der Nutzung von Suchmaschinen: Wie erkennt man z. B. versteckte Werbung in Suchmaschinen? Was müssen Eltern bei der Eingabe von Suchbegriffen wissen, damit ihre Kinder nicht auf für sie ungeeignete Internetseiten stoßen? Ein kostenloser Download ist möglich unter: <http://www.lfm-nrw.de/presse/index.php3?id=382>

NOCH FRAGEN?

Bei unklaren Begriffen hilft Ihnen das Internet-Glossar www.netlexikon.de weiter. Weiterführende Informationen und Links zum Thema Internetrecherche finden Sie unter www.mekonet.de im „Grundbaukasten Medienkompetenz“ hinter dem Knotenpunkt „Für Alle/Technik, Programme, Anwendungen“. Oder fragen Sie das Projektbüro **mekonet** nach weiteren Literaturtipps.

KONTAKT

Projektbüro **mekonet**
c/o ecmc
Europäisches Zentrum
für Medienkompetenz GmbH
Bergstr. 8
45770 Marl

Tel: +49 (0) 2365 9404-48

Fax: +49 (0) 2365 9404-29

eMail: info@mekonet.de

Internet: www.mekonet.de



Die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und die Landesanstalt für Medien NRW haben **mekonet**, das Medienkompetenz-Netzwerk, initiiert und beauftragt. Die ecmc GmbH ist mit der Projektleitung von **mekonet** betraut.

Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien NRW unzulässig und strafbar.

Haftungsansprüche gegen die ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und die Landesanstalt für Medien NRW, die sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, welche durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen oder durch fehlerhafte und unvollständige Informationen verursacht wurden, sind vollumfänglich ausgeschlossen, sofern seitens der ecmc Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Medien NRW kein nachweisliches vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.