



Webarchiv Schweiz

Eine gemeinsame Sammlung von landeskundlich relevanten Online-Helvetica der Schweizer Kantonsbibliotheken und der Schweizerischen Nationalbibliothek

Ausbildung zum Sammeln und Erschliessen von landeskundlich relevanten Online-Helvetica

8. und 14. März 2007 in der Schweizerischen Nationalbibliothek

Teil 1: Sammeln

Verfasst von:

Silvia Hofmann (Onlinedienste, Schweizerische Nationalbibliothek)

Mit der Unterstützung von:

Jean-Philippe Accart, Simone Bleuler (Publikumsinformation, Schweizerische Nationalbibliothek)
Marco Vogt (Onlinedienste, Schweizerische Nationalbibliothek)

Französische Übersetzung von:

Liliane Regamey (Sektion Nutzung, Schweizerische Nationalbibliothek)

Version:

Version 1.0

Datum:

28. Februar 2007

1	Inhaltsverzeichnis	
1	Inhaltsverzeichnis	2
2	Einleitung	3
3	Theoretischer Teil (Suchmaschinen Grundlagen)	4
3.1	Erschliessung des Web	4
3.2	Funktion von Suchmaschinen.....	6
3.3	Arten von Suchmaschinen	7
3.4	Wann setzt man welchen Suchdienst ein?	8
3.5	Wie werden Suchmaschinen genutzt?	8
3.5.1	Nutzung der Profisuche	9
3.6	Retrievalsprache (Suchsyntaxen).....	9
3.7	Was gibt es für Suchstrategien im Internet?	9
3.8	Tipps zur besseren Suche	10
3.9	Ranking	11
3.10	Kriterien für die Qualitätsbewertung von Suchergebnisse aus Nutzersicht.....	12
3.11	Allgemeine Bewertungskriterien von Webseiten aus Sicht der Informationsspezialisten	15
3.12	Qualitätsmerkmale von Suchmaschinen	15
3.13	Was Suchmaschinen nicht finden.....	15
4	Praktischer Teil (Arbeitsteil)	18
4.1	Suchmethodik landeskundliche Online-Helvetica.....	18
4.2	Arbeitsablauf Ermittlung landeskundlicher Online-Helvetica	19
4.3	Übungsbeispiele.....	20
4.3.1	Recherche: Matterhorn und Geologie.....	24
4.3.2	Recherche Basler Fasnacht.....	29
4.3.3	Recherche: Sachgruppe Landwirtschaft im Kanton Freiburg	31
5	Begriffe	37
6	Quellen	40
7	Bibliographie en sciences de l'information	40

2 Einleitung

Das Internet enthält unzählige Informationen, die miteinander verknüpft sind; dadurch wird jedermann auf einfache Art und Weise der Zugang zum Wissen der Welt ermöglicht.

Doch ist es gerade diese bestechende wie geniale Einfachheit des Mediums, die zur Schwierigkeit werden kann.

Das Zugreifen auf die einzelnen Verknüpfungen dieses unüberblickbaren Netzwerks, sich von Knoten zu Knoten bewegen, ohne zu beachten, wo man sich hinbegibt, täuscht dem Anwender eine Reduktion der Komplexität vor. Er gibt sich so der Illusion hin, auf Knopfdruck auf all seine Fragen eine Antwort zu finden. Für den Anwender bleibt es indes schwierig, das für ihn Wichtige und Relevante aus der dichten Informationsfülle herauszufiltern. Durch die Bewegung von Knoten zu Knoten entlang dieses feinmaschigen Netzes ist er unbemerkt auch der Linearität des Netzes ausgesetzt; er fertigt ein Gewebe (einen Text) an, das womöglich aus willkürlichen zusammengeführten Maschen besteht. In einem so erzeugten Gebilde passen die einzelnen Teile nicht zueinander, sie liegen zusammenhanglos da, ohne einen Sinn zu ergeben.

(Weilenmann 2006)

Web-Suchmaschinen gibt es seit mittlerweile etwa zehn Jahren. Mit ihnen ist die Informationsrecherche, welche lange Zeit eine Sache für Experten war, beim Normalverbraucher angekommen.

Natürlich sind Suchmaschinen bisher nicht mit den „professionellen“ Suchwerkzeugen, wie z.B. mit den kommerziellen Datenbanken, vergleichbar. Diese bedienen sich nämlich einer umfangreicheren und komplexeren Retrievalsprache.

Ausserdem gelingt es Suchmaschinen nicht, alle Schätze die im WWW schlummern zu heben. Dieser Umstand wird seit geraumer Zeit mit dem Begriff „Invisible Web“ oder „Deep Web“ umschrieben. Es wird geschätzt, dass dieses ca. 500-mal grösser ist als das „konventionelle Web“.

Die Suche mit Suchmaschinen ist die ineffizienteste Art, das Internet nach Information zu durchsuchen. Erfolgversprechender ist das Benützen von Linklisten, Web-Katalogen, Portalen etc.

Diese Ausbildungsunterlagen enthalten neben den Grundlagen zum Thema Suchmaschinen einen Übungsteil mit Recherche-Beispielen, einen Vorschlag für den Workflow zur Ermittlung von landeskundlichen Online-Helvetica und Regeln für die Bewertung von Ergebnissen der Internet-Recherche.

3 Theoretischer Teil (Suchmaschinen Grundlagen)

3.1 Erschliessung des Web

Von besonderer Bedeutung bei der Erschliessung des Webs ist, dass die genaue Dokumentenmenge des WWW nicht bekannt ist und auch nicht ermittelt werden kann und dass die Hypertext-Strukturen in einer gewissen Form existieren, die die vollständige Erfassung erschweren. Diese Probleme liegen bei der klassischen Datenbank nicht vor. Hier ist die zu erfassende Datenmenge aufgrund der schon bei der Planung der Datenbanken gemachten Einschränkungen der Dokumentenmenge bekannt. Probleme des Auffindens von neuen Dokumenten bestehen nicht in der gleichen Form.

In Bezug auf die Sprache der zu erschliessenden Dokumente besteht im Web das Problem, dass Dokumente potenziell in allen Sprachen vorkommen können. Da von Seiten der Suchmaschinen kein einheitliches Indexierungsvokabular vorliegt, sondern auf die Volltext-Erschließung gesetzt wird, können die Dokumente auch jeweils nur bei der Eingabe der Suchbegriffe in der Sprache der zu findenden Dokumente gefunden werden. Im Bereich der Online-Datenbanken sind in einer Datenbank entweder nur Dokumente in einer Sprache enthalten, oder aber die in unterschiedlichen Sprachen verfassten Dokumente werden mittels eines einheitlichen Vokabulars in der Zielsprache der Datenbank erschlossen. Als weitere Hilfsmittel werden Klassifikationssysteme und multilinguale Thesauri eingesetzt.

Ein zusätzliches mit der Vielfalt des Webs verbundenes Problem taucht in Form unterschiedlicher Medienarten bzw. Dateiformate auf. Das Web ist nicht auf Textdokumente beschränkt, sondern enthält beispielsweise viele Multimedia-Informationen. Die Erschliessung dieser Informationen muss aufgrund der mangelnden Textmenge grundsätzlich anders erfolgen als die der Textdokumente. Probleme bei Web-Dokumenten bereitet auch die stark differierende Länge der Dokumente. Im Web finden sich aus nur wenigen Wörtern bestehende Dokumente ebenso wie komplette Bücher, die als einzelnes Dokument verfügbar gemacht wurden. Teils werden längere Dokumente jedoch auch in Teile zerlegt, um den Zugriff zu verbessern.

Eines der grösseren Probleme der Web-Indexierung ist die mangelnde Strukturierung der Dokumente. Zwar sind in HTML-Dokumenten durchaus Strukturen vorhanden, diese werden von den Autoren jedoch nicht bewusst ausgenutzt und sind daher eher impliziert vorhanden, wodurch die Erschliessung erschwert wird.

Während in Online-Datenbanken jedes Dokument nur einmal abgelegt wird und es klare Kriterien für die Aufnahme von Dokumenten in die Datenbank gibt, findet sich im Web aufgrund der dezentralen Struktur eine hohe Anzahl an Dubletten. Einerseits werden komplette Server gespiegelt, andererseits werden die gleichen Texte in unterschiedliche Angebote integriert.

(Lewandowski 2005, S. 5-6)

Tabellarische Übersicht der Unterschiede zwischen Web-Informationretrieval und klassischem Informationretrieval (Lewandowski 2005, S.8):

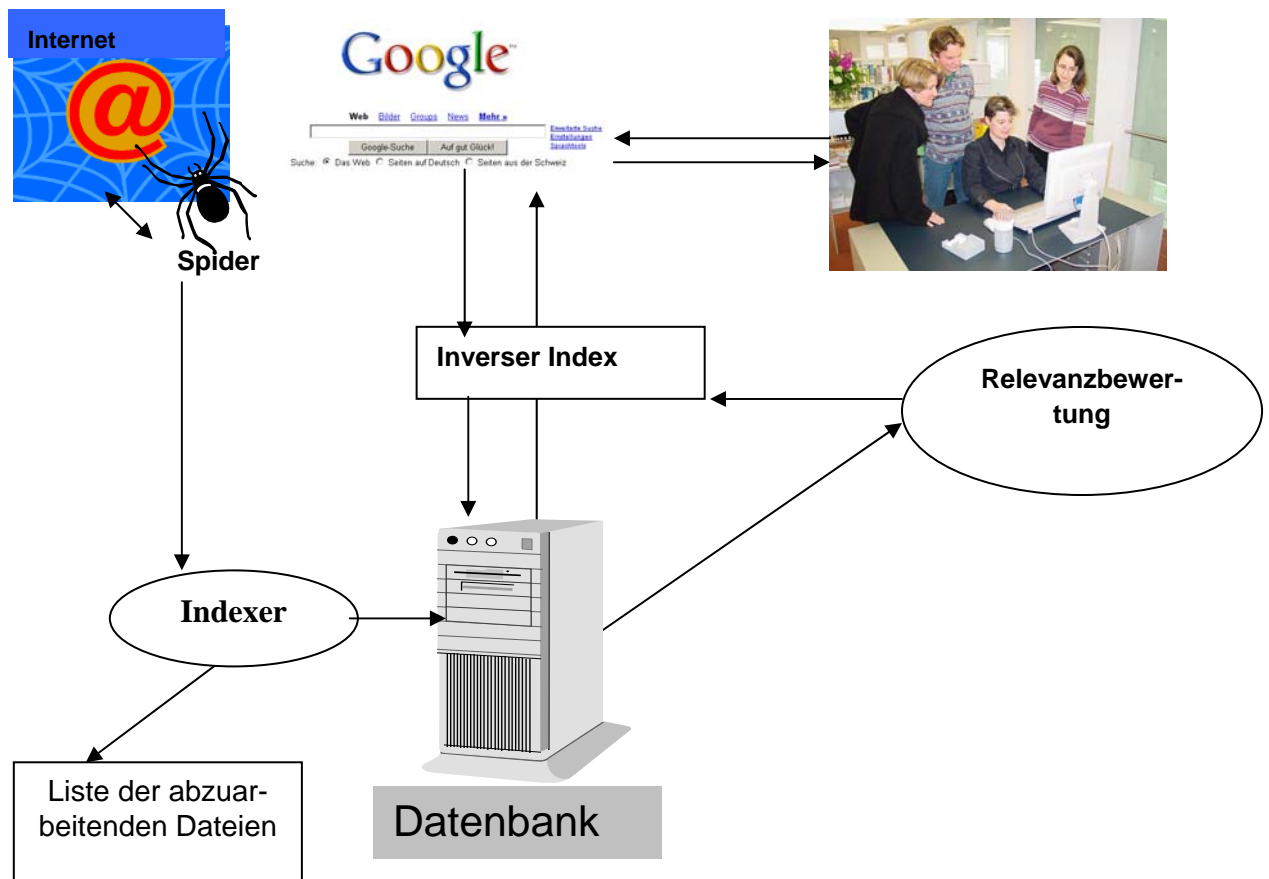
Unterscheidungsmerkmal	Web	Klassische Datenbank
Merkmale des Dokumentenkorporus Sprachen	Dokumente liegen in einer Vielzahl von Sprachen vor; aufgrund der Volltexterschliessung keine einheitliche Erschliessung über Sprachgrenzen	einzelne Sprachen oder Dokumente liegen in vorher definierten Sprachen vor; Erschliessung von Dokumenten verschiedener Sprachen mittels einer einheitlichen Indexierungssprache
Medienarten	Dokumente in unterschiedlichen Formaten	Dokumente liegen in der Regel in nur einem Format vor

Länge und Granularität ¹ der Dokumente	Länge der Dokumente variiert, grosse Dokumente (z.B. ganze Bücher) werden oft aufgeteilt	Länge der Dokumente variiert innerhalb eines gewissen Rahmens; pro Dokument eine Dokumentationseinheit
Spam	Probleme der von den Suchmaschinen unerwünschten Inhalte	beim Aufbau von Datenbanken wird vorab definiert, welche Dokumente erschlossen werden
Hyperlink-Struktur	Dokumente sind miteinander verbunden	Dokumente sind in der Regel nicht miteinander verknüpft; keine Notwendigkeit, aus Verlinkungsstrukturen auf die Qualität der Dokumente zu schliessen
<i>Inhalte</i> Datenmenge/ Grösse des Datenbestands	genaue Datenmenge nicht bestimmbar; keine vollständige Indexierung möglich	genaue Datenmenge aufgrund formaler Kriterien bestimmbar
Abdeckung des Datenbestands	Abdeckung der Zielmenge unklar	Abdeckung gemäss dem bei der Planung der Datenbanken gesteckten Ziel in der Regel vollständig
Dubletten	Dokumente können mehrfach/vielfach vorhanden sein; teils auch in unterschiedlichen Versionen	Dublettenkontrolle bei der Erfassung der Dokumente; Versionskontrolle in der Regel nicht notwendig, da jeweils eine endgültige Fassung existiert und diese in die Datenbank eingestellt wird
<i>Nutzer</i> unterschiedliche Interessen	aufgrund heterogener Informationsbedürfnisse der Nutzer unterschiedlich	genaue Zielgruppe mit klarem Informationsbedürfnis
Art der Anfrage	geringe Kenntnis der Nutzer über angebotene Suchfunktionen/Recherche allgemein	Nutzer sind mit der jeweiligen Abfragesprache vertraut
<i>IR-System²</i> Interface	einfach, intuitiv bedienbare Interfaces für Laien-Nutzer	oft komplexe Interfaces; Einarbeitung notwendig
Ranking	Relevance Ranking aufgrund der grossen Treffermengen notwendig	Relevance Ranking aufgrund genau formulierter Suchanfragen und dadurch geringerer Treffermengen meist nicht nötig
Suchfunktionen	beschränkte Suchfunktionen	komplexe Abfragesprachen
Modifikation der Suche	in der Regel nur Möglichkeiten zur weiteren Einschränkung der Suchanfrage	umfangreiche Modifikationsmöglichkeiten
Strukturierung der indexierten Dokumente	schwache Strukturierung; Feldsuche nur bedingt für die Recherche geeignet abgesehen vom Ausschluss von Spam keine weitere Auswahlkriterien	starke Strukturierung; Suche innerhalb einzelner Felder gut für die Recherche geeignet Klare Auswahlkriterien werden schon bei der Planung der Datenbank bestimmt

¹ Anzahl von Untergliederung eines Elements

² IR= Information Retrieval (Alternativ: Informationsgewinnung, Informationsbeschaffung)

3.2 Funktion von Suchmaschinen



Eine Suchmaschine besteht aus mehreren Komponenten:

Spider (Alternativ: Crawler, Robots etc.)

Diesem Programm wird eine Liste von Web-Adressen vorgegeben, die es der Reihe nach besucht. Der HTML-Code jeder besuchten Seite wird zur späteren Bearbeitung in einer Datenbank (Repository) abgelegt. Ein anderes Programm bearbeitet diese abgelegten Seiten und durchsucht sie nach bisher unbekanntem Links, die dann wiederum an den Spider weitergegeben werden. Durch die vielfache Verlinkung der einzelnen Webseiten untereinander kann so theoretisch das gesamte Web erfasst werden.

Datenbank

Hier sind die indizierten Seiten gespeichert.

Indexer

Erst die Strukturierung der gespeicherten Daten macht es möglich, dass Suchmaschinen, trotz der riesigen Datenmengen, die durchsucht werden, schnelle Antwortzeiten haben. Für die Indexierung werden Worte herangezogen, die besonders häufig in einer Webseite vorkommen oder in deren Titel, Abstract oder den Metadaten (Beschreibung des Inhalts der Webseite) stehen. Bei der Indexierung wird jedem **Wort die Seitennummer zugeordnet, auf dem es steht, so dass ein inverser Index entsteht**. Zusätzlich wird jeder Seite eine Bewertung zugeordnet, wie relevant sie für das Wort ist, mit dem sie verknüpft ist. Welche Kriterien bei dieser Bewertung zu Grunde gelegt werden, ist bei den meisten Suchmaschinen ein wohlgehetes Geheimnis.

Suchmaske

Wird eine Suchanfrage (mittels Eingabemaske) gestellt, durchsucht diese Software nicht den Volltext der gespeicherten Webseiten, sondern „nur“ den inversen Index. Dieses Verfahren reduziert die Datenmenge um den Faktor 100.000. Alle Webseiten, die dem eingegebenen Stichwort zugeordnet sind, werden nach ihrer Bewertung sortiert und ausgegeben.

3.3 Arten von Suchmaschinen

Es gibt verschiedene Klassifikationssysteme für Suchmaschinen, hier nun die beiden populärsten und aktuellsten Einteilungen:

- a) Drei Gruppen (Stock /Lewandowski 2005, S. 1):
 - **algorithmisch arbeitende Suchmaschinen** (mit eigener Datenbasis und Retrievalsystem) wie Google, Yahoo, MSN und Ask.com
 - **intellektuell erstellte Webkataloge** wie das Open Directory Project (eingesetzt vom Google Verzeichnis) oder der Yahoo-Katalog
 - **Meta-Suchmaschinen**, die zwar über ein Retrieval-System, aber über keine eigene Datenbasis verfügen und den Content von fremden Suchwerkzeugen beziehen (z.B. Kartoo, Metager etc.)
- b) Vier Gruppen (Anonymus):
 - **Allgemeine Suchmaschinen**, wie z.B. Google oder Yahoo
 - **Internet-Verzeichnisse** sind thematische Verzeichnisse, z.B. Suchlexikon. Diese Art wird eingesetzt, wenn man einen bestimmten Suchdienst (z.B. Spezialsuchmaschine) oder eine Linksammlung (Portal) zu einem bestimmten Thema finden möchte.
 - **Meta-Suchmaschinen** fragen mehrere Suchmaschinen gleichzeitig ab, verfügen über keinen eigenen Datenbestand
 - **Spezialsuchmaschinen** auf einen bestimmten Bereich im Internet spezialisierte Suchmaschinen, wie z.B. Paperball oder Romso für die Nachrichtensuche

Ausblick in die Zukunft „Semantic Web“:

Das semantische Web (engl. Semantic Web) ist eine Erweiterung des World Wide Web (WWW) um maschinenlesbare Daten, welche die Semantik³ der Inhalte formal festlegen. Das Konzept beruht auf einem Vorschlag von WWW-Begründer Tim Berners-Lee.

Semantische Suchmaschinen erkennen nicht nur einzelne Worte, sondern auch deren Sinnzusammenhang. Eine semantische Suchmaschine kann dem Nutzer aufzeigen, dass „Java“ eine indonesische Insel, ein Brettspiel, eine Kaffeepflanze, ein (ehemaliger) Modetanz, eine Programmiersprache sein kann. Besteht die Eingabe des Nutzers aus mehreren Worten, erkennt die Suchmaschine im Idealfall automatisch, welcher Themenbereich gemeint war. Zumindest erhalten die Nutzer themenbasierte Vorschläge.

Grundlage dafür ist allerdings eine Kennzeichnung der textlichen Zusammenhänge durch die Autoren der Web-Seiten. In einfachster Form wurde eine Kennzeichnung bereits in den frühen Anfängen des Internets eingesetzt. Mit Meta-Tags sollten Website-Autoren die Inhalte beschreiben. Viele Autoren konnten jedoch der Versuchung nicht widerstehen, die Inhalte der Meta-Tags für ein besseres Ranking zu manipulieren. Suchmaschinen mussten die Bedeutung der Meta-Tags für das Ranking gegen Null setzen. Genau diese Gefahr wächst mit dem „Semantic Web“ erneut heran. Die Klassifizierung der Worte soll bereits im Quelltext der Web-Seiten erfolgen. Das kann recht gut in kontrollierten Umgebungen funktionieren, wie es die Intranets von Firmen darstellen. Dort können Autoren ermittelt und auf ihre Fehler aufmerksam gemacht werden. In den Weiten des frei zugänglichen Internets scheint das unmöglich. Deshalb sollen hierfür zusätzlich existierende Dienste genutzt werden, die bereits zur Klassifizierung von Inhalten beitragen. (Patzwaldt, online)

Das semantische Web ist heutzutage immer noch eine Vision und eine sehr grosse Herausforderung.

³ Lehre von der Bedeutung sprachlicher Zeichen

3.4 Wann setzt man welchen Suchdienst ein?

Vor jeder Suche im Internet gilt es folgendes zu überlegen: Welcher Suchdienst ist für die gestellte Suchanfrage am besten geeignet?

Es gibt wesentliche Unterschiede zwischen Suchmaschinen und Verzeichnissen bei der Erfassung von Webseiten.

„Robots“, „Spider“ oder „Crawler“ von Suchmaschinen durchsuchen automatisch das Web, indem sie jedes Internet-Angebot „lesen“ und Wort für Wort samt Internet-Adresse in einer riesigen Datenbank speichern. Für jeden Web-Auftritt wird eine Stichwortliste angelegt.

Verzeichnisse auch „Kataloge“ oder „Web-Kataloge“ genannt werden von Menschen erstellt und gewartet. Eine Redaktion besucht Internet-Angebote, entscheidet über ihre Aufnahme und sortiert sie in einen thematischen Schlagwortkatalog ein. Es werden dabei die Startseiten (Homepages) mit Titel, Beschreibung und der URL erfasst und in das richtige thematische Umfeld eingeordnet (z.B. Yahoo oder Dino).

Die hier aufgeführte Tabelle soll die zu treffende Wahl eines geeigneten Suchdienstes erleichtern helfen (Wolf 2006, online):

Suchdienst	Am besten geeignet ...	Konkretes Beispiel
Verzeichnisse	Wenn Sie sich einen Überblick auf ein Thema verschaffen möchten (als erster Einstieg) oder eine Linksammlung zu einem Thema suchen.	Sie suchen Zeitschriften, die sich mit dem Thema "Internet" beschäftigen und die man online lesen kann
Suchmaschinen	Wenn Sie etwas konkretes zu einem Thema oder aktuelle Informationen suchen	Sie suchen Internetseiten mit Angeboten für Ferienhäuser in Westerland auf Sylt
Metasuchmaschinen	Wenn Sie einen sehr spezifischen Begriff suchen oder einen besonders großen Suchbereich abdecken wollen	Sie möchten wissen, wie viele Treppenstufen der Eiffelturm hat
Spezielsuchmaschinen	Wenn Sie nur einen bestimmten Bereich im Internet durchsuchen wollen (nur Seiten, zu einem bestimmten Thema oder einem Fach)	Sie möchten nach aktuellen Zeitungsartikeln aus Tageszeitungen suchen

3.5 Wie werden Suchmaschinen genutzt?

... Suchwerkzeuge im WWW orientieren sich an den Laiennutzern. Sie bieten professionellen Endnutzern einige, den Information Professionals hingegen kaum zufrieden stellende Recherchemöglichkeiten. Die derzeitigen Suchwerkzeuge arbeiten im Sinne Boolescher Systeme, d.h. sie verwenden die Operatoren UND, ODER bzw. NICHT. Gibt ein Nutzer keinen Funktor⁴ an, wird dies als Boolesches UND interpretiert, während die ursprünglichen Suchwerkzeuge mit ODER

⁴ Symbol für Operation der Aussagenlogik (hier Leerzeichen gemeint)





gearbeitet haben. Die Suchmaschinen bieten allerdings nicht die volle Boolesche Funktionalität an. So lässt Google keine Klammerung zu und kennt auch keinerlei Abstandsoperatoren ausser der direkten Nachbarschaft (Phrase). Trunkierung durch Jokerzeichen ist ebenfalls nicht möglich. Möchte man beispielsweise Literatur über „Angebote“ recherchieren, so sind alle grammatischen Varianten mit ODER zu verknüpfen: Angebot OR Angebots OR Angebote OR Angeboten (zum Vergleich mit Trunkierung: Angebot*). Die Klammerung erleichtert verschachtelte Anfragen wie: Gesucht sind Webseiten zu Arbeit und Freizeit in Holland und Belgien, aber nicht solche, in denen Belgien und Holland gemeinsam vorkommen. Bei Google lautet die Formulierung: Arbeit Freizeit Holland OR Belgien –Holland OR –Belgien, die jedoch kaum ein Laiennutzer kennt [...] (Stock /Lewandowski 2005, S. 2)

3.5.1 Nutzung der Profisuche

Während die Booleschen Operatoren laut Befragung von Machill et al. (2003) nur etwa der Hälfte der Nutzer bekannt sind, erreichen die erweiterten Suchformulare („Profisuche“) mit 59 Prozent eine etwas höhere Bekanntheit. Allerdings zeigt sich, dass sie noch seltener genutzt werden als die Operatoren. Nur 14 Prozent der Nutzer geben an, die erweiterte Suche öfter zu verwenden (vgl. Machill et al. 2003, S. 168). In den Laboruntersuchungen lag deren Nutzung noch einmal deutlich unter diesem Wert [...]

3.6 Retrievalsprache (Suchsyntaxen)

Die am meisten angewandten Suchsyntaxen im Überblick (Wolf 2006, online):

Verknüpfung	Modale Operatoren	Boolesche Operatoren	Auswahlfelder	Grafik
und	Leerzeichen	and	mit allen Wörtern	
oder	Klammer	or	mit irgendeinem der Wörter	
nicht	Minuszeichen	not	ohne die Wörter	
Phrase	Anführungszeichen	Anführungszeichen	mit der genauen Wortgruppe	

3.7 Was gibt es für Suchstrategien im Internet?

Folgende Suchstrategien gilt es grundsätzlich zu unterscheiden:

1. Surfen (Stöbern)
2. Browsen (Blättern)
3. Eingabe der Internet-Adresse

„Surfen“ bedeutet das unstrukturierte, planlose „Herumhüpfen“ in den unendlichen Weiten des Internets, während man beim „Browsing“ das aufbereitete Informationsangebot von themenspezifischen „Sammelstellen“ so genannten „Clearinghouses“, nutzt, um auf weitere interessante Links zu stossen.“

(Weilenmann, 2006)

Auch die direkte Eingabe einer Internet-Adresse auf gut Glück, wie z.B. <http://www.wetter.de> kann zum gewünschten Ziel führen.

3.8 Tipps zur besseren Suche

1. Verzicht auf häufig gebrauchte Wörter

Zu Wörtern wie „Programm“, „Internet“ oder „News“ findet eine grosse Suchmaschine mehrere tausend Fundstellen mit nicht unbedingt relevanter Information für die gestellte Suchanfrage. Deshalb sollte auf solche häufig gebrauchten Wörter verzichtet werden.

2. Arbeiten mit Synonymen

Falls auf eine Anfrage keine Ergebnisse oder nur mangelhafte Treffer erzielt werden, stellt die Abfrage mit einem sinnverwandten Wort eine weitere Möglichkeit dar.

Sucht man beispielsweise nach „Orange“, sollte zugleich auch der Begriff „Apfelsine“ recherchiert werden. Damit wird die Suchanfrage aufgewertet.

3. Übersetzen der Suchanfrage in eine andere Sprache

Falls man mit einer deutschsprachigen Anfrage in einem internationalen Suchdienst nicht erfolgreich ist oder noch mehr Ergebnisse erzielen möchte, ist die Suchanfrage z.B. in Englisch zu übersetzen.

4. Finden von deutschsprachigen Dokumenten in internationalen Suchdiensten

In den meisten Suchdiensten kann man, um die Treffermenge zu präzisieren, in der „Erweiterten Suche“ den Sprachraum eingrenzen. Grundsätzlich werden in internationalen Suchdiensten bei einer Anfrage mit deutschsprachigen Begriffen auch nur deutschsprachige Dokumente oder anderssprachige Dokumente mit deutschen Begriffen gefunden.

5. Lernen aus den Resultaten

Mit der Analyse der Ergebnisse, kann festgestellt werden, welche Resultate der ursprünglichen Suchanfrage am nächsten kommen. In den Titeln oder Kurzbeschreibungen dieser besonders treffenden Ergebnisse kommen vielleicht Begriffe vor, die für eine neue Suche verwendbar sind. Mit diesen neuen Begriffen, ist die Suche einzuschränken und zu präzisieren. Beispiel anstatt „Krebstier“ den spezifischeren Begriff „Strandkrabbe“ verwenden.

6. Kennen lernen der Suchfunktionen mehrerer Suchdienste

Leider bietet keine Suchmaschine alle möglichen Suchfunktionen auf einmal an. Suchmaschinen unterscheiden sich unter anderem stark darin, mit welchen Suchfunktionen sie aufwarten können. Die Kenntnis mehrerer Suchmaschinen und ihrer individuellen Möglichkeiten erleichtern daher eine erfolgreiche Recherche.

7. Mit drei bis vier Suchmaschinen arbeiten

Grundsätzlich sollte mit drei bis vier Suchmaschinen (inkl. Webkataloge und Linksammlungen) gearbeitet werden. Es lohnt sich die Funktionen (Suchsyntaxen) dieser ausgewählten Suchmaschinen gut kennen zu lernen.

8. Mit Newsletters arbeiten

Abonnieren von Newsletters auf den Websites ihrer Kantone und Gemeinden.

3.9 Ranking

Sehr wichtig ist die Methode (das Rankingverfahren), wie Trefferlisten in Web-Suchmaschinen aufgebaut und sortiert werden. Üblicherweise werden hier andere Methoden als bei Bibliothekskatalogen oder Online-Datenbanken verwendet.

Bibliothekskataloge beispielsweise zeigen nur diejenigen Treffer an, die den eingegebenen Suchbegriffen vollständig genügen. Bei den Online-Datenbanken führt die Möglichkeit zur präziseren Formulierung der Anfrage und die Quellenauswahl, d.h. die Wahl der geeigneten Datenbank, zu einer verringerten Treffermenge und so zu exakteren Resultaten.

Hier nun die in Web-Suchmaschinen verwendeten Rankingfaktoren (*Lewandowski 2005, online*):

- **Dokumentspezifische Wortgewichtung**
Relative Häufigkeit des Vorkommens eines Worts in einem Dokument
- **Wortabstand**
Bei Anfragen mit mehreren Suchbegriffen wird der Abstand der Suchbegriffe voneinander berücksichtigt
- **Position der Suchbegriffe**
An markanten Stellen des Dokuments vorkommende Suchbegriffe werden höher bewertet. Zum Beispiel Vorkommen im Titel, in den Überschriften, in der URL
- **Reihenfolge der Suchbegriffe in der Anfrage**
In der Anfrage zuerst stehende Begriffe werden als bedeutender angesehen
- **Metatags**
Vorkommen der Suchbegriffe in den Metatags
- **Stellung der Suchbegriffe**
Vorkommen der Suchbegriffe am Beginn des Dokuments wird höher gewertet als späteres Auftreten
- **Betonung von Begriffen durch HTML-Elemente**
Hervorgehobene Begriffe (fett, kursiv) werden höher bewertet
- **Gross-/Kleinschreibung**
Dokumente, in denen die Suchbegriffe in exakt der eingegebenen Form vorkommen werden bevorzugt
- **Inverse Dokumenthäufigkeit**
Relative Häufigkeit des Vorkommens eines Wortes in Dokumenten der gesamten Datenbank; seltene Begriffe werden bevorzugt
- **Ankertext**
Vorkommen der Suchbegriffe im Linktext eines Dokuments, welches auf das Zieldokument verweist
- **Sprache**
Dokumente, die in der Sprache des benutzten Länderinterfaces verfasst sind, werden höher bewertet.
- **Geo-Targeting⁵**
Seiten, die ihren „Standort“ in der Nähe des Benutzers haben, werden bevorzugt
- **Verzeichnisebene**
Je höher das Dokument innerhalb der Hierarchie seiner Website steht, desto höher wird es bewertet
- **Anzahl eingehende Links**
Je mehr Links auf das Dokument verweisen, als desto bedeutender wird es angesehen
- **Linkpopularität**
Wert für die Autorität / Qualität eines Dokuments wird aufgrund der Verlinkungsstruktur berechnet
- **Klickhäufigkeit**
Dokumente, die von vielen Benutzern angesehen werden, werden höher bewertet
- **Aktualität**
Aktuelle Dokumente werden höher bewertet als ältere
- **Dokumentlänge**
Dokumente ab und bis zu einer gewissen Länge (sinntugend) werden bevorzugt
- **Dateiformat**

⁵ Synonyme: Geolocating (ordnet IP-Adressen, Mac-Adressen etc. ihrer geographischen Herkunft zu)

Dokumente im Standardformat HTML werden höher bewertet als solche in anderen Formaten (PDF, Word etc.)

- **Grösse der Site**

Dokumente von umfangreichen Web-Angeboten werden höher bewertet als solche von kleinen Sites

Die meisten Suchmaschinen verwenden eine Kombination von mehreren Rankingfaktoren. In den letzten Jahren hat sich die Auswertung der Linkstruktur als wichtiges Kriterium für die Bewertung von Dokumenten erwiesen. Es wurden komplexe Verfahren entwickelt, die die Linkpopularität eines Dokumentes messen (z.B. Klickhäufigkeit, Anzahl eingehende Links).

3.10 Kriterien für die Qualitätsbewertung von Suchergebnisse aus Nutzersicht

Titel

Ein erster Anhaltspunkt für die Bewertung eines Ergebnisses ist der Titel. Manchmal kann man bereits aus dem Titel einer Webseite erkennen, ob ein Dokument brauchbar ist oder nicht. Wenn beispielsweise eine Persönlichkeit gefunden werden soll und der Titel eindeutig auf eine Institution schliessen lässt, die den gleichen Namen trägt, können diese Dokumente einfach übergangen werden.

(Beispiel Goethe – Goethe Institut)

[Goethe-Institut - Leitseite](#)

Offizielle Organisation zur Förderung deutscher Kultur.

[www.goethe.de/](#) - 27k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Inhaltsauszug

Viele Suchdienste übernehmen in die Ergebnisliste einen kurzen Auszug aus dem Text des Dokuments. Reicht der Titel zur Bewertung nicht aus, kann man aus diesem Textstück die Relevanz des Dokumentes beurteilen.

Kurzbeschreibung

Bei manchen Suchmaschinen erscheint zusätzlich zum Titel eines Dokuments eine kurze Beschreibung des Inhalts; das können Stichworte sein (z.B. bei Internet-Verzeichnissen), die den Inhalt näher umschreiben oder ein kurzer zusammenhängender Text.

Bsp.?

Summary

Noch einfacher ist es, wenn der Suchdienst eine kurze, maschinell erstellte Inhaltsangabe des Trefferdokuments mitliefert. Ein solcher maschinell erstellter Textauszug widerspiegelt den Inhalt eines Dokumentes aber nicht vollständig.

URL

Hinweis gibt auch die URL des Dokuments. Die URL gibt Auskunft über die geographische Herkunft eines Dokuments oder vermittelt Informationen über den organisatorischen Kontext, in den eine Webseite sich einordnet. Nicht unerheblich ist auch die Länge einer URL.

Sucht man beispielsweise Informationen zum Thema „Sekten“, wäre ein Dokument mit einer URL wie <http://www.sekten.de/> sicher weitaus ergiebiger als eine Adresse wie <http://www.unixy.de/publik/mitarbeiter/meier/sekten.htm>.

Bei der ersten Adresse kann man davon ausgehen, dass das Thema „Sekten“ das Hauptthema des Angebots ist, bei dem zweiten findet man dasselbe buchstäblich unter „ferner liefern“.

Der Name des Servers

Zum Beispiel <http://www.hostname.de>

Der Name ist vom Betreiber frei wählbar. Sie finden also neben den offiziellen Seiten großer Firmen auch ausgeflippte Fantasienamen und Namen von Projekten, Filmen, Produkten etc.

Die Top Level Domain

Das ist die Endung des Servernamens: `http://www.hostname.de`. Anhand der Top Level Domain können Sie erkennen, zu welcher der folgenden Gruppen die Seiten gehören.

.com Wird sowohl von kommerziellen Anbietern international genutzt als auch von vielen nichtkommerziellen Projekten, die sich keiner anderen Top-Level-Domain zuordnen lassen. Dies ist die meistgebrauchte Endung im WWW.

.edu Wird im amerikanischen Raum für Bildungseinrichtungen, hauptsächlich von Universitäten, verwandt. Taucht aber auch ab und zu bei internationalen Einrichtungen als Teil der Adresse auf.

.gov Wird von amerikanischen Regierungsbehörden verwandt, aber nicht immer.

.mil Wird von amerikanischen Militäreinrichtungen verwandt.

.net Wird von Netzanbietern und Providern international verwandt.

.org Wird von nichtkommerziellen Organisationen verwandt, dahinter kann sich aber im Einzelfall auch eine Firma verbergen.

Ländercodes: Zusätzlich ist jedem Land eine spezifische Top-Level-Domain zugeordnet. Hinter der Länder-Domain kann sich von Regierungseinrichtungen über Firmen bis zu Spaßprojekten alles verbergen.

.de Deutschland

.us USA

.uk Großbritannien

.at Österreich

.ch Schweiz

.nl Niederlande

Kategorien

Bei einer Stichwortsuche geben Internet-Verzeichnisse wie „Allesklar“ oder „DINO“ in der Regel bei jedem Treffer an, zu welcher Kategorie des Verzeichnisses die gefundene Webseite gehört.

Hier die Beispiele dazu:

Suche
 was wo

Startseite Suche

Suche nach: **goethe**

1 Kategorien im Webkatalog

Menschen & Gruppen Persönlichkeiten Künstler Schriftsteller A-Z Schriftsteller G
Goethe, Johann Wolfgang von

Suchergebnis

| 1 - 20 | weiter >

- Sponsoren Links
 - [Goethe - wie Wahrheit wandelt](#)
Über die Wirksamkeit von Lebenshilfen und Weisheitslehren, über Gemeinsamkeiten heutigen Wissens und einstigen Glaubens, über Vor- und Nachteile der Einsamkeit u. a. m.
<http://www.dietmar-odilo-paul.de>
 - [Goethe zum Festpreis auf eBay Express kaufen](#)
Bücher, Hörbücher, Musik, Instrumente, Filme, DVDs, PC- und Videospiele als Neuware zum Festpreis. eBay Express: Alles. Einfach. Neu.
<http://www.ebayexpress.de>
- Webkatalog (654 Einträge)
- [Goethe Institut Montreal \(Montreal/Kanada\)](#)
Das institut informiert über Kulturprogramme und Sprachkurse. Einzelne Rubriken widmen sich der Rechtschreibreform, neuer deutscher Literatur oder Materialien zum Erlernen der deutschen Sprache.
Kategorie: [Kunst & Kultur](#) > [...] > [Einzelne Künstler-Organisationen](#) > [Goethe-Institute](#)
<http://www.goethe.de/uk/mon/deindex.htm>



Sie sind hier: Startseite > Suche

Web Verzeichnis Produkte

Verzeichnissuche

1 Kategorien im Webkatalog

Menschen & Gruppen Persönlichkeiten Künstler Schriftsteller A-Z Schriftsteller G **Goethe, Johann Wolfgang von**

Suchergebnis 1 - 10 von 654

| 1 - 10 | weiter >

[Goethe Institut Montreal \(Montreal/Kanada\)](#)
Das institut informiert über Kulturprogramme und Sprachkurse. Einzelne Rubriken widmen sich der Rechtschreibreform, neuer deutscher Literatur oder Materialien zum Erlernen der deutschen Sprache.
<http://www.goethe.de/uk/mon/deindex.htm>

[Goethe Institut Bibliothek & Information International](#)
Hier kann man Berichte und Publikationen einsehen und sich über Projekte informieren.
<http://www.goethe.de/wis/bib/prj/biif/>

[Goethe Institut Salvador-Bahia](#)
Diese Vertretung des Goethe-Instituts informiert über Veranstaltungen, Sprachkurse, Projekte, Aktivitäten und Informationsdienste.
<http://www.goethe.de/ins/br/sab/>

[Goethe Travel Office \(Italien\)](#)
Ausgesuchte Hotels und Appartements am Gardasee (Malcesine, Brenzone, Torbole, Riva, Torri). Eintrittskarten für die Opernsaison Arena di Verona, Ausflüge nach Venedig, Verona, Mailand, in die Dolomiten und Seerundfahrten.
<http://www.goethetravels.it/>

[Goethe-Institut Inter Nationes e.V. \(München\) - Vermittlung der deutschen Sprache und Kultur](#)
Das Zentrum für deutsche Kultur, Sprach und Informationsaustausch ist in zahlreichen Ländern vertreten und bietet dort Sprachkurse, Lehrerausbildung und Fortbildung an.
<http://www.goethe.de/>

[Fachschaft Jura der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main](#)
Die Vertretung der Studierenden bietet aktuelle Informationen, Termine, Veranstaltungen und mehr rund um das Jura-Studium.
<http://www.fachschaft-jura.info/>

3.11 Allgemeine Bewertungskriterien von Webseiten aus Sicht der Informationsspezialisten

(ausgeschlossen sind FTP-Archive, Newsgroup-Artikel, FAQs oder Datenbanken)

Glaubwürdigkeit

- a. Allgemeine Plausibilität der Quelle
- b. Kompetenz des Autors
- c. Hinweis auf Institution / Organisation
- d. Hinweis auf Review-Verfahren
- e. Internet-Domain

Genauigkeit und Abdeckung

- a. Aktualität
- b. Genauigkeit der Quelle
- c. Abdeckung des Themas
- d. Absicht und Zielgruppe

Ausgewogenheit

- a. Objektivität
- b. Folgerichtigkeit

Quellennachweis

- a. Kontaktmöglichkeit
- b. Quellenverzeichnis
- c. Bestätigung durch Dritte

Benutzerfreundlichkeit

- a. Struktur und Navigation
- b. Zugang
- c. Ausnutzung interaktiver und multimedialer Möglichkeiten

Am Schluss steht die Einschätzung der Gesamtqualität (Stimmigkeit der Website), die aber erst nach einem Vergleich mit anderen Quellen geschehen kann, um diese in Relation zu setzen.

3.12 Qualitätsmerkmale von Suchmaschinen

- Anzahl indizierter Dokumente
- Aktualität der Einträge
- Unterstützte Formate (Bsp. Google: .pdf, .doc, .ppt, Bilder, ...)
- Umgang mit generierten Seiten
- Auswerten der Dokumente (vollständig, partielle)
- Ausschluss von Domänen
- Suchtiefe bzw. Linkverfolgung durch Spider
- Antwortzeiten
- Quote von toten Links
- Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit
- Interaktivität der Suche (Verfeinerung, Suchen in Ergebnissen)

3.13 Was Suchmaschinen nicht finden

Die Zahl der Informationen, die nicht mittels Suchmaschinen gefunden werden ist immens. Mit dem Begriff „Invisible Web“ oder „Deep Web“ wird das Nichtauffinden dieser Informationen bezeichnet. Es gibt verschiedene Bereiche dieses Invisible Web.

Hier eine mögliche Einteilung von vielen (Weilenmann, 2006):

Mit „**Opaque Web**“ (undurchsichtiges Web) wird jener Teil bezeichnet, der von den Suchmaschinen technisch zwar erfasst werden kann, aufgrund bestimmter Restriktionen aber trotzdem nicht indexiert werden kann; dies sind z.B. Webseiten, die nur bis zu einer bestimmten Ebene erfasst werden (Tiefe des Crawlings), Crawl-Frequenz (Aktualität) u.a.

Das „**Private Web**“ (private Web) beinhaltet Seiten, die bewusst von der Indexierung durch Suchmaschinen ausgenommen werden; dies kann durch eine Passwort-Abfrage oder durch den Einsatz einer Robots-Exclusion-Datei (robots.txt) erzielt werden.

Beim „**Proprietary Web**“ (dem geschützten Web) wird eine Registrierung mit Angaben der persönlichen Daten und die Zustimmung für bestimmte Nutzungsbedingungen verlangt. Hier handelt es sich um kostenpflichtige Datenbanken.

Das „**Truly Invisible Web**“ (wirklich unsichtbare Web) besteht aus Seiten, die für Suchmaschinen infolge technischer Gründe nicht indexierbar sind (z.B. dynamisch generierte Seiten).

Konkret nicht auffindbar sind also (Karzauninkat, online):

Unsichtbare Dynamische Seiten

Das Internet besteht nicht nur aus statischen Webdokumenten, die durch Suchmaschinenrobots erfassbar sind. Ein zunehmender Teil der Informationen wird durch Datenbanken geliefert. Das Internet dient hier nur als Übertragungsmedium und nicht als Datenspeicher. Einfaches Beispiel sind Fahrpläne und Telefonbücher. Man findet im Internet keine langen Listen mit Namen und Nummern, sondern eine Abfragemaske. Aus der Kombination von Namen und Adresse wird eine Ergebnisseite zusammengebaut, und zwar „on the fly“ oder „zur Laufzeit“, also im Augenblick der Abfrage. Die Seiten existieren nur einen Augenblick lang auf dem Rechner des Benutzers. Da aber kein Suchmaschinenrobot eine solche Abfrage startet, sind alle Millionen und Abermillionen von Telefonnummern nicht durch normale Internetsuchmaschinen herauszufinden, sie sind daher in Bezug auf Suchmaschinen „unsichtbar“.

Kostenpflichtige Suchmaschinen

Wirtschaftsdatenbanken und professionelle Archive aller Art bieten kostenpflichtige Services über das Internet. Folglich gibt es nicht wenige Datenbanken, deren Nutzung nur nach Registrierung und gegen Gebühr möglich ist. Auch die Informationen in solchen Profi-Datenbanken sind daher für normale Suchmaschinen unsichtbar [...]

Unsichtbar durch Fehler im System

Nicht nur Datenbanken entziehen sich dem Zugriff durch Suchmaschinen. Auch schlecht eingestellte Server, ungeeignete Content Management Systeme, falsch gebaute Internetseiten können Ursache dafür sein, dass der Suchmaschinenrobot „aussteigt“ und die Informationen nicht in seinen Index aufnimmt. Auch wenn sie für einen normalen Internetnutzer vielleicht problemlos aufrufbar wären, bleiben die Informationen dann unsichtbar.

Unsichtbar durch „kein Zugriff“

Nicht alle Informationen, auf die über das Internet zugegriffen werden kann, sind für die Öffentlichkeit bestimmt. Unternehmensdaten sollen beispielsweise nur Mitarbeitern zugänglich gemacht werden und werden daher durch Passwort geschützt. Unsichtbar also für alle, die dem weltweiten Unternehmensnetzwerk, dem „Extranet“ der Firma nicht angehören.

Unsichtbar durch „viel zu viel“

Ein anderer Grund für die Tatsache, dass Seiten nicht im Index der Suchmaschinen landen, sind schlichte Kosten- und Kapazitätsgründe. Da heutzutage auf jedem Server sehr viele Seiten lie-

gen, die teilweise in sehr verschachtelten Ordnerstrukturen organisiert sind, erfassen Suchmaschinen nicht alles, was sie finden. Im Extremfall geben sie sich mit der Startseite zufrieden. Schon jetzt müssen Suchmaschinen riesige Serverfarmen betreiben, um konkurrenzfähig zu bleiben. Google arbeitet beispielsweise zum Zeitpunkt dieses Beitrags mit 3000 Servern.

Unsichtbar durch „zu langsam“

Es ist ja nicht damit getan, eine Internetseite einmal zu indexieren. Viele Seiten werden oft aktualisiert. So oft, dass die Spider nicht mitkommen. So bleiben auch aktuelle Informationen zuweilen eine Zeit lang unsichtbar.

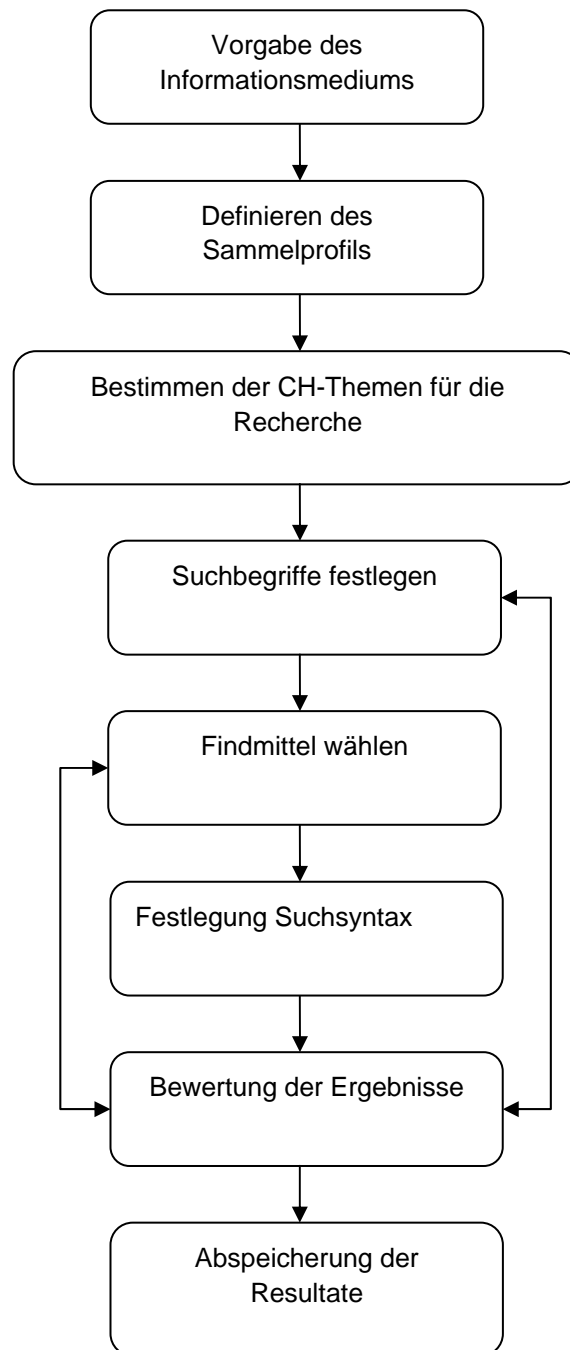
Unsichtbar ist eigentlich nur unentdeckt

An dieser Stelle wird spätestens klar, dass Informationen, die in Suchmaschinen nicht aufzufinden sind, keinesfalls wirklich versteckt sind. Sie können häufig ganz normal aufgerufen werden (es sei denn, sie gehören zu den Inhalten, zu denen man nur gegen Gebühr oder bei Zugehörigkeit zu einem bestimmten Unternehmen einen Zugang erhält). Sie erscheinen lediglich nicht in den Ergebnisseiten der Suchmaschinen.

4 Praktischer Teil (Arbeitsteil)

4.1 Suchmethodik landeskundliche Online-Helvetica

Für die erfolgreiche Recherche muss zuerst der Suchprozess definiert werden:



Vorgabe des Informationsmediums

z. B. Internet, Datenbanken etc.

Definieren des Sammelprofils

Hier gemäss der Sammelrichtlinien der Schweizer Nationalbibliothek (Merkblatt Sammeln) und der Sammelrichtlinien der Kantonsbibliotheken (Sammelprofil). Beantwortet werden folgende Fragen:

„Was sammeln wir, was sammeln wir nicht, welche Sammelbereiche sind für unseren Kanton, resp. unsere Nutzer/innen wichtig etc.“

Bestimmen der CH-Themen für die Recherche

z.B. Landwirtschaft, Matterhorn

Suchbegriffe festlegen

Welche Suchbegriffe werden für die Recherche verwendet (z.B. Schlagworte, Stichworte, (Fachtermini) Verwenden von Synonymen, Homonymen etc.

Suchmaschine/Webverzeichnis wählen

Je nach Thema kann es sinnvoll sein, eine andere Suchmaschine/Webverzeichnis zu wählen.

Festlegung der Suchsyntax

Wichtig: Lesen der Bedienungsanleitung (Hilfe) der jeweiligen Suchmaschine. Dadurch können auch die Suchoperatoren bestimmt werden und ein Einbezug der Profisuche (auch Erweiterte Suche) in Erwägung gezogen werden.

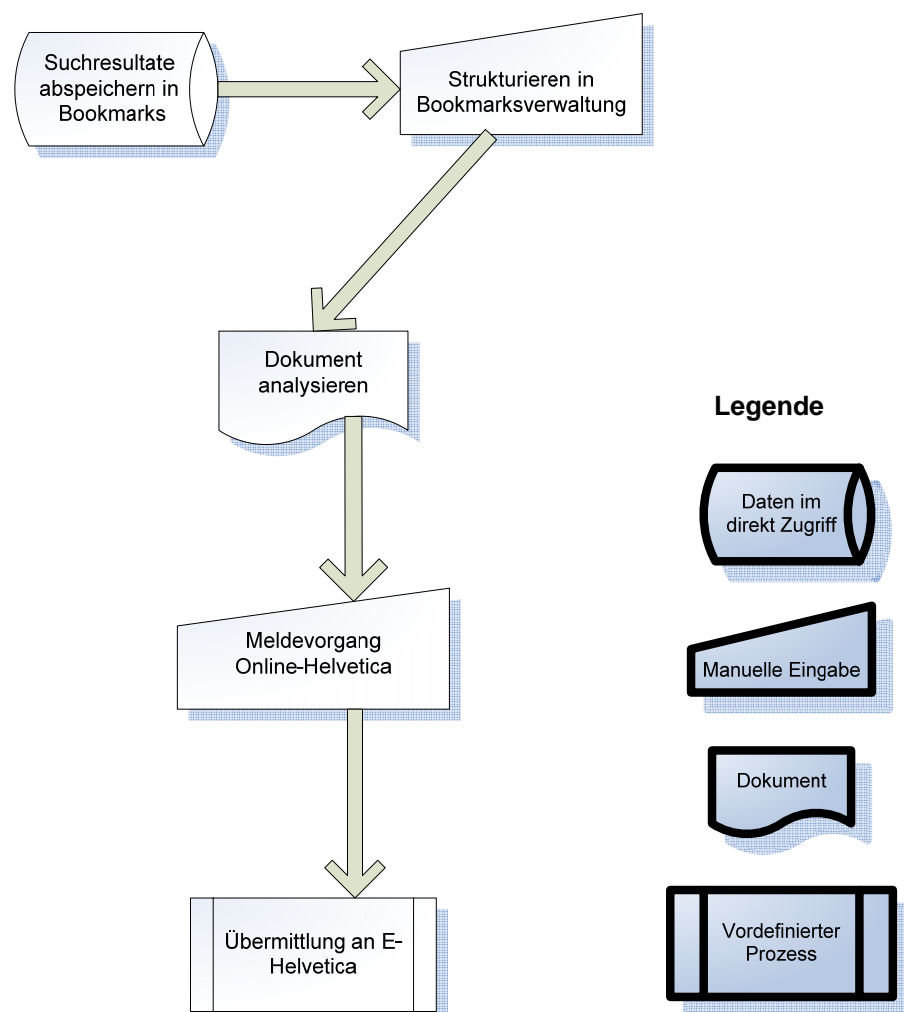
Bewertung der Ergebnisse

Durch die Bewertung der Ergebnisse, kann festgestellt werden, ob die Suchanfrage neu formuliert werden muss oder ob es besser ist eine neue Suchmaschine, ein neues Webverzeichnis zu wählen



Abspeicherung der Resultate



z.B. in Bookmarks

4.2 Arbeitsablauf Ermittlung landeskundlicher Online-Helvetica



4.3 Übungsbeispiele

Meta-Suchmaschine	URL	Beschreibung	Wertung
ETools.ch	http://www.ertools.ch/	Deutsch / English AltaVista, Ask, Bluewin, Entireweb, Google, Lycos, MSN, Search, Seekport, Yahoo UND/ODER Verknüpfung in Suchabfrage Eingrenzbare auf CH Redundanzen werden entfernt / Relevanz Ranking	Übersichtliche Oberfläche, Suchwörter werden hervorgehoben, Relevanzberechnung unklar
Suchmaschine	URL	Beschreibung	Wertung
Search.ch 	http://www.search.ch/	Deutsch / français / italiano / English AND/OR/NOT Verknüpfung Eingrenzbare auf CH und auf sämtliche Kantone	Übersichtliche Oberfläche, relevante Treffer auch auf Ebene „Kanton“ – zurzeit viele kommerzielle Treffer (Spam)
Bluewin Suche 	http://www.sear.ch	Deutsch / français / italiano Suchfunktion wird von Google.ch durchgeführt. Möglichkeit mit dem selben Suchbegriff direkt auch in Wikipedia, Telefonverzeichnis, etc. zu suchen. Kein eigener Suchroboter, keine eigene Datenbank	Ausser dem raschen Wechsel zu Wikipedia, etc. kaum ein Mehrwert
Google.ch 	http://www.google.ch	Deutsch / français / italiano / Rumantsch / English Einfache Suche / Erweiterte Suche Web, Bilder, News, Usergroups, etc. Suche Eingrenzbare auf CH	Übersichtliche Oberfläche, mächtige Suchabfragemöglichkeiten, Werbung trübt die Trefferrelevanz
AltaVista Schweiz	http://ch.altavista.com/	Selektion auf Deutsch und Englisch oder Alle Sprachen Einfache / Erweiterte Suche Web, Bilder, Audio, Video, etc. Eingrenzbare auf CH	Übersichtliche Oberfläche, mächtige Suchabfragemöglichkeiten Werbung, merkwürdige Sprachenregelung
MSN Schweiz	http://ch.msn.com/	Deutsch / français AND / OR / NOT – Stoppwörter werden ignoriert Web, Bilder, News, etc. Suche	Übersichtliche Oberfläche, relevante Treffer, leider keine Eingrenzung auf CH möglich, Werbefenster

Yahoo! Schweiz 	http://ch.search.yahoo.com/	Deutsch / français / italiano AND / OR / NOT -> Erweiterte Suche Web, Bilder, Video, Nachrichten Eingrenzbare auf CH und Sprachen	Übersichtliche Oberfläche, mächtige Suchabfragemöglichkeiten, keine Werbung in der Suchmaske
Verzeichnis Linksammlungen	URL	Beschreibung	Wertung
Auskunft.ch	http://www.auskunft.ch/	Deutsch Suche nach unterschiedlichen Kategorien, wird nach extern verwiesen Übliche Kategorien	Übersichtlich, eher kommerzielle Seiten im Vordergrund
dmoz Open Directory Project	http://dmoz.org/Regional/Europe/Switzerland/	English Suche innerhalb der Rubrik Switzerland möglich	Grobgefasste Rubriken, unübersichtlich, durch internationale Mitarbeit auch seltene, kuriose Verweise
Sharelook.ch	http://www.sharelook.ch	Deutsch Beinhaltet Metasuche -> durchgeführt von Apollo7 Beinhaltet Suche Eingrenzbare auf CH / Basel und Zürich	Feinmaschige Rubriken, aber kaum Inhalte. Viel Werbung. Metasuche unbrauchbar
Webliste 	http://www.webliste.ch/	Deutsch Eingrenzbare (in einzelnen Kategorien) auf Kantone	Sehr umfangreiche, übersichtliche Sammlung schweizspezifischer Links. Verschiedene spezielle Suchmöglichkeiten innerhalb der Linklisten
Swisslinks	http://www.swissinfo.org/ger/swisslinks/	Deutsch / français / italiano / weitere 6 Sprachen Beinhaltet eine Stichwortsuche CH oder CH relevante Seiten	Übersichtlich, feingliedrige Kategorien, Umfang & Qualität nach Thema unterschiedlich
ch.ch	http://www.ch.ch	Deutsch / français / italiano / Rumantsch / English Das Portal der Schweizerischen Bundeskanzlei in Zusammenarbeit mit den Kantonen und Gemeinden Aufgeteilt nach „Private“, „Unternehmen“ und „Behörden“ -> guichet virtuel (= Antworten auf Fragen des täglichen Bedarfs auch mit Hilfe einer Linksammlung.)	Sehr übersichtlich, aber keine eigentliche Linksammlung (Verweise nur als Hilfe zu weiteren Informationen)

Linker.ch	http://www.linker.ch/	Deutsch Index, Suchergebnisse sortiert nach CH und weitere Länder, eher kommerzielle Seiten	Angenehm gestaltet, eher wenige Webadressen zu fast allen Themenbereichen. Ungewohnte Navigation
Kouik.ch	http://www.kouik.ch/	Français Verzeichnis und Suchmaschine „Guide de l'Internet romand“ Suche über sämtliche Rubriken, Kommentierte Inhalte innerhalb der Rubriken	Übersichtlich, relevante aber eher wenige Treffer
BigFoot.ch Switzerland Web Directory	http://www.bigfoot.ch/	Deutsch / français / english / italiano Verzeichnis gegliedert nach Themen oder nach Kantone/Regionen Je nach Sprachwahl unterschiedliche Treffer Suchmöglichkeit innerhalb des Verzeichnisses	Übersichtlich, aber kaum CH-Seiten indexiert.
Linkcity.ch	http://www.linkcity.ch/	Deutsch Verzeichnis von deutschsprachigen Websites aus der Schweiz Thematisch gegliedert, Suchmaschine für die Linksammlung	Relevante und nichtrelevante (kommerzielle) Treffer gemischt
Portal	URL	Beschreibung	Wertung
Z!sch	http://www.zisch.ch/	Deutsch Suchmöglichkeit in Rubriken, Verzeichnis und Medienartikel (LZ-Medien) Suche auf Zentralschweiz eingegrenzt (LZ-Medien Einflussgebiet)	„Unruhig“, viel Werbung News aus den einzelnen zentralschweizerischen Kantonen sortiert
Graubünden Portal	http://www.link-gr.ch/	Deutsch Suchmöglichkeit innerhalb der Link-Datenbank Kommentiertes Linkverzeichnis, mehrheitlich Seiten aus dem Kanton Graubünden	Übersichtlich Viele kommerzielle Seiten / Verweise. Kommentare, teils Werbebotschaften der betreffenden Anbieters

Basel Linksammlung	http://www.basel.ch/de/links	Deutsch / français / English Suchmöglichkeit nur für Inhalte von basel.ch, Linksammlung thematisch geordnet – deckt Regio Basel ab (Baselland, Fricktal, Süddeutschland und Elsass)	Übersichtlich, Linksammlung kleiner Bestandteil der Webauftritts, viele, relevante Links.
AarauVista	http://www.aarauvista.ch/	Deutsch Suchmöglichkeiten in Rubriken Firmen, Vereine, Private Homepages, etc. Rubriken über den Kanton Aargau	Übersichtlich, teils wenige Einträge – Rubrik wie „Vereine“ sehr nützlich Kommerzielle Seite
BL virtuell	http://www.blvirtuell.ch/	Deutsch Rubriken, Suchmöglichkeit innerhalb der Rubriken, Mehrheitlich Inhalte aus dem Kanton BL, teils auch Regio Basel	Übersichtlich, keine Werbung, wenig ‚veraltet‘, Linksammlung nicht überall à jour
Appenzellerlinks.ch	http://www.appenzellerlinks.ch/	Deutsch Rubriken, Suchmöglichkeit innerhalb der einzelnen Rubriken. Links aus der Region Ostschweiz, vorab aus den beiden Halbkantonen	Animationen und Werbung wirken störend, Grobmaschige Rubriken, nützlich da auf „Appenzell“ konzentriert.
Sites web valaisans	http://www.mediathèque.ch/	Deutsch / Français Thematisch geordnete Liste mit Links aus dem Wallis, gesammelt von der Médiathèque Valais	
Portail web du Canton de Neuchâtel	http://www.surface.ch/ne/	Français Suche nach Gemeinden oder Kategorien	
Vaud-Région	http://www.vaud-region.ch/	Français Verzeichnis u.a. mit Links aus dem Kanton Waadt und Umgebung, gegliedert nach Themen	Übersichtlich, eher wenige Treffer



Empfehlenswerte Suchdienste

4.3.1 Recherche: Matterhorn und Geologie

1) Ausgangslage: Suchauftrag und Inhalt definieren

Welche Informationen sollen gefunden, gesammelt und archiviert werden? [vgl. Merkblatt Sammeln, Kapitel 2.1 und 2.2 Kapitel 5.2.1]

Konkret für dieses Recherche-/Sammelbeispiel bedeutet es: Informationen mit fachlicher (historisch, kulturell) Relevanz, angeboten von schweizerischen Institutionen (national – lokal) oder von Privatpersonen (Qualität, Umfang & Bedeutung) zu sichten.

2) Übersicht schaffen

Andere Namen und Bezeichnungen / Synonyme, Flexionen des Suchgebietes definieren:

Bspw. Überblick in Wikipedia

„walliserdeutsch ds **Hore**, französisch Mont **Cervin** oder Le **Cervin**, italienisch Monte **Cervino**“

„Synonyme“ und Flexionen (Trunkierung wird von Suchmaschinen kaum unterstützt)

geologie, geologisch, geologisches, geologischer, geologischen, geologischem

tektonik, tektonischer, tektonischem, tektonisches, tektonischen, tektonisch

The screenshot shows the German Wikipedia page for 'Matterhorn'. It includes the title, a summary paragraph, a table of contents, and a detailed 'Geschichte des Namens' section. The 'Geschichte des Namens' section explains that the name 'Matterhorn' was first used in 1851 and is derived from the German word 'Matter' (meaning 'mountain') and 'horn' (referring to the mountain's sharp peak). It also mentions that the name was used by the Swiss and German mountaineering community.

Eine Suche auf ‚gut Glück‘ in einer Suchmaschine (wie Google oder Search) zeigt, dass neben der kaum zu bewältigenden Anzahl von Treffern (2'920'000) viele Buch- und Hotelangebote angezeigt werden.

-> Ausschluss dieser Wörter
Gefahr, dass auf einer relevanten Seite einer dieser Begriffe geschrieben steht und so ausgeschlossen wird!

3) Erweiterte Suche in Suchmaschinen

a) Beispiel Erweiterte Suche in Sear.ch (Bluwwin) mit unterschiedlichen Bezeichnungen / Namen

Alle Wörter **matterhorn**
 Einem der Wörter **geologie geologisch geologisches geologischer geologischen geologischem tektonik, tektonischer tektonischem tektonisches tektonischen tektonisch**
 Ohne Wörter **buch bücher übernachtung hotel**
 Dateiformat **alle Formate**
 225 Treffer 29.1.2007

Selbe Anfrage in Google.ch Seiten aus der Schweiz:
 276 Treffer 29.1.2007

Da Sear.ch auf Google.ch basiert überrascht diese Trefferdifferenz

The screenshot shows the Sear.ch search engine interface. At the top, there are navigation tabs: Internet, Shopping, Bücher, Gelbe Seiten, Weisse Seiten, Routenplaner, and Wikipedia. The search bar contains the text "matterhorn geologie geologisch geologisches geologischer geologischen geologischem tektonik, tektonischer tektonischem tektonisches tektonischen". Below the search bar, there are several filter sections: "Nur nach Seiten suchen mit:" with options for "alle Wörter", "und einen der Wörter", "und ohne die Wörter", and "und mit dem genauen Satz"; "Suchbereich:" set to "Schweiz"; "Domaineinschränkungen:" with "Ausschliesslich Seiten aus der Domain" and "Keine Seiten aus der Domain" options; "Sprache:" set to "alle Sprachen"; "Dateiformat:" set to "alle Formate"; and "Jugendschutzfilter:" with "eingeschaltet" selected. The search button is labeled "Suchen". On the right side, there is a list of search results, including "Matterhorn 3D Geologie", "3D-Modell", "Feld zur Geologie der Schweiz", "Erlebnis Geologie : Matterhorn", "Erlebnis Geologie", "Service - Das Matterhorn entschlüsselt", "André Henzen - Wetter, Lawinen, Geologie...", "Presexportal.ch: Bundesamt für Wasser und Geologie (Pressemappe)", "Ausstellung - Reliefs", and "Kulturgüter ETHZ - Relief - Nach Inventarnummer sortiert". At the bottom, it shows "Suchergebnisse 1 bis 10 von 225" and "Ergebnis Seite:".

Ein Blick auf die gefundenen URLs, die Titel und Kurzbeschreibungen zeigt, dass die gefundenen Seiten ‚eher‘ relevant sind und das Gesuchte repräsentieren.

b) Beispiel Erweiterte Suche in Google.ch und Yahoo.ch ohne geographische Eingrenzung

Suchsyntax:

[matterhorn geologie OR geologisch OR geologisches OR geologischer OR geologischen OR geologischem OR tektonik OR tektonischer OR tektonischem OR tektonisches OR tektonischen OR tektonisch -hotel -übernachtung -karte -buch -bücher -urlaub](#)

Anfrage in Google.ch : 748 Treffer 29.1.2007

Anfrage in Yahoo.ch : 494 Treffer 29.1.2007

c) Erweiterte Suche mit erweiterter Abfragesprache (Angebot und Syntax variiert von Suchmaschine zu Suchmaschine)

Beispiel der Begriff „matterhorn“ muss im Titel der Seite geführt werden (Relevanz?), die weiteren Stichworte (Geologie, etc.) müssen / dürfen nicht im Text vorkommen.

Suchsyntax (Google, Yahoo!)

[intitle:matterhorn geologie OR geologisch OR geologisches OR geologischer OR geologischen OR geologischem OR tektonik OR tektonischer OR tektonischem OR tektonisches OR tektonischen OR tektonisch -hotel -übernachtung -karte -buch -bücher -urlaub](#)

Anfrage in Google.ch: 75 Treffer 22.1.2007

The screenshot shows a Yahoo! search interface. At the top, there are navigation links for 'Web', 'Bilder', 'Video', 'Audio', and 'Nachrichten'. The search bar contains the query 'matterhorn geologie OR geologisch OR geologisches OR geologischer OR geologi' and a search button. Below the search bar, there are radio buttons for 'Das Web', 'Seiten auf Deutsch', and 'Seiten aus der Schweiz'. The search results are displayed in a list format, showing the first 8 results. Each result includes a title, a brief description, and a link to the source. The results are as follows:

- Matterhorn - Wikipedia**
[Bearbeiten] **Geologie**. Das **Matterhorn** gehört zur Dent-Blanche-Decke des Unter-Ostalpins, also einem ... Die beiden **geologischen** Trennlinien an der Basis ...
de.wikipedia.org/wiki/Matterhorn - 47k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Geologie des Matterhorns: Kartographische dreidimensionale Modellierung und Visualisierung (PDF)**
geologischen Gegebenheiten am und im **Matterhorn**. Zürich, 18. Juli 2003 ... "Das **Matterhorn** ist vor einiger Zeit detailliert **geologisch** kar- tiert worden. ...
www.ika.ethz.ch/teaching/Diplomarbeit-Staub.pdf - 2941k - Als HTML anzeigen - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Numisbrief Matterhorn (PDF)**
weltbekanntem Schweizer Musiker, stellte das **Matterhorn**, den Schweizer ... sein: seinen **geologischen** Ursprung. Ungewohnt, spannend, überraschend ...
www.postauto.ch/de/ph_lupe_02_2005_numisbrief.pdf - 103k - Als HTML anzeigen - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Matterhorn Museum**
... yourself in the **Matterhorn** Museum, **Matterhorn** Climbers, **Matterhorn** Besteiger ... und Tierwelt und die vielen daraus abzuleitenden Themen wie **Geologie**, Ökologie, ...
www.matterhornclimbers.ch/index.php?id=7&L=0 - 13k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Forum Politik * Klimaerwärmung: Matterhorn zerbrösel!**
... wir noch den Anblick des **Matterhorns** so lange es noch in dieser ... Klima Tags: **Matterhorn**, Steinschlag, Hitze, **Geologie**, Klimaerwärmung — Sandro @ 13:52 ...
ignoranz.ch/_Klimaerwaermung-matterhorn-zerbroeselt/comment-page-1 - 32k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Überbauung Matterhorn 3920 Zermatt**
überbauung **matterhorn**: häuser. carlos, susanna + eduardo "zer ... **geologie**, aber die männer kämpfen sich wacker durch alle schichten. 22.oktober 2004" ...
www.archozermatt.ch/matterhorn-fortschritt.htm - 21k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Geologie Forum Politik**
Geologie. 27. Juli 2006. Klimaerwärmung: **Matterhorn** zerbrösel! Das **Matterhorn**, bekanntester Berg der Welt und Schweizer Wahrzeichen, kämpft ...
www.ignoranz.ch/tag/Geologie - 19k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Zermatt Matterhorn Panorama Virtual Tour - Aussichtspunkte * Mettelhorn**
Matterhorn/Zermatt, Zermatt360.ch - Entdecken und Erleben in 360° Grad, ... Dieses Gebiet ist **geologisch** sehr interessant: Wie zu erkennen ist, treffen hier ...
www.zermatt360.ch/de/ausichtspunkte/mettelhorn/pantrifchumme/java - 23k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site

4) Suche in einem Verzeichnis

Suche innerhalb eines Verzeichnis mit dem Stichwort „Matterhorn“ und als Filterkriterium „Wallis“ gesetzt.

Die Treffermenge wird thematisch aufbereitet und nach Rubriken geordnet.

Webliste.ch findet vor allem kommerzielle Treffer in den Rubriken „Ferienwohnungen & Jugl“, „Ausflüge“, etc

Recherchen in Sharelook.ch, Linker.ch und Kouik.ch (avec mot clé „cervin“) zeigen nur kommerzielle Seiten mit kaum Relevanz.

Swisslinks (Swissinfo) fand neben wenigen Webseiten auch Medienberichte (Radio DRS, SFDRS, SDA).

57'000 Schweizer Webseiten

Schnellsuche: matterhorn
Wallis Suche

Firmensuche: Advokaturbüro Schweiz

Home | Webseite anmelden | Flohmarkt | Lexikon | News Corner | Newsgroups | Witziges | Wetter | Toplisten | Favoriten

Der Begriff «matterhorn» wurde gesucht und 50x gefunden (Suchdauer: 0,02 Sekunden)

Top Rubriken: Gastronomie & Hotels (20x) Ferienwohnungen & Jugl (6x) Ausflüge (4x)
Top Branchen: Gastronomie & Hotels (5x) Sport & Wellness (2x)

Radio Matterhorn
Radio Matterhorn war das kleinste, höchstgelegene und meistgehörte Lokalradio in der Schweiz.
Letzter Check: 15.01.2007 - »Zeige ähnliche Seiten »Archiv

Hotel Ambassador Zermatt
Ambassador, das Appartement- und Studio-Hotel erster Klasse bietet eine faszinierende Aussicht auf das Matterhorn. Rustikale, komfortable 2- und 3-Zimmer Appartements, geschmackvoll eing...
Letzter Check: 15.01.2007 - »Zeige ähnliche Seiten »Archiv

Golf Club Matterhorn
Der 9-Loch Platz vom Golfclub Matterhorn, gelegen am Fusse des berühmtesten Berges der Welt, wurde harmonisch in umliegende Bergwelt eingebettet und liegt dabei selber noch auf einer ...
Letzter Check: 15.01.2007 - »Zeige ähnliche Seiten »Archiv

Haus Klein Matterhorn
Erholen Sie sich bei uns in Ruhe vom Alltagsstress, lassen Sie Ihre Seele baumeln und verbringen Sie erlebnisreiche Urlaube in einer familiären Ambiente. Wir wünschen Ihnen einen unv...
Letzter Check: 15.01.2007 - »Zeige ähnliche Seiten »Archiv

Haus Alpine Zermatt
Eine ganz neue 4-Stern 4 1/2 Zimmer Wohnung (117m2) für 6 Personen mit wunderschönem Blick aufs Matterhorn, zentrale Lage. Nur wenige Schritte zum Skibus oder ins Dorf. Im Win...
Letzter Check: 15.01.2007 - »Zeige ähnliche Seiten »Archiv

Gemeinde Zermatt
Offizielle Seite, mit Informationen über Sommer- und Wintertourismus.
Letzter Check: 15.01.2007 - »Zeige ähnliche Seiten »Archiv

3b) La même recherche en français

Syntaxe de recherche (Google)

[cervin geologie](#) OR [géologie](#) OR [geologique](#) OR [géologique](#) OR [tectonique](#) -livre -hotel -hôtel -vacance

(Il fait une différence, si on cherche avec des caractères spéciaux ou pas)

Une recherche dans Google.ch donne 778 résultats (2 février 2007)

3c)

Syntaxe de recherche (Google)

[intitle:cervin](#) [geologie](#) OR [géologie](#) OR [geologique](#) OR [géologique](#) OR [tectonique](#) -livre -hotel -hôtel -vacance

Cette recherche donne 28 résultats (6 février 2007)

Curieusement il faut les deux caractères d'espace pour qu'on reçoive des résultats corrects (sinon Google interprète la syntaxe qu'il faut 'cervin' ET 'geologie' dans le titre.)

The screenshot shows a Google search interface with the search term 'cervin geologie' entered. The search results are displayed in French. The top result is 'Géologie vivante - Cervin', which is a website about the geology of the Cervin mountain. Other results include 'MUSEUM D'HISTOIRE NATURELLE DE LA VILLE DE GENEVE' and 'tsr.ch - Visite géologique au Cervin'. The search results are sorted by relevance, and the page shows 1-10 results out of a total of approximately 519.

Fazit

Einzig mit Suchmaschinen fanden sich annehmbare Ergebnisse. Die Recherchesyntax muss, um relevante Seiten zu finden, mit prägnanten Begriffen versehen sein. Eine geographische Eingrenzung (nur Seiten aus dem Kanton Wallis) ist mit diesem Beispiel kaum sinnvoll, da viele Fach-Seiten von ‚ausserhalb‘ stammen. Verzeichnisse oder Portale sind kaum von Hilfe – es werden vor allem kommerzielle Einträge (Tourismus) angeboten.

4.3.2 Recherche Basler Fasnacht

1) Ausgangslage Suchauftrag und Inhalt definieren

Welche Informationen sollen gefunden, gesammelt und archiviert werden? [vgl. Merkblatt Sammeln, Kapitel 2.1 und 2.2 Kapitel 5.2.1]

Konkret für dieses Recherche-/Sammelbeispiel bedeutet es: Informationen mit kultureller/historischer Bedeutung von schweizerischen Institutionen (Lokal/Regional) angeboten oder von Privatpersonen (Qualität, Umfang & Bedeutung) zu sichten.

2) Übersicht schaffen (z.B. Suche in Historisches Lexikon, Wikipedia)

Andere Namen und Bezeichnungen / Synonyme, Flexionen des Suchgebietes definieren:

Bspw. Überblick in Wikipedia

„baseldütsch/baseldytsch“: [basler fasnacht](#), [deutsch: Fastnacht](#), [französisch: Carnaval](#) [italienisch: Carnevale](#)

„Synonyme“

[baseldütsch: die scheenschte drey Dääg/die drey scheenste Dääg](#),
[deutsch: Karneval, Fasching](#)

Weitere mögliche Suchwörter: Brauchtum, Volksleben, Volkskunde, Fastenzeit, Folklore/Folklorismus, Fastnachtsbräuche

Spezifischere Suchwörter:

[baseldütsch: Morgestraich/Morgenstraich/Morgenstreich, Bangg, Cortège, Helgen](#)
[deutsch: Schnitzelbank, Fastnachtsmärsche](#)

Eine Suche auf gut Glück mit den Begriffen „[Basler Fasnacht](#)“ zeigt, dass in einer Suchmaschine wie Google 31'000 (Stand 08.02.07) Einträge gefunden werden.

Basler Fasnacht

Die **Basler Fasnacht** beginnt am Montag nach [Aschermittwoch](#) um 4.00 Uhr mit dem [Morgestraich](#). Sie dauert exakt 72 Stunden und endet am Donnerstagmorgen um 4.00 Uhr. In dieser Zeit wird die [Basler](#) Innenstadt von den Fasnächtlern beherrscht, die in ihren Cliquen durch die Strassen, Kneipen und Geschäfte ziehen. Von Aktiven wird die Basler Fasnacht auch als "die drey scheenschte Dääg" (die drei schönsten Tage) bezeichnet.

Die Basler Fasnacht, im folgenden kurz einfach nur Fasnacht genannt, unterscheidet sich stark vom rheinischen "jecken" [Karneval](#), der vor allem in [Deutschland](#) das Bild von [Karneval](#), [Fastnacht](#) und [Fasching](#) prägt. Dafür sorgt schon die strikte Trennung zwischen Aktiven und Zuschauern.

Jeder der ca. 18.000 aktiven Fasnächtler trägt ein Kostüm mit einer Lave (Maske), unter der der gesamte Körper verdeckt wird. Der Träger des Kostüms ist darunter nicht zu erkennen. Es gehört zum guten Ton, dass ein Fasnächtler sich nicht in der Öffentlichkeit erkennen lässt. In den Cliquen trägt man, ausser beim Morgestraich und am Fasnachts-Dienstag, einheitliche Kostüme, die meist dem "Sujet" (siehe unten) der Clique angepasst sind. Bei den Kostümen kennt die Fantasie keine Grenzen. Oft sind die Masken Personen des öffentlichen Lebens (Politiker und andere Prominente) nachempfunden, manchmal auch Comic-Figuren oder Tieren. Es gibt aber auch ganz traditionelle Laven, die an die [französische Armee der Napoleonischen Kriege](#) erinnern, [Harlekine](#) oder die vor allem bei Einzelpersonen und Wagencliquen beliebten [Waggis-Masken](#).

Am auffälligsten sind die Pfeifer- und Tambouren-Cliquen. Diese spielen bei ihrem Gang durch die Innenstadt Märsche auf ihren [Piccoloflöten](#) begleitet vom Rhythmus ihrer [Basler Trommeln](#). Die Basler Innenstadt wird somit in diesen drei Tagen zum grössten Pfeifkonzert der Welt. Eine Clique besteht meist aus einem Vortrab (Platzmacher), den Pfeifern, dem Tambourmajor und den Tambouren (Trommlern). Die Cliquen folgen dabei keinen bestimmten Routen (ausser am Cortège, siehe unten). Es kommt dabei immer mal vor, dass mehrere Cliquen den Weg kreuzen. In dem Fall bleibt dann eine Clique einfach stehen und wartet, bis die andere passiert hat. Steht man als Zuschauer einer Clique im Weg, wird man vom Vortrab freundlich beiseite geschoben.

Neben den pfeifenden Cliquen gibt es auch [Guggenmusik](#)-Gruppen mit Blechblasinstrumenten. Diese sind allerdings nicht beim Morgestraich anzutreffen, sondern nur bei den Fasnachts-Umzügen (Cortèges) am Montag und Mittwoch und an den Abenden, insbesondere am Dienstagabend bei den Gugge-Konzerten. Weiterhin gibt es zahlreiche Einzelpersonen und kleine Gruppen, die zum Beispiel als [Waggis](#) kostümiert durch die Strassen ziehen und "ahnungslose" Zuschauer mit [Konfetti](#) (im Baselddeutsch [Räppi](#) genannt) bewerfen beziehungsweise es ihnen auch mal in die Jacke stopfen.

Die meisten Cliquen haben sich für die Fasnacht ein so genanntes [Sujet](#) (französisch für "Thema") vorgenommen, das während der Fasnacht präsentiert wird. Es handelt sich dabei um Themen der Zeitgeschichte, an denen in meist satirischer Form Kritik geübt wird. Die Sujets werden beim Morgestraich auf Laternen dargestellt. Beim Cortège sind auch die Costüme und oftmals ein Requisit dem Thema angepasst. Praktisch alle Cliquen verteilen ausserdem passende [Zeedel](#) (Handzettel mit ironischen Versen).



Der [Waggis](#), eines der traditionellen Kostüme bei der Fasnacht

Neben relevanten Seiten werden hierbei auch viele Treffer mit Reise-Arrangements (Carfahrten, Hotel) und Verkauf von Fasnachtsartikel angezeigt. Statt diese Begriffe auszuschliessen, kann die Recherche mit den weiteren Suchwörter eingegrenzt werden.

3) Erweiterte Suche in Suchmaschinen

Suchsyntax (Google, Yahoo!)

intitle:fasnacht morgestraich OR morgenstraiich OR morgenstreich OR bang OR cortège OR cortege OR helgen "basler fasnacht"

Der Begriff „Fasnacht“ muss im Titel erscheinen, die Phrase „basler fasnacht“ und mindestens eines der weiteren Suchwörter müssen im Text vorkommen. Motivation, eine seriöse Abhandlung zur Basler Fasnacht muss mindestens einen der weiteren Stichwörter im Text führen.

[Google und Yahoo! scheinen einen Thesaurus zu führen, Fasnacht findet auch Fastnacht]

Anfrage in Google.ch: 888 Treffer 13.2.07

Anfrage in Search.yahoo.com: 3'850 Treffer 13.2.07

4) Suche in einem Verzeichnis

Suche innerhalb eines Verzeichnisses mit dem Stichwort „Fasnacht“ und geographisch auf „Basel-Stadt“ eingegrenzt. Einzig Webliste.ch überzeugte mit relevanten Ergebnissen (67 Treffer 13.2.07). Alle weiteren Anbieter enttäuschten mit Werbung oder gar keinen Ergebnissen.

Advanced Web Search

You can use the options on this page to create a very specific search. Just fill in the fields you need for your current search.

Yahoo! Search

Show results with

all of these words	<input type="text" value="fasnacht"/>	in the title of the page
the exact phrase	<input type="text" value="basler fasnacht"/>	any part of the page
any of these words	<input type="text" value="morgestraich morgestraich morgenstrei"/>	any part of the page
none of these words	<input type="text"/>	any part of the page

Top Rubriken [Fasnacht & Guggen](#) (67x) [Kunst & Kultur](#) (3x) [Transport & Umzug](#) (2x)
Top Branchen [Architektur & Baugeschäfte](#) (1x) [Coiffeur](#) (1x)

[Kottmann Pascal](#) Kontakt

durchschuss kunst und kommerz muss sich nicht beissen. im gegenteil, werbung oder besser kommunikation muss diese gegensätze auch in verbindung bringen können. darum ist mein tätigkeitsf ...
Letzter Check: 12.02.2007 - »Zeige ähnliche Seiten» [Archiv](#)

[Glaibasler Schränzbrieder](#)

Seit 1961 schränzen wir Glaibasler Schränzbrieder an den drei schönsten Tagen durch Basel. Unsere Motivation gründet nicht nur an der Schönheit unserer Fasnacht, sondern auch am gesellig ...
Letzter Check: 12.02.2007 - »Zeige ähnliche Seiten» [Archiv](#)

[Guggemuusig Schrupfkepf](#)

Mir sind Wiebli und Männli, bi uns dhasch ab 18 Jöhrli mitmache. Unser Hauptziel isch d` Basler Fasnacht
Letzter Check: 12.02.2007 - »Zeige ähnliche Seiten» [Archiv](#)

[Guggemuusig Messingkäfer](#)

Am 14.04.1962 treffen sich im Restaurant Viadukt (späteres Happy-Night) 6 Männer zur Gründungsversammlung einer neuen Guggenmusik...
Letzter Check: 12.02.2007 - »Zeige ähnliche Seiten» [Archiv](#)

[Charivari s Muusigtheater](#)

Mit dem farblich neu definierten Logo und dem Zusatz: „S Muusigtheater vo dr Fasnacht“ möchten wir unsere Philosophie visualisieren, dass das Charivari vor allem im musikalischen Bereich ...
Letzter Check: 12.02.2007 - »Zeige ähnliche Seiten» [Archiv](#)

[Muggedätscher](#)

Die Fasnachtsgesellschaft Muggedätscher ist ein politisch und konfessionell neutraler Verein, der die Tradition der Basler Fasnacht pflegt und Männern sowie Frauen offen steht.
Letzter Check: 12.02.2007 - »Zeige ähnliche Seiten» [Archiv](#)

5) Suche in lokalem Verzeichnis , lokaler Suchmaschine

Das Portal mybasel.org bietet eine Suchmaschine (<http://basel.org/>), die nur Seiten aus der Regio Basel erschliesst. Die gefundenen Seiten sind zwar relevant, jedoch werden die Treffer vorgängig nicht aufbereitet – das heisst, es werden alle Treffer einer Site ausgegeben – womit die enorme Trefferzahl von 29'722 (13.2.07) zu erklären ist.

Ebenfalls bietet das Verzeichnis basel.ch überblicksweise ein kleines Linkverzeichnis zur „Basler Fasnacht“ an.

Fazit

Eine Suche alleine nach ‚basel‘ und ‚fasnacht‘ bringt eine unbewältigende Trefferanzahl. Sobald die Suche mit weiteren ‚typischen‘ Begriffen der Fasnacht ergänzt wird, minimiert sich die Anzahl und es finden sich vor allem relevante Websites. Weniger aufwendiger und zeitsparender zeigt sich in diesem Beispiel der Gebrauch eines (lokalen) Verzeichnisses oder Portals (zu diesem Brauch). Leider ist die lokale Suchmaschine technisch wenig ausgereift – die grösste Abdeckung wäre darüber zu erhalten.

4.3.3 Recherche: Sachgruppe Landwirtschaft im Kanton Freiburg

1) Ausgangslage: Suchauftrag und Inhalt definieren

Welche Informationen sollen gefunden, gesammelt und archiviert werden? [vgl. Merkblatt Sammeln, Kapitel 2.1 und 2.2 Kapitel 5.2.1]

Konkret für dieses Recherche-/Sammelbeispiel bedeutet es: Informationen mit fachlicher (historisch, kulturell) oder regionaler Relevanz, angeboten von kantonalen, regionalen oder lokalen Institutionen oder von Privatpersonen (Qualität, Umfang & Bedeutung), zu sichten.

2) Übersicht schaffen	
<p>Sachgruppe definieren. Untergruppen, Unterthemen definieren.</p> <p>Andere Bezeichnungen / Synonyme, Flexionen des Suchgebietes definieren</p> <p>Bezeichnungen in den gewünschten Sprachen definieren (Deutsch, Französisch)</p> <p>Bspe. Unterthemen Dt. Forstwirtschaft Milchwirtschaft Tierhaltung Pflanzenbau Frz. sylviculture économie laitière élevage agriculture</p> <p>Bspe. „Synonyme“, ähnliche Begriffe, Flexionen Dt. Agrarwirtschaft Alpwirtschaft Viehwirtschaft Nutztierhaltung Ackerbau Weinbau Landwirtschaftlich landwirtschaftliches landwirtschaftlicher landwirtschaftlichen landwirtschaftlichem Frz. exploitation forestière production animale production agricole économie rurale alpage viticulture apiculture</p>	<p>626 [Unbesetzt] 627 Wasserbau 628 Sanitär- und Kommunaltechnik; Umwelttechnik 629 Andere Fachrichtungen der Ingenieurwissenschaften</p> <p style="text-align: center;">630</p> <p>630 Landwirtschaft und verwandte Bereiche 631 Techniken, Ausstattung, Materialien 632 Schäden, Krankheiten, Schädlinge an Pflanzen 633 Feld- und Plantagenfrüchte 634 Obstanlagen, Früchte, Forstwirtschaft 635 Gartenpflanzen (Gartenbau) 636 Viehwirtschaft 637 Milchverarbeitung und verwandte Produkte 638 Insektenzucht 639 Jagd, Fischfang, Naturschutz</p> <p style="text-align: center;">640</p> <p>640 Hauswirtschaft und Familie 641 Essen und Trinken 642 Mahlzeiten, Tischkultur 643 Wohnen, Haushaltsausstattung</p>
<p>Eine Suche auf ‚gut Glück‘ in einer Suchmaschine (wie Google oder Search) zeigt eine kaum zu bewältigende Anzahl von Treffern (360'000 für landwirtschaft and freiburg, nur Seiten aus der Schweiz) und eine Mischung aus kommerziellen, amtlichen, politischen Seiten und Seiten von Interessenvertreter.</p>	<p>-> Ausschluss bestimmter Wörter scheint nicht sinnvoll.</p>
<p>Je nach Grösse, Tiefe und Wichtigkeit einer Sachgruppe sind die verschiedenen Unterthemen einzeln zu suchen</p>	

3) Suche in einem Verzeichnis oder einem Themenportal

a) Suche innerhalb eines allgemeinen Verzeichnisses

Mit dem Stichwort [Landwirtschaft](#) und dem Stichwort oder Filterkriterium [Freiburg](#); oder Blättern in der Rubrik [Landwirtschaft](#)

Webliste.ch findet vor allem kommerzielle Treffer.

Kouik.ch hat eine Rubrik [agriculture](#) mit einigen wenigen Treffern

Recherchen in Sharelook.ch und Linker.ch ergeben v.a. kommerzielle und ausländische bzw. gar keine Treffer.

b) Auswerten von Themenportalen und thematischen Linklisten

Weblinks des Bundesamtes für Landwirtschaft (blw.admin.ch) enthält v.a. gesamtschweizerische Websites, z.B. auch die landwirtschaftlichen Institute.

AgroLinks von [www.landwirtschaft.ch](#): Suche nach Kanton Freiburg ergibt 15 Einträge für deutsch- und französischsprachige Seiten.

[www.agri-info.ch](#): Erweiterte Suche nach Kanton Freiburg ergibt 26 Einträge für deutsch- und französischsprachige Seiten.

-> Falls vorhanden, sind thematische Verzeichnisse den allgemeinen Verzeichnissen vorzuziehen, da sie eher zu relevanten Webseiten führen.

HOME
SUCHE
KONTAKT

AKTUELL FACTS PFLANZEN TIERE VOM HOF SERVICE SHOP

Home > Service > Agro-Links

Suche nach Links in Agro-Links

Das Suchformular von Agro-Link hilft Ihnen, die gesuchten Weblinks rasch zu finden. Füllen Sie daher die verschiedenen Suchfunktionen möglichst präzise aus. Sie haben ausserdem die Möglichkeit, über Stichworte zu suchen.

[Eintrag ins Adressbuch](#)

Suche

Name

Abkürzung

[Übersicht Kategorien / Gruppen](#)

Kategorie

Gruppe

Sprache d f i e

Kanton oder Land

Stichworte

Alphabetisch

GUT, GIBT'S DIE SCHWEIZER BAUERN.
© 2006 Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID

4) Erweiterte Suche in Suchmaschinen

a) Beispiel Unterthema Nutztierhaltung

Suche in Search.ch mit unterschiedlichen Bezeichnungen und dem Filter Region [Freiburg](#)

Suche [Nutztiere](#) or [Nutztierhaltung](#) or [Tierhaltung](#) or [Viehzucht](#) or [Viehhaltung](#) or [Viehwirtschaft](#) or [Weidewirtschaft](#)

53 Treffer 08.02.2007

Die gleiche Anfrage mit französischen Begriffen

Filter région [Fribourg](#)

Recherche [élevage](#) or [bétail](#) or „[production animale](#)“

530 Treffer 08.02.2007

Das Ergebnis enthält neben Relevantem auch viel Kommerzielles und Seiten, die nicht den Kanton Freiburg betreffen.

b) Beispiel Unterthema Nutztierhaltung

Erweiterte Suche in Google.ch und Yahoo.ch mit Einschränkung **Seiten aus der Schweiz**

Suchsyntax deutsch:

[Freiburg Nutztierhaltung](#)

Anfrage in Google.ch : 466 Treffer 08.02.2007

Anfrage in Yahoo.ch : 91 Treffer 08.02.2007

[Freiburg Tierhaltung](#)

Anfrage in Google.ch : 14'000 Treffer 08.02.2007

Anfrage in Yahoo.ch : 637 Treffer 08.02.2007

[intitle:tierhaltung freiburg](#)

[[search.ch](#)]

Die Schweizer Suchmaschine

[Websuche](#) [Telefonbuch](#) [Karte](#) [Wetter](#) [Nachrichten](#) [Assistant](#) | [Anleitung](#)

Suche im Web in der Region [Assistant](#) | [Anleitung](#)

Anzeigen

- [Scheunentore vom Güller](#)
das bewährte Landwirtschaftstor der Schweizer Bauern, 15% Rabatt
www.gueller.ch
- [Kostenlose Kleinanzeigen](#)
Gratis inserieren, schnell fündig werden, wenig bezahlen. Los geht's!
www.Scout24.ch

Hinweis: Kein Dokument enthält alle Stichwörter.

Resultate für 'nutztiere or tierhaltung or viehzucht or nutztierhaltung or viehwirtschaft or viehhaltung or weidewirtschaft' 1-10 von ca. 53 gefundenen Seiten.

1. [Agrarforschung: Veranstaltungen](#)
Agrarforschung ist die Zeitschrift der landwirtschaftlichen Forschungsanstalten: für Nutztiere und Milchwirtschaft (ALP) - für Agrarwirtschaft und Landtechnik, Tänikon - für Agrarökologie und Landbau, Zürich-Reckenholz - für Obst-, Wein- und Gartenbau, Wädenswil
www.agrarforschung.ch/de/veranst.php - 27KB
2. [Agrarforschung: Inhaltsverzeichnis](#)
Agrarforschung ist die Zeitschrift der landwirtschaftlichen Forschungsanstalten: für Nutztiere und Milchwirtschaft (ALP) - für Agrarwirtschaft und Landtechnik, Tänikon - für Agrarökologie und Landbau, Zürich-Reckenholz - für Obst-, Wein- und Gartenbau, Wädenswil
www.agrarforschung.ch/de/inhalt.php?jahr=2005&band=12 - 33KB
[Mehr Resultate von agrarforschung.ch](#)
3. [NZZ Format: Kühe, Kälber und Kastraten - Superstars der Nutztiere ...](#)
wemf NZZ Format Logo Schmal Reklame-Bild REKLAME Farbbalken mit Navigation LITERATUR ZURUECK ZUR SENDUNG Copyright DTECH;loc=300;grp=[group]
www-n.nzz.ch/format/broadcasts/literatures_156.html - 28. Jan 2007 - 15KB
4. [SanaSativa - über Futterhanf](#)
Die SanaSativa® AG ürden und unterützt den Anbau und die Verarbeitung von Bauernhanf
www.sanasativa.ch/index.php?option=com_content&task=view&id=35&Item... - 27. Jan 2007 - 26KB
5. [SanaSativa - über Futterhanf](#)
Die SanaSativa® AG ürden und unterützt den Anbau und die Verarbeitung von Bauernhanf

Anfrage in Google.ch : 49 Treffer 08.02.2007

Anfrage in Yahoo.ch : 27 Treffer 08.02.2007

Suchsyntax französisch:

[élevage fribourg](#)

Anfrage in Google.ch : 49'600 Treffer 08.02.2007

Anfrage in Yahoo.ch : 4'320 Treffer 08.02.2007

[intitle:élevage fribourg](#)

Anfrage in Google.ch : 163 Treffer 08.02.2007

Anfrage in Yahoo.ch : 122 Treffer 08.02.2007

-> Riesige Treffermenge muss eingeschränkt werden mit einer erweiterten Abfragesprache wie **intitle**.

-> Problem bei allgemeinen Suchmaschinen ist die fehlende geographische Eingrenzung auf Kantons- oder lokale Gebiete. Die Suche nach dem Stichwort Freiburg ist behelfsmässig, da relevante Treffer, die z.B. nur die Bezeichnung Greyerz oder Gruyère enthalten, aber nicht Freiburg, nicht angezeigt werden.

The screenshot shows a Yahoo! Suisse search interface. At the top, there are navigation links for 'Web', 'Images', 'Vidéos', and 'Actualités'. The search bar contains the text 'intitle:élevage fribourg' and a 'Rechercher' button. Below the search bar, there are radio buttons for 'tout le Web', 'en français', and 'en Suisse'. The search results are displayed under the heading 'Résultats Web' and show 1 - 10 results out of approximately 122. The first result is 'zu13r Résultats en exposition de l'Élevage Bois des Amourettes Andrea Carrasco-Meissner, Moudon Suisse spaniels...'. The second result is 'Élevage de Berger Allemand du Boidamont à Fribourg en Suisse'. The third result is 'Kouik.ch - Suisse romande - Agriculture, élevage - Fribourg, Genève, Jura, Jura bernois, Neuchâtel, Vaud, Valais...'. The fourth result is 'Élevage de Cocker, Springer Spaniel Anglais, Syringa, Suisse, Chenil chiens et chats Fribourg Suisse, pension Maison...'. The fifth result is 'Élevage du Cousimbert - Border Collie - Le Mouret / Fribourg - BOURQUI Daniel et Antoinette'. The sixth result is 'Charmey (Gruyères) Pays de Fribourg Tiscover Site/Carte élevage de bétail Gastlosen sport d'hiver'. The seventh result is 'Charmey (Gruyères) Pays de Fribourg Tiscover Bienvenue élevage de bétail Gastlosen sport d'hiver'. The eighth result is 'installations destinées à l'élevage des animaux de rente (PDF)'. Each result includes a brief description and a link to the source page.

Fazit

Die Suche nach für die Schweiz, die Kantone und die Regionen relevanten Webseiten stellt die RecherchespezialistInnen vor Probleme. Am Beispiel Sachgruppe Landwirtschaft machten wir konkret folgende Erfahrungen:

- Das Recherchethema „Landwirtschaft“ ist sehr weit: Die Sachgruppe muss genau definiert, eingegrenzt und aufgegliedert werden. Welche Unterthemen sollen/müssen gesondert gesucht werden, welche Aspekte sind für einen bestimmten Kanton relevant?
- Im Gegensatz zum Thema Matterhorn (geographisch fixiertes Thema) muss für „Landwirtschaft“ die geographische Einschränkung auf einen Kanton im Suchvorgang geschehen. Die geographische Eingrenzung kann in allgemeinen Suchmaschinen nur unvollständig vorgenommen werden. Deshalb benutze man bevorzugt Suchmaschinen und Verzeichnisse, die eine Filterung nach Kantonen ermöglichen (z.B. Search.ch)
- Falls vorhanden, sind thematische Verzeichnisse und Portale den allgemeinen (meist kommerziell ausgerichteten) Verzeichnissen vorzuziehen. Die thematischen Verzeichnisse müssen mit den bekannten Suchmethoden gesucht werden.
- Da das Problem die übergrosse Menge an Treffern ist, müssen erweiterte Abfragemöglichkeiten (besonders Einschränkungsmöglichkeiten) genutzt werden.
- Für jede Sachgruppe, für jedes Thema und evtl. für bestimmte Unterthemen muss der Suchprozess neu durchgespielt werden. Besonders bei der erstmaligen Durchführung einer Recherche bedeutet dies einen grossen Arbeits- und Zeitaufwand, da für jedes Thema zuerst abgecheckt werden muss, welche Begriffe, Verzeichnisse, Suchmaschinen, Abfragemöglichkeiten gute Resultate liefern.

5 Begriffe

[Ausgewählte Begriffe zu den Internet-Technologien und Internet-Diensten]

Alert-Dienst

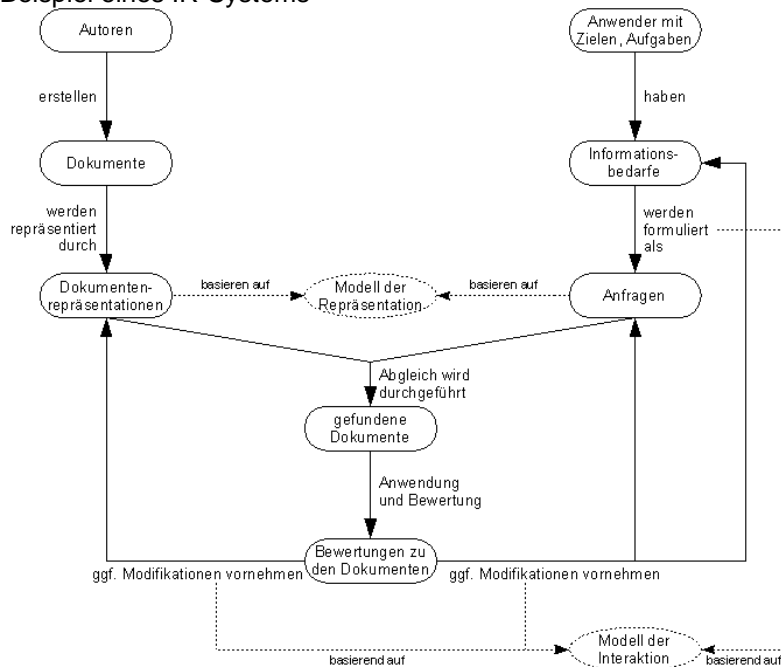
Als Alert-Dienst, Selective Dissemination of Information (SDI) oder Current-Awareness-Dienst werden Informationsdienste bezeichnet, bei denen nach dem Publish-Subscribe-Modell Anfragen angemeldet werden können, deren Antworten dann als regelmässige Meldungen zugeschickt werden.

Bei den Meldungen kann es sich beispielsweise um Treffer einer Suchmaschine, Beiträge in einem Weblog oder um Inhaltsverzeichnisse von Fachzeitschriften handeln.

Während in Suchmaschinen nach bereits gesammelten Dokumenten gesucht werden kann, wobei die Ergebnis-Anzeige durch die Suche eines Benutzers ausgelöst wird, ermitteln Alert-Dienste kontinuierlich ob ein neu hingekommenes Dokument zuvor definiert Abfragekriterien erfüllt und senden gegebenenfalls eine entsprechende Meldung an den Benutzer. Die Meldung enthält entweder die vollständigen Treffer oder eine Verweis oder eine Zusammenfassung.

IR-System (Information Retrieval)

Beispiel eines IR-Systems



Podcasting

Ein Podcast ist eine Serie von einzelnen Audio- oder Videobeiträgen, die im Internet zum Download angeboten und zeitversetzt vom Benutzer konsumiert werden. Über die Newsfeed-Technik (meist RSS) lassen sich Podcasts meist kostenlos abonnieren und werden dann häufig gleich automatisch auf mobile Medienplayer wie den iPod übertragen. Der Begriff „Podcasting“ setzt sich übrigens aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. Für „Rundfunk“) zusammen.

Portale

Der Begriff Portal kam Mitte der 1990er Jahre auf und wird nach wie vor mannigfaltig verwendet, so etwa für die Einstiegseite von Internetsuchmaschinen, eine Startseite, die als Zugang zu einem bestimmten Thema im Internet dient (sprich Webportal), oder für Webseiten, die reine Linksammlungen darstellen.

Statt einer verbindlichen Definition existieren mittlerweile unzählige Komposita und Begriffsvarianten: Community Portal, Corporate Portal, Enterprise Portal, Enterprise Information Portal, Unternehmens-

portal, Business-to-Employee-Portal, Lieferantenportal, Knowledge Management Portal, Wissensportal oder Wissenschaftsportal, Bibliotheksportal, um nur einige zu nennen.

Die Portaldefinition des Fraunhofer Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) lassen als Portale nur Applikationen gelten, auf die unten stehende Charakteristika zutreffen:

„Ein Portal ist definiert als Applikation, welche basierend auf Webtechnologien einen zentralen Zugriff auf personalisierte Inhalte sowie bedarfsgerecht auf Prozesse darstellt.

Charakterisierend für Portale ist die Verknüpfung und der Datenaustausch zwischen heterogenen Anwendungen über eine Portalplattform. Eine manuelle Anmeldung an den in das Portal integrierten Anwendungen ist durch Single-Sign-On nicht mehr notwendig, es gibt einen zentralen Zugriff über eine homogene Benutzungsoberfläche. Portale bieten die Möglichkeit, Prozesse und Zusammenarbeit innerhalb heterogener Gruppen zu unterstützen.“

Abgesehen von diesen grundlegenden Funktionalitäten muss ein Portal, um diese Bezeichnung zu verdienen, die Möglichkeit zur individuellen Informationsauswahl, zur Personalisierung des Informationsangebots bieten. Diese Funktionalität basiert auf Profilen, die rollenspezifisch sein können, was bedeutet, dass der Nutzer Zugang zu Informationen erhält, die mit seiner Rolle in Zusammenhang stehen. (Guba, G.(2006): *Bibliotheken und Portale – ein Überblick. In: GMS Med Bibl Inf. 6(2): Doc 15*)

Unterschied Portale und Webseiten

1. Ein einziger Einstiegspunkt zu den auf der Domäne verfügbaren Ressourcen
2. Personalisierte Interaktion mit Diensten des Portals
3. Zusammengefasster und kategorisierter Zugriff auf die verschiedenen Datentypen und Verzeichnisstrukturen/Datenbanken
4. Technologien, um die Kooperation der Mitarbeiter zu fördern
5. Integration der Portale mit Workflow-Systemen und Anwendungen

RSS

„RSS“ (Rich Site Summary oder really simple syndication) wurde ursprünglich als Datenaustauschformat entwickelt, das es ermöglicht, auf einfache Weise Teile einer Webseite (z.B. Schlagzeilen) in andere Webseiten einzubinden. Durch Weiterentwicklungen wurden die Anwendungsmöglichkeiten ausgedehnt und das Format flexibler gestaltet, so dass RSS heute als leichtgewichtiges Format zur Verbreitung verschiedenster Informationen bei einer immer weiter wachsenden Nutzergemeinde Verwendung findet – angefangen bei Nachrichtenschlagzeilen über Zusammenfassungen von Weblog-Einträgen und Verfolgung von Änderungen in diesen bis hin zur Überwachung der Funktionstüchtigkeit von Servern.

Der vom Anbieter im RSS-Format bereitgestellte Inhalt wird als (RSS-)Feed bezeichnet.

Web 2.0

Hinter dem Schlagwort Web 2.0 (in diese Kategorie gehören auch die „Wikis“ und „Weblogs“) steht die Idee, alltägliche Softwareanwendungen ins World Wide Web zu verlegen; die einzelnen Client-Applikationen, die ein Internetuser dann noch benötigen würde, wäre ein Webbrowser. Zum Grundbestand des Web 2.0 gehören auch, dass sich die Dienste nicht nur für ihre Nutzer öffnen, sondern auch untereinander interagieren.

Beim Nutzer führt dies zu einem ganz neuen Verständnis und Gemeinschaftsgedanken; die Technologie des Webs tritt in den Hintergrund, das Kooperationselement wird auch zu einem wesentlichen Aspekt beim Arbeiten. Das „Web 2.0“ ist dann auch eher als „an attitude not a technology“ zu verstehen.

Weblog

Kunstwort zusammengesetzt aus Web und Log (für Logbuch). Eine Kurzform von Weblog ist Blog. Auf solchen Webseiten können ein oder mehrere Autoren Beiträge veröffentlichen. Es ist eine Mischung zwischen Tagebuch und einem Internet-Gästebuch. Neues wird immer oben auf der Seite eingefügt

und „schiebt“ ältere Beiträge nach hinten. Eingaben sind online möglich. HTML-Kenntnisse sind nicht nötig. Weblogs eingeben nennt man „blogging“. Der dies tut ist ein „Blogger“.

www.www-kurs.de/gloss_w.htm

Wiki

Der Name „wiki“ stammt aus dem hawaiianischen und bedeutet so viel wie „schnell“. Wikis sind im WWW frei verfügbare Seitensammlungen, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden können. Damit sind sie offene „Content Management Systeme“.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Wiki>

<http://wiki.org/>

6 Quellen

Karzauninkat, Stefan: Die Suchfibel. URL <http://www.suchfibel.de/> (Stand: 11.01.2007)

Lewandowski, Dirk (2005): Web Information Retrieval. In: Information; Wissenschaft und Praxis 56(1), 5-12

Lewandowski, Dirk (2005): Web Information Retrieval. Technologien zur Informationssuche im Internet. URL: <http://www.durchdenken.de/lewandowski/web-ir/> (Stand: 11.01.2006)

Patzwaldt, Klaus (2006). Semantische Suchmaschine Theseus kommt aus Deutschland. URL <http://www.at-web.de/blog/?p=793> (Stand 16.01.2006)

Stock, W.G., Lewandowski, D. (2006): Suchmaschinen und wie sie genutzt werden. In: WISU – Das Wirtschaftsstudium 8-9, 1-7 (Preprint)

Weilenmann, Anne-Katharina (2006): Fachspezifische Internetrecherche. Bibliothekspraxis; 38. München : K.G. Saur

Wolf, Sebastian (2006): „Suche im Internet“. URL: <http://www.ub.uni-bielefeld.de/biblio/search/help/> (Stand: 11.01.2007)

7 Bibliographie en sciences de l'information

Aspect „Recherche d'information“

-
1. Monographies et traités
 2. Etat de l'art
 3. Périodiques
 4. Encyclopédies
 5. Sites Internet « Recherche d'information »
 6. Conseils de lecture sur le sujet « moteurs de recherche »
-

Remarques :

Les documents suivis d'une cote NB font parties des collections de la Bibliothèque nationale. La bibliographie comprend des documents en français, allemand et anglais.

1. Monographies, traités, articles en ligne

- Accart J. P., Réthy M.P., *Le Métier de documentaliste*, Paris, Le Cercle de la librairie, 2003. Chap. 2 et 6
- Buckland, M., *Information and Information Systems*, New York 1991.
- Darrobers N., Le Pottier N. *La recherche documentaire*. Paris : Nathan, 2000.
- Ferber, R., *Information Retrieval. Suchmodelle und Data-Mining-Verfahren für Textsammlungen und das Web*. Heidelberg: dpunkt.verlag 2003
NB: Achtung, nur 4. Auflage von 2003 vorhanden!!! Signatur: JB 025.3 GAU (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort)
- Gaus, W., *Dokumentations- und Ordnungslehre. Lehrbuch für die Theorie und Praxis des Information Retrieval*. Springer-Verlag: Berlin 2005, 4. Auflage
- Ingwersen, P., *Information Retrieval Interaction*, London 1992.

- Korfhage, R., *Information storage and retrieval*, New York 1997.
- Kuhlen, R., Seeger, Th., Strauch, D. Hrsg., *Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation*, München 2004
- NB: Signatur: JB 025 GRU (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort)
- Salton, G., McGill, M.J., *Information Retrieval - Grundlegendes für Informationswissenschaftler*, Hamburg 1987
- Stacey A., Stacey A., *Effective Information Retrieval from the Internet: an Advanced User's Guide*, Oxford, Chandos Publishing, 2004
- Thomas A., Mesguisch V., *Net recherche: le guide pratique pour mieux trouver l'information utile*, Paris, ADBS, 2006

2. Etat de l'art

- Cronin Blaise E. (ed.), *Annual Review of Information Science and Technology (ARIST) Vol. 40* (2006), <http://www.asis.org/Publications/ARIST/>
- Signatur: BP 490/2006 (Lesesaal, Ebene 1, Benutzung an Ort)
- Case Donald , University of Kentucky, Lexington, USA: *Information Seeking*
- Foster Jonathan , University of Sheffield, UK: *Collaborative Information Seeking and Retrieval*
- Zook Matthew , University of Kentucky, Lexington, USA: *The Geographies of the Internet*

3. Périodiques

- ABI-Technik
- BN: Signatur: BPq 412/1981-2003 (Lesesaal, Ebene 1, Benutzung an Ort)
- BN: Signatur: Fach 842/2005- (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort)
- ARBIDO
- NB: Signatur: Pq 18691 (Arbido – Bulletin, 1986 – 1994)
- NB: Signatur: Pq 18691 (Arbido, ab Januar 1995) & Neueste Nummern: Signatur: Fach 846
- Archimag
- Bibliothek Forschung & Praxis
- BN: Signatur: BPq 353 (1,1 1977 -) & Neueste Nummern: Signatur: Fach 852
- BIT Online
- BN: Signatur: BPq 577 (4,1 2001 - 4,4 2001 / 5 2000 - Anmerkung: frühere Ausgaben wurden nicht gesammelt) & Neueste Nummern: Signatur: 847
- (Wird als elektronische Zeitschrift deklariert, scheint aber auch in Papierform zu existieren?)
- BUBL Journals: Current Contents der University of Strathclyde (<http://bubl.ac.uk/>)
- Buch & Bibliothek
- BN: Signatur: BPq 558 (23, 1971 -) & Neueste Nummern: Signatur: Fach 9881
- Current Contents der FH Potsdam (<http://www.fh-potsdam.de/~BiB/neu/iz/CC/cc.htm>)
- Documentaliste, sciences de l'information
- INFODATA: ist die Literaturdatenbank zur Informationswissenschaft und verwandten Gebieten. Hersteller Informationszentrum der FH Potsdam (<http://fabdq.fh-potsdam.de/infodata/>)
- Informationswissenschaftliche Zeitschriften der ASIS Europe (http://www.inf-wiss.uni-konstanz.de/Res/ejour_list_e.html)
- Information Processing & Management
- Information Retrieval
- Information Wissenschaft & Praxis
- BN: Signatur: BPq 108 [48, 5 (1997)-52, 8 (2001)] & (53,1 2002 -)
- INSPEC (Physics, Electrical Engineering, Computer & Information Science) Hersteller: The Institution of Electrical Engineers (IEE), UK
- International Journal of Information Management
- ISTA (Information Science & Technology Abstracts) Hersteller: EBSCO (USA) (Link)
- Journal of Documentation - BN: Signatur: BP 240 (1, 1945/46 -)
- Journal of Information Science

BN: Signatur: BPq 488 (1, 1991 -)

- Journal of the American Society for Information Science (JASIS)

BN: Signatur: BPq 126 [46, 1 (1995)-51, 13 (2000)]

- Library Quaterly

- Library Trends

BN: Signatur: BP 468 (1, 1952 -)

- LISA (Library and Information Science Abstracts) Hersteller: Library Association (London) (Link)

BN: Signatur: JA 020.16 LISA

- Library & Information Science Research

- Scientometrics

- Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie

BN: Signatur: BP 432 (1954 – 2000)

BN: Signatur: BPq 605 (2001 -)

4. Encyclopédies

- Encyclopedia of library and information science. Edited by Allen Kent and Harold Lancour.

BN: Signatur: BAH 1933/x (Bandnummer anstelle der x setzen) (Bestand: Band 1, 1968 – Band 69, 2001) (Lesesaal, Ebene 1, Benutzung an Ort)

- International encyclopedia of information and library science. Edited by John Featherand Paul Sturges. London ; New York : Routledge, 1997.

NB: Signatur: JB 020.3 (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort) 2. Auflage 2003

NB: Signatur: BBq 1412 (Lesesaal, Ebene 1, Benutzung an Ort) 1. Auflage 1997

- World encyclopedia of library and information services. Edited by Robert Wedgeworth, Ed. 3rd ed. Chicago : American Library Association, 1993.

NB: Signatur: JB 020.3 (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort)

- Elsevier's dictionary of library science, information and documentation : in 6 languages, English/American-French-Spanish-Italian Dutch and German / Willem E. Clason. - 2. ed., 3. print. Amsterdam: Elsevier, 1992.

NB: Signatur: JA 020.3 ELS (Lesesaal, Ebene 1, Benutzung an Ort)

NB: Signatur: JB 020.3 (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort)

- Sawoniak, Henryk: International bibliography of bibliographies in library and information science and related fields. München: Saur, 2002

NB: Signatur: JB 016.02 (1999 – 2003 / Band 1 & 2) (Freihandbibliothek, Ebene 2-3, Benutzung an Ort)

- Vaillancourt, Pauline M.: International directory of acronyms in library, information and computer sciences. New York: Bowker, 1980

NB: Signatur: JC 020.148 VAI (IZ – Helvetica / Gesperrt)

- Library literature & information science. [Jahresausgabe]. New York, Wilson

5. Sites Internet “Recherche d’information”

- www.accart.nom.fr : cours Recherche d’information

(http://www.accart.nom.fr/Cours/RechInfo_plan.html)

- <http://www.biblink.ch/>

- <http://www.ext.upmc.fr/urfist/> Urfist de Paris : les questions de base à se poser

- <http://docinsa.insa-lyon.fr/sapristi/index.php?rub=02> Insa de Lyon : les questions à se poser et une petite bibliographie.

- <http://formist.enssib.fr/>

- <http://ccfd.crosemont.qc.ca/cours/trousse/introduction/>

- <http://educate.lib.chalmers.se/frdemocour.html>
- <http://urfist.univ-lyon1.fr/infoelec.html>
- <http://osavoyat.free.fr/> : exemples de recherches documentaires sur Internet
- <http://www.unice.fr/BU/formation/accueil.htm>
- <http://www.adbs.fr/site/repertoires/outils/outils-recherche.php> (ADBS : Panorama des outils de recherche sur le Web)

6. Conseils de lecture sur le sujet «moteur de recherche»

Internet

Websites:

- Fischländer, Stefan: Suchmaschinentricks – Das deutsche Suchmaschinen-Magazin. URL <http://www.suchmaschinentricks.de/> (Stand: 18.12.2006)
- Griesbaum, J.;Bekavac, B. (2004): Von der Kommerzialisierung bis zum Deep Web: Problemfelder der Internetsuche. in: Rainer Hammwöhner; Marc Rittberger, Wolfgang Semar (Hg.): Wissen in Aktion
- Der Primat der Pragmatik als Motto der Konstanzer Informationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2004, S. 35-50.
- Karzauninkat, Stefan: Die Suchfibel. URL <http://www.suchfibel.de/> (Stand: 11.01.2007)

Weblogs

- Lewandowski, Dirk: Suchmaschinenforschung. URL <http://www.at-web.de/> (Stand: 21.01.2007)
- Patzwaldt, Klaus: @web. URL <http://www.at-web.de/> (Stand: 21.01.2007)
- Schweizer Infobroker: Recherchblog.ch. URL <http://recherchenblog.ch/> (Stand: 21.01.2007)