



Google ist nicht die ganze Welt...

Vermittlung sinnvoller Nutzung verschiedener Internet-Suchmaschinen

für Schüler und Schülerinnen ab der 7. Klasse



Diese Arbeitshilfe steht unter Creative Commons Lizenz CC BY NC 4.0:

Der Urheber muss genannt werden.

Die Inhalte dürfen genutzt, geteilt und verändert werden.

Die Inhalte dürfen nicht kommerziell genutzt werden.

(Praxisarbeitshilfe Nr. 3)

Hrsg. von der Arbeitsstelle Bibliothek und Schule

der Büchereizentrale Schleswig-Holstein

Autorin: Kathrin Reckling-Freitag

Überarbeitung: Anja Zimmermann

Postfach 680, 24752 Rendsburg

Wrangelstraße 1, 24768 Rendsburg

Tel.: 04331/125-564

E-Mail: reckling-freitag@bz-sh.de

www.bz-sh.de

Stand 5/2018

Im folgenden Text werden der Einfachheit halber „Schüler und Schülerinnen“ nach der Abkürzung des Ministeriums mit „SuS“ abgekürzt.

Zur besseren Lesbarkeit werden nicht immer beide Geschlechter genannt. Männliche Kollegen fühlen sich bitte ebenfalls angesprochen, wenn von BibliothekarInnen gesprochen wird.

Übersicht

Übersicht.....	3
1. Praxis-Arbeitshilfen für Recherchetrainings	4
2. Verwendung der Arbeitshilfe	4
3. Warum sollen wir Recherchekompetenz schulen?	6
4. Google & Co	11
4.1 Vielfalt der Suchmaschinen	11
4.1.1 Google	12
4.1.2 Bing.....	12
4.1.3 Yahoo	13
4.1.4 Ixquick.....	13
4.1.5 MetaGer	13
4.2 „Suchmaschinen unter der Lupe“ - Kriterien und Merkmale	14
4.2.1 Google	17
4.2.2 Bing.....	19
4.2.3 Yahoo	21
4.2.4 Ixquick.....	23
4.2.5 MetaGer.....	26
4.3 Tipps und Tricks zur Recherche mit Suchmaschinen	28
5. Recherchetraining	29
5.1 Recherchekompetenz in den Fachanforderungen „Deutsch“ in Schleswig-Holstein	29
5.2 Lernziele	30
5.3 Planungsraster*	32
5.4 Erläuterungen zum Planungsraster	35
5.5 Recherchetraining bei unterschiedlichem Schüler-Niveau.....	38
6. Checklisten	39
6.1 Kontaktaufnahme im Vorfeld	39
6.2 Vorbereitung des Recherchetrainings	39
7. Anhang: Vorlagen*	40
7.1 Fragebogen zur Erkundung von Suchmaschinen*	40
7.2 Infozettel zu Tipps und Tricks bei der Suche*	42
7.3 Fragebogen zu Tipps und Tricks bei der Suche*	43
7.4 Suchmaschinen-Guide*	44
8. weiterführende Hinweise	48
8.1 Informationskompetenz allgemein.....	48
8.2 Suchmaschinen	49

* s.a. Dateien im Datenpaket zum Herunterladen, Präsentieren und Ausdrucken

1. Praxis-Arbeitshilfen für Recherchetrainings

Bibliotheken sind als Bildungspartnerinnen inzwischen fest in den Kommunen verankert. Die Vermittlung von Informations-, Medien- und Recherchekompetenz gilt als wichtige Aufgabe von Bibliotheken – vor allem in der Kooperation mit den Schulen.

Die Praxisarbeitshilfen der Büchereizentrale Schleswig-Holstein bieten den Bibliotheken hierzu:

- ✓ Sachinformationen zum jeweiligen Thema
- ✓ didaktisch und methodisch aufbereitete Konzepte
- ✓ Planungsraster und Checklisten für die Veranstaltungen
- ✓ Arbeits- und Informationsblätter für die SuS
- ✓ weiterführende Hinweise

Zurzeit stehen folgende Praxis-Arbeitshilfen zum Download zur Verfügung:

- „The Big6™ - Die großen 6. Fächerübergreifendes Recherchetraining mit den „6 Schritten“ für die Sekundarstufe I am Beispiel des Themas „Klimawandel“
Download unter: <http://bz-sh.de/index.php/downloadbereich/download/78-arbeitshilfen/371-sumaahi-downloaddateien>
- „QR-Code-Rallye mit James Bound“ - QR-Code-Rallye zur Bibliothekseinführung von SchülerInnen der 5. und 6. Klassen. Auf spannende Weise werden die SchülerInnen mit Smartphones oder Tablets in eine Spionagegeschichte einsteigen und dem Helden James Bound bei der Lösung eines kniffligen Spionagefalles helfen. Download unter: <http://bz-sh.de/index.php/downloadbereich/download/78-arbeitshilfen/659-bs-161221-jamesbound-100x50-02>
- „Suchmaschinen – Recherchetraining“ - Durch die Kenntnis mehrerer Suchmaschinen und allgemeingültiger Qualitäts- und Beurteilungskriterien für Suchmaschinen können SchülerInnen zu einem kritischeren und reflektierten Umgang mit der Suche im Internet angeregt werden. Diese Arbeitshilfe bietet hierzu ein fertiges Konzept mit allen Arbeitsblättern und Präsentationen.
Download unter: <http://bz-sh.de/index.php/downloadbereich/download/78-arbeitshilfen/371-sumaahi-downloaddateien>

2. Verwendung der Arbeitshilfe

Diese Arbeitshilfe bietet den KollegInnen in den Büchereien Hilfen bei der Vermittlung von Recherche- und Informationskompetenz. Mit vorgefertigten Konzepten und Materialien wird die bibliothekspädagogische Arbeit der Bibliotheken vor Ort ganz konkret unterstützt.

An verschiedenen Stellen können Exkurse und Erweiterungen eingebaut werden, so dass das Training bei Bedarf auf einen längeren Zeitraum ausgedehnt werden kann. Mögliche Exkursen werden im Text mit **Exkurs** gekennzeichnet und grau unterlegt.

Alle benötigten Dateien und Vorlagen befinden sich im Datenpaket, das unter www.bz-sh.de heruntergeladen werden kann.

Inhalt des Datenpakets:

- Arbeitshilfe als pdf-Datei
- 2 Prezi- + 2 PowerPoint-Präsentationen
- Arbeitsphase I „Fragebogen zur Erkundung von Suchmaschinen“
- Suchmaschinen-Karten
- Arbeitsphase II „Fragebogen zu Tipps und Tricks bei der Suche“
- Infozettel zu Tipps und Tricks bei der Suche
- Suchmaschinen-Guide
- Planungsraster

Das Konzept des Recherchetrainings ist als Vorschlag zu verstehen, der natürlich nach den Bedürfnissen vor Ort abgewandelt oder durch eigene Elemente ergänzt werden kann.

CC-Lizenzen oder Creative Commons

In dieser Arbeitshilfe wird auf Quellen hingewiesen, die zu Materialien führen, die unter CC-Lizenzen stehen und für weiterführende Themen oder **Exkursen** genutzt werden können.

Bitte beachten Sie dabei:



Die Basis ist “CC by”: Der Autor muss immer genannt und auf die CC-Lizenz hingewiesen werden.



Der Baustein “ND” steht für “non derivatives” – das Werk darf nicht verändert werden.



Der Baustein “NC” steht für “non commercial” – das Werk darf nicht kommerziell genutzt werden – das gilt auch für das neu entstandene Werk, dass diese CC-Ressource enthält.



Der Baustein “SA” steht für “share alike” – das Werk darf unter der gleichen Lizenz verwendet werden. Das neu entstandene Werk muss also mindestens die gleiche Lizenz haben, wie die benutzte CC-Ressource.

Kombinationen dieser verschiedenen Bausteine sind möglich.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/> oder unter http://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons .

3. Warum sollen wir Recherchekompetenz schulen?

Der Umgang mit der Informationsflut in unserem digitalen Zeitalter kann als grundlegende Kompetenz der modernen Gesellschaft gelten. Selbst der Erfolg auf dem Arbeitsmarkt hängt immer stärker von den Fähigkeiten ab, Computer bedienen und Informationen im Internet recherchieren zu können. Der Wandel vom klassischen „Kfz-Mechaniker“ zum „Mechatroniker“ ist hierfür ein gutes Beispiel. Ohne Computer kann in keiner Werkstatt mehr der Fehlercode aus den modernen Kraftfahrzeugen ausgelesen werden. Internet und digitale Medien gehören zu unserem modernen Leben und sind nicht mehr wegzudenken.

Aber können die Jugendlichen heutzutage nicht ohnehin mit den neuen Medien umgehen?

Die Aufgabe, die Jugend in der technischen Handhabung für diese Medien fit zu machen, steht bei der Informationskompetenzvermittlung gar nicht allein an erster Stelle. Durch die große Verfügbarkeit der neuen Medien sind bei den meisten Schülern und Schülerinnen (SuS) die Kenntnisse und Fähigkeiten zur bloßen Nutzung dieser Geräte und Angebote bereits vorhanden. Oftmals wissen die Jugendlichen mehr, als die Erwachsenen. Da die Erwachsenen aber auch eine Zeit ohne Internet kennen, ist deren Hauptaufgabe, einen kritischen und strukturierten Blick auf die Angebote zu vermitteln. Recherchekompetenz beinhaltet eben nicht nur das „Wie komme ich an die Informationen?“, sondern vor allem auch das „Was sind diese Informationen wert? Wie sind sie zu bewerten?“. Die JIM-Studie von 2012 hat ergeben, dass Jugendliche selbst diese Schulungen schätzen und einen erwiesenen Nutzen daraus ziehen:

"Fragt man die Jugendlichen, die schon einmal Medienthemen in der Schule behandelt haben, wie sie das Ergebnis dieses Unterrichts bewerten, bestätigt mehr als die Hälfte der Jugendlichen (57%), dass sie die behandelten Themen nun besser verstehen. Mädchen (61%) stimmen hier noch etwas häufiger zu als Jungen (54%). Insgesamt 42 Prozent berichten etwas Neues im Bereich Medien erfahren zu haben (Mädchen: 42%, Jungen: 41%). Für 28 Prozent war die Behandlung von Medienthemen im Unterricht sogar Anlass zu einer Veränderung des eigenen Verhaltens. Auch hier war der Effekt bei den Mädchen (32%) etwas größer als bei den Jungen (25%).

[...] Die Jüngsten können durch die Medienkompetenzvermittlung in der Schule besonders stark profitieren. 71 Prozent der 12- bis 13-Jährigen berichten, die behandelten Medienthemen besser zu verstehen und 57 Prozent haben in diesem Bereich etwas Neues erfahren. Mit zunehmendem Alter nehmen diese Effekte deutlich ab. Ebenso ist der Einfluss auf das konkrete Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen bei der jüngsten Altersgruppe am größten (32%), allerdings kann auch noch ein Viertel der Volljährigen von Verhaltensänderungen beim Gebrauch von Medien berichten.

3. Warum sollen wir Recherchekompetenz schulen?

[...] Die Ergebnisse zeigen, dass die Aufklärung im Bereich Medienkompetenz von Jugendlichen durchaus angenommen wird und sich sowohl in ihrem Medienwissen als auch im konkreten Nutzungsverhalten niederschlagen kann.“¹

Die JIM-Studie 2013 macht deutlich, wie wichtig die Nutzung des Internets für die Jugendlichen geworden ist:

„Das Internet spielt im Alltag von Jugendlichen eine wichtige Rolle. Im Durchschnitt sind Zwölf- bis 19-Jährige in Deutschland 179 Minuten täglich (Mo-Fr) online. Der Großteil dieser Zeit wird nach Angaben der Jugendlichen für den Bereich Kommunikation verwendet, vor allem die Nutzung von Online-Communities spielt dabei für viele eine zentrale Rolle (75 % mindestens mehrmals pro Woche). Weitere Internet-Angebote, die besonders häufig von Jugendlichen genutzt werden, sind Suchmaschinen, wie z.B. Google (80 %) und Videoportale, wie z.B. YouTube (74 %).

Auch für die Schule sind Computer und Internet für Jugendliche von großer Bedeutung. Nach eigenen Angaben nutzen Schüler zwischen zwölf und 19 Jahren Computer und Internet durchschnittlich 48 Minuten pro Tag (Mo-Fr) um zu Hause etwas für die Schule zu machen. Mit zunehmendem Alter steigt die Zeit am Computer für Schularbeiten oder Lernen deutlich an, so dass 18- bis 19-jährige Schüler den PC mehr als eine Stunde pro Tag (68 Min.) für die Schule nutzen. Entsprechend der Nutzung wird auch der Einfluss von Computer und Internet auf den Schulerfolg bewertet: 81 Prozent der Schüler finden es sehr wichtig bzw. wichtig zu Hause Computer und Internet für die Schule zu haben.“²

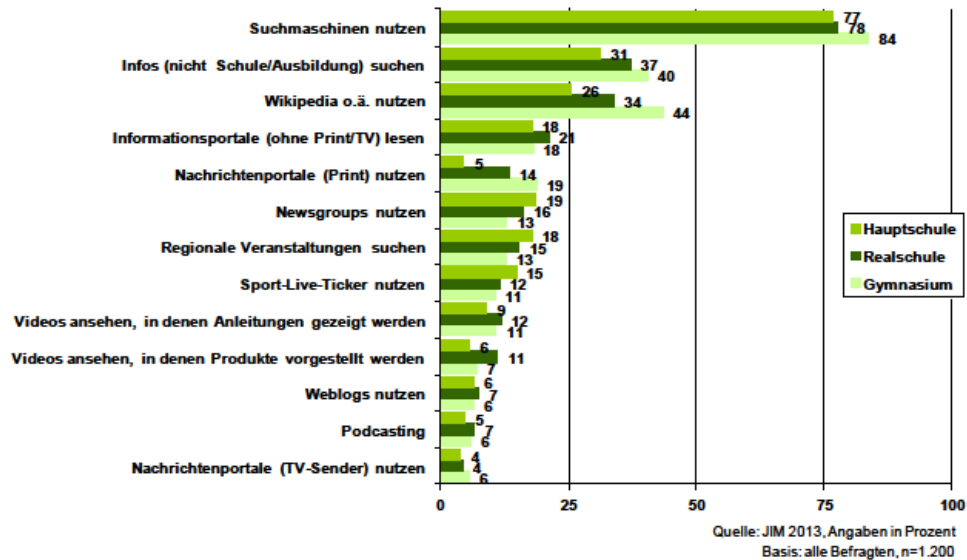
Die Nutzung von Suchmaschinen steht dabei an vorderster Stelle. Suchmaschinen erschließen das Internet und sind das Einstiegstor, über das andere Angebote erreicht werden können.

¹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2012). JIM 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: 2012. - Download unter http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2012/JIM_Studie_2012.pdf

² Zusammenfassung auf der Internetseite der JIM-Studie unter <http://www.mpfs.de/index.php?id=613>

3. Warum sollen wir Recherchekompetenz schulen?

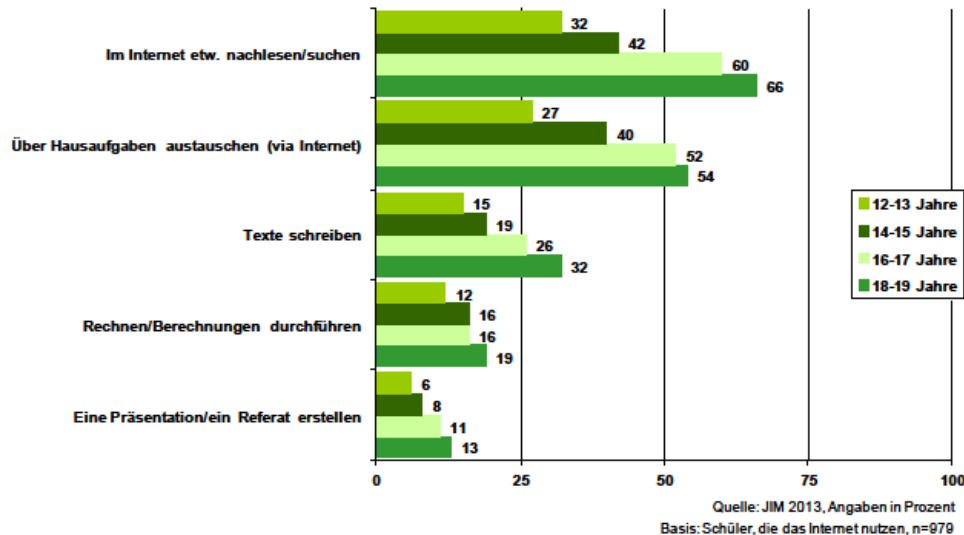
Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: sich informieren 2013 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: "Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest / JIM-Studie 2013 / www.mpfs.de"

Viele Kinder und Jugendliche nutzen das Internet, um sich für die Schule zu informieren. Die viel beklagten „Copy-Paste-Referate“ zeigen dabei einen oft unreflektierten Umgang mit dem Wert der Informationen, die die Jugendlichen aus dem Internet gewinnen. Hier eine solide Basis für die Recherche zu schaffen, muss eine gemeinsame Aufgabe von Schulen und Bibliotheken sein. Bibliotheken stellen als Informationsmanager die Experten zur sinnvollen und fundierten Internetrecherche dar. Lehrkräfte stellen das pädagogische Knowhow zur Verfügung und binden die Angebote der Bibliotheken in ihren Unterricht ein.

Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: Schule 2013 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: "Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest / JIM-Studie 2013 / www.mpfs.de"

Durch die Kenntnis mehrerer Suchmaschinen und allgemeingültiger Qualitäts- und Beurteilungskriterien für Suchmaschinen können die SuS zu einem kritischen und reflektierten Umgang – auch mit Google – angeregt werden. Google wird Marktführer bleiben, es ist – wie alle Suchmaschinen – ein Instrument, dessen sinnvolle Nutzung aber auch gelernt werden muss.

Wie suchen Kinder und Jugendliche heutzutage im Internet?

Die Ergebnisse aus der DJI-Untersuchung zeigen spezifische Schwierigkeiten der Jugendlichen bei der Recherche auf:

- Oft werden ganze Sätze oder nur ein einzelnes Wort eingegeben. Eine Kombination verschiedener Schlagworte oder Tags zur Präzisierung des Inhaltes findet selten statt.
- Die Rechtschreibung ist oft fehlerhaft und führt daher zu unvollständigen oder ungenauen Ergebnissen.
- SuS kennen oft verwandte Wörter oder Synonyme für ihre Suchbegriffe nicht. Sie haben Schwierigkeiten, die richtigen Begriffe für ihre Suchanfrage zu finden.

Auch der Umgang mit den Suchmaschinen selbst ist für die Kinder und Jugendlichen schwierig:

- Die Trefferbeschreibungen (Snippets oder Schnitzel) werden oft mit konkreten Antworten auf die Suchanfragen verwechselt. Oft ist nicht bekannt, dass es sich lediglich um einen Link auf eine Seite handelt, auf dem die gesuchte Information erst herausgefiltert und der Kontext der Seite geprüft werden muss.

3. Warum sollen wir Recherchekompetenz schulen?

- Werbung wird nicht als solche erkannt und mit sachlichen Treffern verwechselt.
- Inhalte sind nicht für SuS aufbereitet: Informationen für Jugendliche stehen direkt in einer Liste mit Fachliteratur für Erwachsene und populären Darstellungen.
- Es fehlt oft die Beurteilungskompetenz für die Qualität und Glaubwürdigkeit von Internetseiten und dort gefundenen Informationen.³


³ Feil, Christine u.a.: Internetrecherchen auf Kindersuchmaschinen – Logfileanalysen und Beobachtungen. In: Gapski, Harald [Hrsg.]: Informationskompetenz im Kindes- und Jugendalter. Beiträge aus Forschung und Praxis. – München: kopaed, 2012. - 9783867362146

4. Google & Co.

Tiefergehende Informationen und weitere Anregungen für Konzepte finden sich unter:

-> Klicksafe-Broschüre „Wie finde ich, was ich suche?“ unter http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_Suchmaschine/LH_Zusatzmodul_Suchmaschinen_klicksafe.pdf

-> Klicksafe-Broschüre „12 goldene Suchmaschinenregeln“ unter <https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Medienkompetenz/ratgeber-suchmaschinen-farbe.pdf>

Die Broschüren stehen beide unter  CC BY NC SA Lizenz und können genutzt und verändert werden.

4.1 Vielfalt der Suchmaschinen

Die Vielfalt der Suchmaschinen ist groß. Zurzeit verzeichnet die Suchmaschinendatenbank <http://www.suchmaschinen-datenbank.de/> über 200 Suchmaschinen. Der Schwerpunkt liegt vor allem auf deutschsprachigen Suchmaschinen. Die Suchmaschinendatenbank versucht eine möglichst neutrale, umfassende und unabhängige Sammlung zur Verfügung zu stellen. Bewertungen und die Möglichkeit, Suchmaschinen direkt an die Betreiber zu melden, sollen hierbei helfen.

Trotz der Vielfalt hat Google nach wie vor einen Marktanteil von 94 %⁴. Bing führt die Liste der in Deutschland – nach Google – meistgenutzten Suchmaschinen im Vergleich dazu mit nur 4 % an. Yahoo folgt mit 1,3 %. Alle anderen Suchmaschinen müssen sich mit Werten unter 1 % begnügen.


Allein die Diskrepanz zwischen der immensen Bandbreite von Suchmaschinen auf der einen Seite und der Quasi-Monopol-Stellung von Google auf der anderen lässt es ratsam erscheinen, sich intensiver und offener mit alternativen Suchmaschinen zu beschäftigen. Dazu soll diese Arbeitshilfe einen Beitrag leisten.

Die Kindersuchmaschinen www.fragFINN.de, www.blinde-kuh.de und www.helles-koepfchen.de werden in dieser Arbeitshilfe nicht berücksichtigt. Zielgruppe dieser Arbeitshilfe sind SuS der Sekundarstufe I (etwa ab 7. Klasse), so dass die Zielgruppen der genannten Kindersuchmaschinen (6 bis 12 Jahre) nicht erreicht werden. Ab 12 Jahren werden meist die Erwachsenensuchmaschinen, ggf. mit entsprechenden Filtereinstellungen, und ab 15 Jahren nur noch die Erwachsenensuchmaschinen genutzt. Für diese Zielgruppe will die Arbeitshilfe Hilfestellung bieten.

Exkurs Suchmaschinen für Kinder und Erwachsene vergleichen

Eine durchgeplante Einheit mit Arbeitsblättern zum Vergleich von Kinder- und Erwachsenen-Suchmaschinen ist bei www.klicksafe.de ab Seite 52 in „Wie finde ich, was ich suche?“ unter http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_Suchmaschine/LH_Zusatzmodul_Suchmaschinen_klicksafe.pdf zu finden.

⁴ Zahlen von <https://www.seo-united.de/blog/internet/suchmaschinenverteilung-im-oktober-2016.htm> Abruf 23.5.2018

Unter <http://www.klicksafe.de/suchmaschinen/> gibt es die Arbeitsblätter zum direkten Download. Durch die  CC BY NC SA-Lizenz besteht die Möglichkeit, diese fertig ausgearbeiteten Materialien und Arbeitsblätter direkt zu nutzen, ohne Urheberrechte zu verletzen.

In dieser Arbeitshilfe wird der Vergleich auf indexbasierte Suchmaschinen (und Metasuchmaschinen) beschränkt.

Exkurs Index- und katalogbasierte Suchmaschinen vergleichen

Eine lohnende - z.B. an diese Arbeitshilfe sich anschließende - Arbeitseinheit könnte der intensivere Vergleich zwischen indexbasierten und katalogbasierten Suchmaschinen sein. Anregungen zur Gestaltung einer solchen Einheit finden sich bei www.klicksafe.de unter http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_Suchmaschine/Zusatz_AB_Suchmaschinen.pdf

4.1.1 Google



www.google.de

Google ist mit weitem Abstand der Marktführer unter den Suchmaschinen. 95% aller Suchanfragen in Deutschland und ca. 70% der weltweiten Suchanfragen im Internet laufen über den Giganten aus den USA. Seit 1998 läuft die Suchmaschine, die von Larry Page und Sergey Brin an der Universität Stanford, USA, gegründet wurde. Begonnen als campusinterne Suchmaschine ist Google 1998 in den Rang einer gewinnorientierten Firma (Inc.) aufgestiegen, die 2004 sogar an die Börse gegangen ist. Der Erfolg hat Page und Brin zu Multimilliardären gemacht. Heute ist Google die wahrscheinlich wertvollste Marke der Welt.

Google hat als erste Suchmaschine die Relevanz der Treffer mit „PageRank“ – einem nach Larry Page benannten Software-Algorithmus – deutlich erhöht und damit Maßstäbe für nachfolgende Suchmaschinen gesetzt.

4.1.2 Bing



www.bing.com

BING ist seit 2009 die Suchmaschine von Microsoft und wird als Standardsuchmaschine beim Internet Explorer eingesetzt. Sie ist damit der Nachfolger von MSN/Live Search. Bing pflegt Kooperationen mit Yahoo und Baihu.

4.1.3 Yahoo



www.yahoo.com

1994 wurde Yahoo von den beiden Stanford Studenten David Filo und Jerry Yang als Webkatalog entworfen. Alle Seiten des Internets sollten – nach Kategorien sortiert – aufgeführt und so für den Nutzer erschlossen werden. Yahoo bedeutet „Yet Another Hierarchical Official Oracle“ und war damit der erste systematische Katalog von Internetseiten. Jede Seite musste also begutachtet und einer der Kategorien zugeordnet werden. Diese Katalogstruktur kann man an manchen Stellen noch erkennen. Heute wird Yahoo aber als „normale“ Suchmaschine benutzt.

Seit 1995 wurde Yahoo standardmäßig im Browser Netscape Navigator eingesetzt und gewann dabei deutlich an Popularität. Seit 1996 ist Yahoo eine eingetragene Firma und an der Börse notiert. Seit 2009 nutzt Yahoo die Suchergebnisse von Bing.

4.1.4 Ixquick



www.ixquick.de

Ixquick wurde 1998 in New York von David Bodnick ins Leben gerufen. Seit 2000 ist Ixquick im Privatbesitz eines niederländischen Unternehmens.

Ixquick bezeichnet sich selbst als die „diskreteste Suchmaschine der Welt“. Anonymität und Datenschutz sind seit 2006 für Ixquick die wichtigsten Themen. Neben der Suchfunktion stehen weitere Werkzeuge zum Datenschutz zur Verfügung. Ixquick ist eine Meta-Suchmaschine, die mehrere bekannte Suchmaschinen gleichzeitig durchsucht und die Ergebnisse in einer Trefferliste präsentiert. Nach den Firmenrichtlinien werden keine verwendeten Suchbegriffe, keine Zeiten und Tage der Besuche, keine IP-Adressen und keine Nutzer-ID-Cookies sowie Informationen darüber, welche Links angeklickt wurden, gespeichert. Seit 2009 steht die Suchmaschine zusätzlich unter dem Namen StartPage www.startpage.com zur Verfügung.

4.1.5 MetaGer



www.metager.de

MetaGer wird seit 2012 von „SUMA-EV Verein für freien Wissenszugang“ betrieben. Sie wurde als deutschsprachige Alternative zu den großen Suchmaschinen an der Universität Hannover 1996 entwickelt. Das Angebot von erweiterten Suchoptionen ist bei MetaGer besonders groß und auf den fachlichen und wissenschaftlichen Bereich spezialisiert. Als Metasuchmaschine transportiert MetaGer die Ergebnisse von bis zu 50 anderen Suchmaschinen (ohne Google) und bietet einen anonymisierten Zugang zu den gefundenen Treffern.

4.2 „Suchmaschinen unter der Lupe“ - Kriterien und Merkmale

Für diese Arbeitshilfe wurden verschiedene Merkmale ausgewählt, die den SuS vermittelt werden können. Tiefergehende Informationen finden Sie in der weiterführenden Literatur.

Hier werden die Merkmale allgemein vorgestellt. Details zu den einzelnen Suchmaschinen finden Sie bei den „Lösungen zur Gruppenarbeit“.

Ziel ist, den SuS einen Überblick darüber zu geben, auf was bei der Untersuchung einer Suchmaschine geachtet werden sollte, also den Blick für die kritische Seite der Internetnutzung zu stärken. Dieser Überblick befähigt die SuS, ihre Gruppenaufgaben zu lösen und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

(Die grau unterlegten Begriffe sind in der Prezi-Präsentation animiert und werden auf Klick hin eingeblendet.)

Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung

Der erste Eindruck ist entscheidend – auch bei Suchmaschinen. Wie stellt sich das **Layout** der Startseite der Suchmaschine dar? Minimalistische Erscheinungsbilder sind zwar **übersichtlich**, aber die Nutzung von weiteren Features (z.B. erweiterte Suche) wird erschwert, wenn die hierfür nötigen Buttons erst nach intensiver Suche zu finden sind. Gut ist es, wenn eine **„Hilfe-Funktion“** oder eine „Einführung in die Benutzung“ (z.B. als Video-Rundgang) zur Verfügung gestellt wird.

Das Layout sollte klar und strukturiert aufgebaut sein und die Suchfunktion im Mittelpunkt stehen. Viele **weitere Angebote** und Informationen, **Werbung** und bezahlte Links verwirren den Nutzer und lenken von der eigentlichen Recherche ab. Wichtig ist auch, zu untersuchen, ob die Suchmaschinen Werbung und bezahlte Links deutlich genug kenntlich machen. Durch Rahmen, farbige Unterlegungen und/ oder die Anmerkung „Anzeige“ können diese von den eigentlichen Suchbereichen (mal mehr, mal weniger deutlich) abgegrenzt werden.

Das **Impressum** der Suchmaschinen-Betreiber sollte gut auffindbar sein. Rubriken wie „Wir über uns“ verraten, welche Firma mit welcher Idee hinter der Suchmaschine steckt. Dies macht deutlich, dass es bei den Betreibern selten um uneigennützig, neutrale Angebote, sondern um das Managen einer Firma geht, die Geld verdienen möchte.

Präsentation der Ergebnisse

Für das Layout der Trefferlisten gelten im Prinzip die gleichen Forderungen, wie für die Startseite der Suchmaschine: Übersichtlichkeit, sparsame Verwendung von Elementen, die nicht zur Suchfunktion gehören und eine deutliche Kenntlichmachung von Werbung und bezahlten Links.

An die Darstellung der Suchergebnisse selbst werden weitere Anforderungen gestellt: Jeder Treffer sollte mit einem **Link** und der dazugehörigen **Internetadresse (Autorenhinweis)** dargestellt werden. Anhand der Adresse können zum Teil schon Rückschlüsse auf die Brauchbarkeit des Links gezogen werden. Jeder Treffer sollte das **Datum der Internetseite angeben**, an dem sie zuletzt aktualisiert worden ist. Zusätzlich zum Link auf das Ergebnis sollte ein kurzer **Textausschnitt** („Snippet“ oder „Schnitzel“) aus der Internetseite zeigen, in welchem Zusammenhang die Suchbegriffe gefunden worden sind. So

können bereits Treffer aussortiert werden, die zwar den Suchbegriff beinhalten, aber nicht zum gesuchten Thema gehören. Sollte der erläuternde Text zum Treffer über Zitate aus der gefundenen Internetseite hinaus auch Schlagwörter („Tags“), Kommentare oder Bewertungen angeben, stellen diese ein besonderes Qualitätsmerkmal dar.

Bei Meta-Suchmaschinen (wie z.B. MetaGer) ist es unabdingbar, dass angegeben wird, aus welchen Quellen (bzw. aus welchen anderen Suchmaschinen) die Treffer stammen. Aber auch normale Suchmaschinen nutzen oftmals Daten von anderen Anbietern. Hierzu wären Informationen auf der Startseite der Suchmaschine sinnvoll.

Suche/ Suchworteingabe

Die Suchfunktion stellt das zentrale Element einer Suchmaschine dar und kann verschiedene Qualitätsmerkmale aufweisen: Zum Einen ist eine gewisse Fehlertoleranz bei der Eingabe und Rechtschreibprüfung der Suchbegriffe von entscheidendem Vorteil. Macht die Suchmaschine bei unklaren Suchbegriffen entsprechend Vorschläge, kann der Nutzer zu seinen Ergebnissen kommen, obwohl er die Suchbegriffe nicht richtig geschrieben hat.

Einen ähnlichen Service bietet das automatische Anzeigen verwandter oder bereits durchgeführter Suchen mit dazu passenden Begriffen (z.B. Autovervollständigungsfunktion). So kann eine unübersichtliche Treffermenge von vornherein eingegrenzt werden. Allerdings ist diese Funktion mit kritischem Blick zu sehen: Durch diese Eingrenzung werden von der Suchmaschine bereits im Vorfeld Ergebnisse aussortiert, nicht vom Nutzer selbst.

Erweiterte Suchoptionen helfen, die Treffermengen zu filtern: Die Selektion oder Filterung nach Dateiformaten beispielsweise, nach Videos oder Bildern, nach Nachrichten oder Internetdiensten hilft dem Nutzer bei der Eingrenzung seiner Auswahl. Die Angebote der Suchmaschinen hierzu sind vielfältig, aber oft nicht gut zu finden.

Darüber hinaus bieten viele Suchmaschinen auch die Möglichkeit, Suchbegriffe durch logische Verknüpfungen oder „Boole'sche Operatoren“ wie „und/ and“, „oder/ or“ und „nicht/ not“ miteinander zu verknüpfen. So lassen sich Begriffe ausschließen, hinzufügen oder erweitern.

Eine solche „Expertensuche“ mit besonderen Tipps und Tricks ist die Grundlage für eine gute Recherchekompetenz und macht aus dem Internet eine wahre Fundgrube.

Ergebnisauswahl/ Ranking

Das Ziel der Suchmaschinen ist, schnell gesuchte Informationen zu bieten. Der Nutzer freut sich über schnelle Hilfe oder Informationen und übersieht daher leicht, wie diese Ergebnisse zustande kommen. Die Ergebnisse sollten immer auch mit einem kritischen Blick geprüft werden. Die Ergebnisliste, die von der jeweiligen Suchmaschine präsentiert wird, ist das Produkt einer hinter den Kulissen laufenden Software. Diese wählt die bereits im Index der Suchmaschinen vorhandenen Treffer aus und bewertet diese. Eine Suchmaschine ist dann erfolgreich, wenn der Nutzer ihr vertraut. Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit sind für Suchmaschinen bares Geld wert. Die wenigsten Suchmaschinen machen deutlich, wie genau das „Ranking“, also die Reihenfolge der Treffer in der Ergebnisliste, zustande kommt. Die

Auswahl der Treffer wird aber nicht vom **Software-Algorithmus** allein beeinflusst, sondern auch von anderen Faktoren: Manche Suchmaschinen greifen für ihre Ergebnisse auf **redaktionell bearbeitete Daten** zurück. Einerseits ist das gut und transparent, wenn z.B. Kindersuchmaschinen Internetangebote aussortieren, die nicht für Kinder geeignet sind. In anderen Fällen geschieht dies versteckt und unterliegt einer gewissen Willkür der Suchmaschine. Wenn bestimmte Ergebnisse konsequent aussortiert werden, kann man durchaus die Gefahr **von zensurähnlichen Einschränkungen** sehen. Leider hat der Nutzer keinerlei Kontrolle, weder über die Auswahlkriterien noch über die Reihenfolge, mit der die Ergebnisse präsentiert werden.

Datenschutz

Informationen über den Umgang mit dem Thema Datenschutz bei den einzelnen Suchmaschinen fordern vom Nutzer, dass er tiefer in die Strukturen und Hintergründe der Suchmaschine einsteigt. Kaum eine Suchmaschine geht dieses Thema offensiv von sich aus an. Die **allgemeinen Geschäftsbedingungen** und Hinweise auf den Umgang mit den Daten der Internetnutzer finden sich meist auf den nicht so offensichtlichen Seiten der Firma (nicht der Suchmaschinen-Startseite) und manchmal besonders gut versteckt. Besondere Achtsamkeit ist dann geboten, wenn die Suchmaschine eine **Registrierung oder Anmeldung** des Nutzers empfiehlt oder sogar erwartet. Dann können die Suchanfragen mit der Person in Zusammenhang gebracht werden, die die Suchbegriffe eingibt. Wenn eine Suchmaschine viele weitere Dienste anbietet, kann fast davon ausgegangen werden, dass alle diese **Daten miteinander verknüpft** und/ oder **gespeichert** werden. Auf der einen Seite verbessern diese Informationen über den Nutzer die Trefferlisten und bieten damit einen gewissen Mehrwert, auf der anderen Seite machen sie ihn zu einem „gläsernen Internetnutzer“. Abhilfe hiergegen bieten Suchmaschinen, die eine **anonyme Suche** erlauben und keine Suchanfragen speichern.

Filtereinstellungen

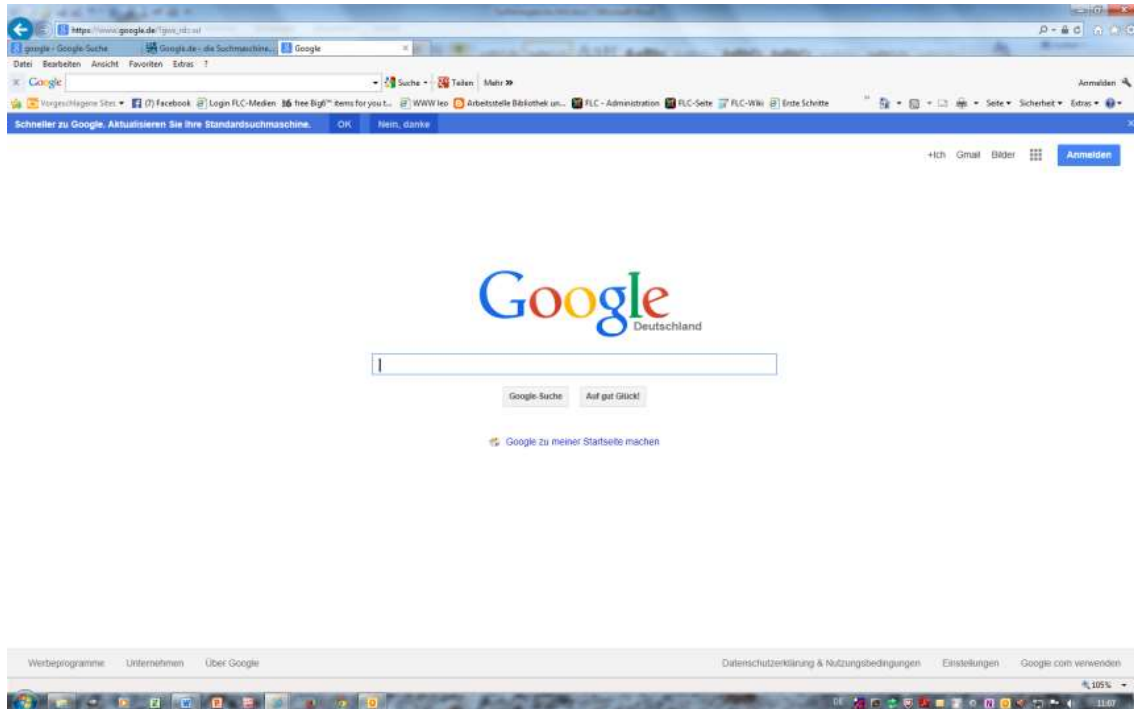
Das Internet ist ein freier Raum, in dem auch gewaltverherrlichende, rassistische, sexuelle und anderweitig **jugendgefährdende Inhalte** vorhanden sind. Die Suchmaschine unterscheidet erst einmal nicht, wie alt der Nutzer ist, der sie mit Suchanfragen füttert. So können auch potentiell gefährdende Inhalte präsentiert werden, die den Kindern oder Jugendlichen schaden. Manche Suchmaschinen bieten die Möglichkeit, Filtereinstellungen zu nutzen und auf verschiedene **Toleranzgrenzen** einzustellen. Nicht nur **Kindersuchmaschinen** können auf diese Weise durch „SafeSearch“ oder den „Familienfilter“ unbedenklich von Kindern und Jugendlichen zur Recherche genutzt werden.

4.2.1 Google

Lösungen zur Gruppenarbeit:

Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung

„Findet ihr die Startseite übersichtlich? Warum/ warum nicht?“



Die Startseite ist eher minimalistisch bis karg und daher übersichtlich.

„Was ist noch auf der Startseite zu sehen?“

Social-Web-Dienst, E-Mail-Dienst, Anmeldung bzw. Registrierungsbutton, Links auf andere Seiten, wie bspw. Datenschutzerklärungen, Einstellungen, Informationen über Google selbst, Werbeprogramme

„Und hat das etwas mit der Suche zu tun?“

Nein.

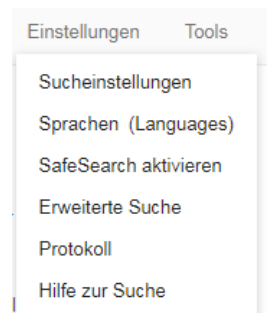
„Gibt es Hilfen, Anleitungen oder Tipps für die Suche?“

Nicht auf der Startseite.



Erst auf weiteren Unterseiten können Hilfen für die Nutzung der Suche gefunden werden.

Nach einer ersten Suche werden weitere Optionen unter „Einstellungen“ angeboten und auf eine „Hilfe zur Suche“ hingewiesen.



„Gibt es Werbung? Kann man diese deutlich erkennen?“

Die Startseite enthält noch keine Werbung außer dem Hinweis auf Googles „Werbeprogramme“. Erst nach einer ersten Suche wird Werbung angezeigt. Die Darstellung entspricht den normalen Suchergebnissen, abgegrenzt wird mit einem kleinen, unauffälligen Logo „Anzeige“.

Präsentation der Ergebnisse/ Trefferlisten

„Werden die Suchergebnisse übersichtlich präsentiert? Warum/ Warum nicht?“

Sehr übersichtlich, Hinweise auf weitere Trefferseiten erst am Ende der ersten Seite.

„Welche Elemente findet ihr auf der Seite mit den Ergebnissen?“

X Links zu den gefundenen Ergebnissen	X Möglichkeiten zum Filtern oder weiteren Einschränken der Ergebnisse
X ausführliche Internetadresse des Links	X Hinweise auf verwandte oder ähnliche Suchbegriffe
X Erklärungstext zu den Links oder kurze Zitate von der gefundenen Seite („Schnipsel“)	X Links auf die nächsten Seiten der Trefferliste
X längere Informationen als Vorschau manchmal	X Werbung oder Anzeigen manchmal
X Anzahl der Treffer	

„Wenn ihr Werbung oder Anzeigen gefunden habt: Findet ihr die Werbung gut erkennbar? Warum/ Warum nicht?“

Werbung wird in die Suchergebnisse eingereiht und nur mit einem kleinen Logo oder einer zarten farblichen Untermalung kenntlich gemacht.

„Könnt ihr eine Sortierung der Ergebnisse erkennen?“

Nein.

Suchworteingabe

„Gebt nun eure Suchbegriffe mit Fehlern ein: z.B. Rbbi Wiliam (statt Robin Williams)

Bietet die Suchmaschine euch den richtigen Begriff an?“

Ungefähr 3.960.000 Ergebnisse (0,43 Sekunden)

Ergebnisse für **Robbie William**
Stattdessen suchen nach: **Rbbi Wiliam**

Ja, wenn der Sänger gemeint war. Nein, wenn nach dem Schauspieler gesucht wurde.

„Schlägt die Suchmaschine ähnliche Begriffe vor?“

Verwandte Suchanfragen zu Robbie Williams

robbie william schauspieler	robbie william candy
robbie william tour 2013	robbie william feel
robbie william angels	robbie william münchen 2013
robbie william angels lyrics	robbie william take the crown tour



Ja.

„Passen die angezeigten Treffer zu eurer Suchanfrage? (Wurde der Schauspieler oder der Sänger gefunden?)“

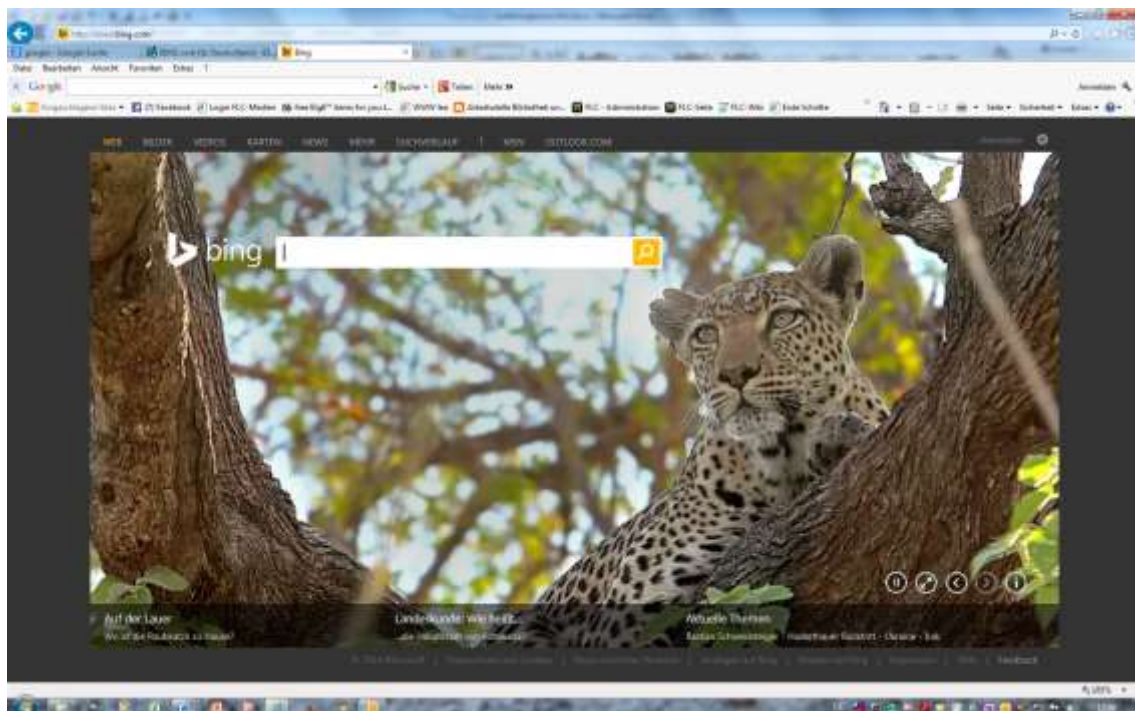
Ja, es werden Treffer für beide angeboten. Eine Unterscheidung ist über die „Snippets“ möglich.

4.2.2 Bing

Lösungen zur Gruppenarbeit:

Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung

„Findet Ihr die Startseite übersichtlich? Warum/ warum nicht?“



Übersichtlich, aber durch das wechselnde Hintergrundbild mit Quizfragen dazu auch zur Ablenkung neigend.

„Was ist noch auf der Startseite zu sehen?“

Titelbild, Fragen und Hinweise zum Titelbild, erste Eingrenzungen und Filter für die Suche, Links zu Microsoft, Anmeldung, Schrauben-Symbol zu weiteren Einstellungen, Datenschutz & Cookies, rechtliche Hinweise, Links auf Werbemöglichkeiten, Impressum, Hilfe, Feedback

„Und hat das etwas mit der Suche zu tun?“

Das Meiste verhilft zu einer besseren Suche: Eingrenzungen, Filter, Hilfe, Einstellungen

„Gibt es Hilfen, Anleitungen oder Tipps für die Suche?“

Ja, direkt auf der Startseite.

„Gibt es Werbung? Kann man diese deutlich erkennen?“

Nicht auf der Startseite (außer für Microsoft selbst)

Präsentation der Ergebnisse/ Trefferlisten

„Werden die Suchergebnisse übersichtlich präsentiert? Warum/ Warum nicht?“

Ja, das Layout der Trefferliste ähnelt dem von Google sehr.

„Welche Elemente findet ihr auf der Seite mit den Ergebnissen?“

<input checked="" type="checkbox"/> Links zu den gefundenen Ergebnissen	<input checked="" type="checkbox"/> Möglichkeiten zum Filtern oder weiteren Einschränken der Ergebnisse
<input checked="" type="checkbox"/> ausführliche Internetadresse des Links	<input checked="" type="checkbox"/> Hinweise auf verwandte oder ähnliche Suchbegriffe
<input checked="" type="checkbox"/> Erklärungstext zu den Links oder kurze Zitate von der gefundenen Seite („Schnipsel“)	<input checked="" type="checkbox"/> Links auf die nächsten Seiten der Trefferliste
<input checked="" type="checkbox"/> längere Informationen als Vorschau manchmal	<input checked="" type="checkbox"/> Werbung oder Anzeigen manchmal
<input checked="" type="checkbox"/> Anzahl der Treffer	

„Wenn ihr Werbung oder Anzeigen gefunden habt: Findet ihr die Werbung gut erkennbar? Warum/ Warum nicht?“



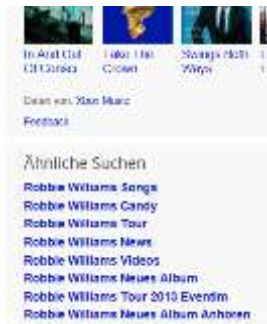
Werbung gibt es auf den Ergebnisseiten nach der ersten Suche. Die Kennzeichnung ist sehr zart und unscheinbar.

„Könnt ihr eine Sortierung der Ergebnisse erkennen?“

Nein.

Suchworteingabe

4. Google & Co.



„Gebt nun eure Suchbegriffe mit Fehlern ein: z.B. Rbbi Wiliam (statt Robbie Williams) Bietet die Suchmaschine euch den richtigen Begriff an?“

Es werden gleich die korrigierten Ergebnisse ohne Nennung der falschen Schreibweise angezeigt.

„Schlägt die Suchmaschine ähnliche Begriffe vor?“

Ja, es werden ähnliche Suchen mit der richtigen Schreibweise vorgeschlagen.

„Passen die angezeigten Treffer zu eurer Suchanfrage? (Wurde der Schauspieler oder der Sänger gefunden?)“

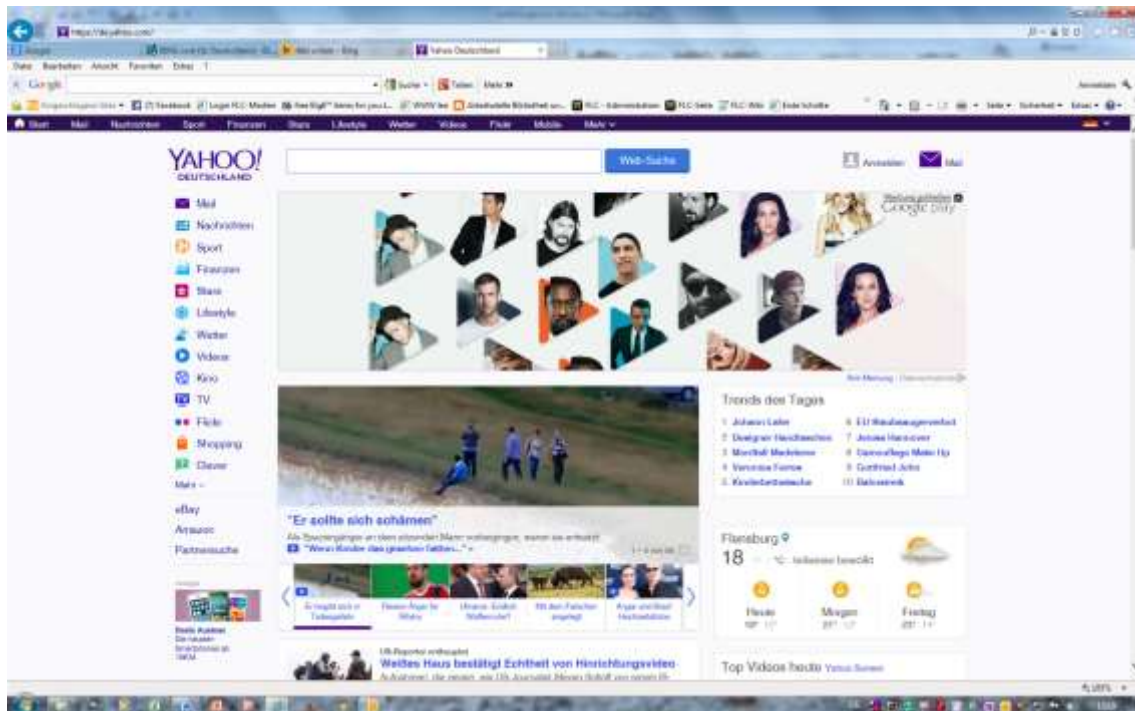
Ja, es werden Treffer für beide angeboten. Eine Unterscheidung ist über die „Snippets“ möglich.

4.2.3 Yahoo

Lösungen zur Gruppenarbeit:

Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung

„Findet ihr die Startseite übersichtlich? Warum/ warum nicht?“



Die Startseite präsentiert sich extrem unübersichtlich. Der eigentliche Suchschlitz erscheint fast als Nebensache neben den anderen Diensten, Angeboten, Produkten und Services, der Werbung und den Informationen des Tages.

„Was ist noch auf der Startseite zu sehen?“

Werbung, Nachrichten, Trends des Tages

„Und hat das etwas mit der Suche zu tun?“

Das Wenigste. Die Suche erscheint als ein Tool von vielen.

„Gibt es Hilfen, Anleitungen oder Tipps für die Suche?“

Nicht auf der Startseite. Erst nach mehreren Klicks erscheinen ein paar wenige Tipps zur Suchfunktion.

(<https://de.hilfe.yahoo.com/kb/search>)

„Gibt es Werbung? Kann man diese deutlich erkennen?“

Die Seite besteht zu großen Teilen aus Werbung und Nachrichten. Die Werbung wird wie bei den anderen bisher untersuchten Suchmaschinen sehr dezent durch „Anzeige“ oder „Werbung“ kenntlich gemacht.

Präsentation der Ergebnisse/ Trefferlisten

„Werden die Suchergebnisse übersichtlich präsentiert? Warum/ Warum nicht?“

Die Trefferliste ist wesentlich übersichtlicher, als die Startseite. Auch diese ist in einem sehr ähnlichen Layout wie beim Giganten Google aufgebaut.

„Welche Elemente findet ihr auf der Seite mit den Ergebnissen?“

<input checked="" type="checkbox"/> Links zu den gefundenen Ergebnissen	<input checked="" type="checkbox"/> Möglichkeiten zum Filtern oder weiteren Einschränken der Ergebnisse
<input checked="" type="checkbox"/> ausführliche Internetadresse des Links	<input checked="" type="checkbox"/> Hinweise auf verwandte oder ähnliche Suchbegriffe
<input checked="" type="checkbox"/> Erklärungstext zu den Links oder kurze Zitate von der gefundenen Seite („Schnipsel“)	<input checked="" type="checkbox"/> Links auf die nächsten Seiten der Trefferliste
<input type="checkbox"/> längere Informationen als Vorschau	<input checked="" type="checkbox"/> Werbung oder Anzeigen
<input checked="" type="checkbox"/> Anzahl der Treffer	

„Wenn ihr Werbung oder Anzeigen gefunden habt: Findet ihr die Werbung gut erkennbar? Warum/ Warum nicht?“

Werbung wird farblich unterlegt, am rechten Rand positioniert oder mit einem kaum sichtbaren Rahmen versehen.

„Könnt ihr eine Sortierung der Ergebnisse erkennen?“

Nachrichten werden im Vorwege in einem Extra-Block gezeigt, alle anderen Treffer lassen keine Sortierung erkennen.

Suchworteingabe

„Gebt nun eure Suchbegriffe mit Fehlern ein: z.B. Rbbi Wiliam (statt Robin Williams)

Bietet die Suchmaschine euch den richtigen Begriff an?“

4. Google & Co.

Es werden gleich die korrigierten Ergebnisse ohne Nennung der falschen Schreibweise angezeigt.



„Schlägt die Suchmaschine ähnliche Begriffe vor?“

Nicht immer.

„Passen die angezeigten Treffer zu eurer Suchan-

frage? (Wurde der Schauspieler oder der Sänger gefunden?)“

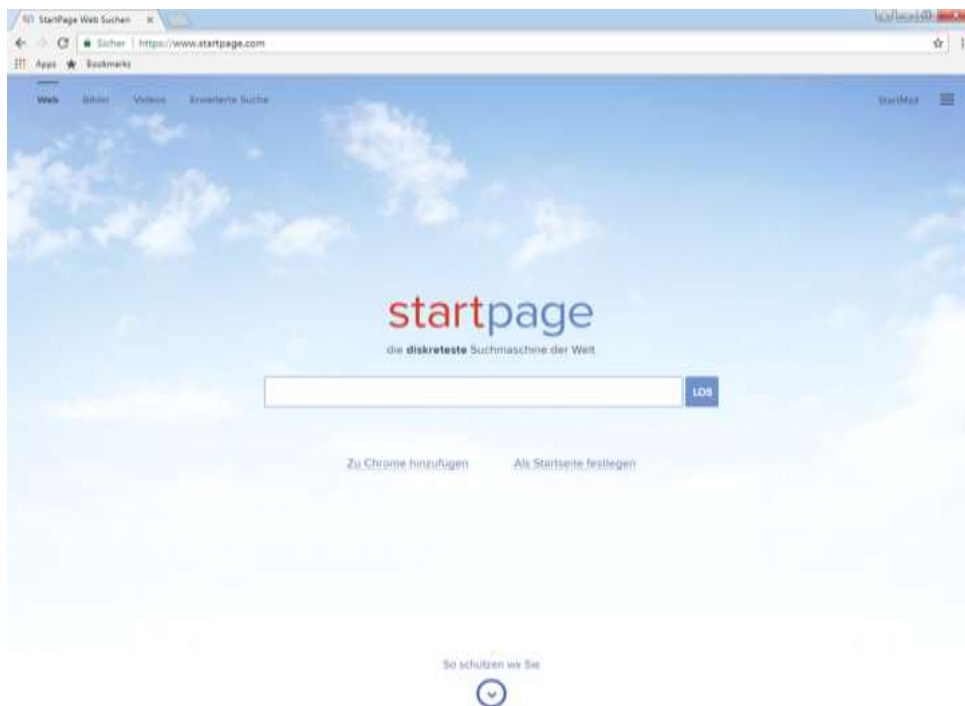
Ja, es werden Treffer für beide angeboten. Eine Unterscheidung ist über die „Snippets“ möglich.

4.2.4 Ixquick

Lösungen zur Gruppenarbeit:

Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung

„Findet ihr die Startseite übersichtlich? Warum/ warum nicht?“



Die Seite ist sehr übersichtlich. Das Thema Datenschutz steht deutlich im Vordergrund.

„Was ist noch auf der Startseite zu sehen?“

Hinweise auf den Datenschutz und Hilfen für die Suche, Support, Sprachauswahl und erste Eingrenzungen für die Treffermengen.

„Und hat das etwas mit der Suche zu tun?“

Bis auf die Hinweise auf den Datenschutz sind dies alles Hilfsmittel für die Suche.

„Gibt es Hilfen, Anleitungen oder Tipps für die Suche?“

„Wir über uns/ About“ stellt die Möglichkeiten der Suche dar und gibt Tipps und Tricks für Suche und Ergebnislisten. Die „Erweiterte Suche/ Advanced Search“ bietet Verknüpfungs- und Eingrenzungswerkzeuge in sehr übersichtlicher Weise. Mit „Sucheinstellungen/ Settings“ können die Suchoptionen individuell eingestellt werden.

„Gibt es Werbung? Kann man diese deutlich erkennen?“

Nicht auf der Startseite.

Präsentation der Ergebnisse/ Trefferlisten

„Werden die Suchergebnisse übersichtlich präsentiert? Warum/ Warum nicht?“

Optisch wie bei den anderen Suchmaschinen.

„Welche Elemente findet ihr auf der Seite mit den Ergebnissen?“

<input checked="" type="checkbox"/> Links zu den gefundenen Ergebnissen	<input checked="" type="checkbox"/> Möglichkeiten zum Filtern oder weiteren Einschränken der Ergebnisse
<input checked="" type="checkbox"/> ausführliche Internetadresse des Links	<input checked="" type="checkbox"/> Hinweise auf verwandte oder ähnliche Suchbegriffe
<input checked="" type="checkbox"/> Erklärungstext zu den Links oder kurze Zitate von der gefundenen Seite („Schnipsel“)	<input checked="" type="checkbox"/> Links auf die nächsten Seiten der Trefferliste
<input type="checkbox"/> längere Informationen als Vorschau	<input checked="" type="checkbox"/> Werbung oder Anzeigen
<input checked="" type="checkbox"/> Anzahl der Treffer	

„Wenn ihr Werbung oder Anzeigen gefunden habt: Findet ihr die Werbung gut erkennbar? Warum/ Warum nicht?“



Werbung kann kaum von den anderen Treffern unterschieden werden, hält sich in der Menge aber in Grenzen.

„Könnt ihr eine Sortierung der Ergebnisse erkennen?“

Eine Sortierung ist nicht erkennbar. Es wird auch nicht angezeigt, aus welcher anderen Suchmaschine die Ergebnisse stammen. Aber es wird darauf hingewiesen, wenn sich mehrere Suchmaschinen in der

Relevanz der Treffer einig sind: „Ein Ixquick-Ergebnis wird mit einem Stern (★) je Suchmaschine gekennzeichnet, die es als eines der zehn besten Ergebnisse für Ihre Suche einstuft. Ein Ergebnis mit fünf Sternen (★★★★★) bedeutet also, dass sich fünf Suchmaschinen bei dem Ergebnis einig sind.“

Suchworteingabe

„Gebt nun eure Suchbegriffe mit Fehlern ein: z.B. Rbbi Wiliam (statt Robin Williams)

Bietet die Suchmaschine euch den richtigen Begriff an?“



Ja.

„Schlägt die Suchmaschine ähnliche Begriffe vor?“

Nein.

„Passen die angezeigten Treffer zu eurer Suchanfrage? (Wurde der Schauspieler oder der Sänger gefunden?)“

Nein.

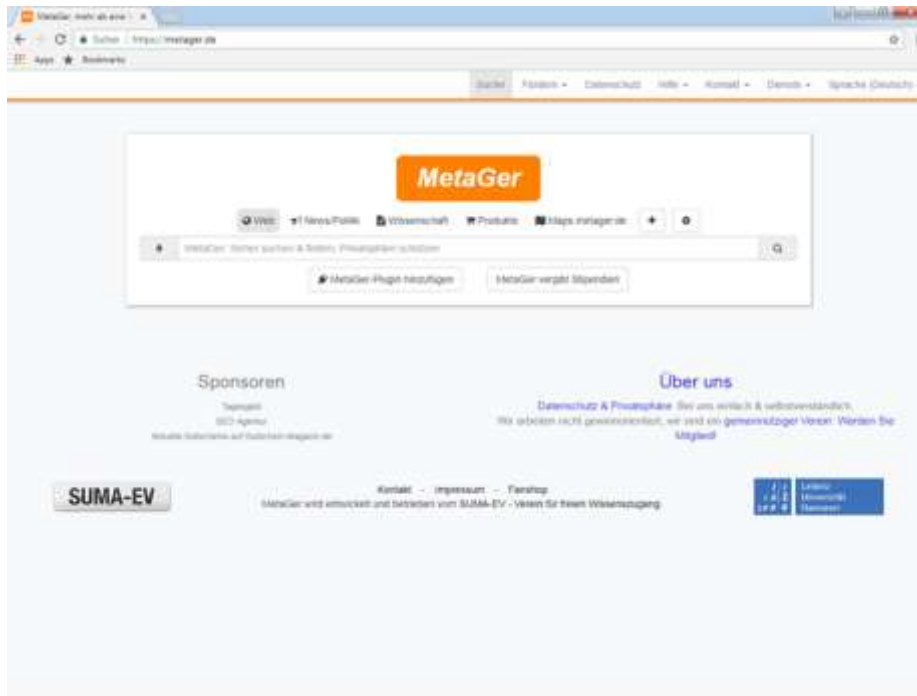
Exkurs An dieser Stelle wird besonders deutlich, wofür die Speicherung von Daten von den anderen Suchmaschinen genutzt wird. Diese konnten gleich die richtigen Treffer anbieten. Der Zweck, die Suchergebnisse zu verbessern, wird durch die ungeheure Vielzahl von Suchanfragen der einzelnen Benutzer erreicht. Hier bietet sich ein guter Ansatzpunkt, um über den Nutzen und die Gefahren von Datenspeicherung zu diskutieren.

4.2.5 MetaGer

Lösungen zur Gruppenarbeit:

Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung

„Findet ihr die Startseite übersichtlich? Warum/ warum nicht?“



Die Seite ist übersichtlich und gut strukturiert. Es ergibt sich ein Erscheinungsbild wie bei allen anderen Suchmaschinen.

„Was ist noch auf der Startseite zu sehen?“

Eine Menüleiste mit weiteren Informationen. Verschiedene Sucheinstellungen. Verlinkungen zum „SUMA-EV Verein für freien Wissenszugang“, zum Sponsoring und zu MetaGer Stipendien.

„Und hat das etwas mit der Suche zu tun?“

Zum großen Teil

„Gibt es Hilfen, Anleitungen oder Tipps für die Suche?“

Ja, über einen Klick auf „Hilfe“ gibt es Tipps und Tricks zur Suche.

„Gibt es Werbung? Kann man diese deutlich erkennen?“

Keine direkte Werbung, nur Sponsoren-Links, diese werden allerdings nicht sehr vom sonstigen Layout unterschieden.

Präsentation der Ergebnisse/ Trefferlisten

„Werden die Suchergebnisse übersichtlich präsentiert? Warum/ Warum nicht?“

Ja, die Ergebnisse werden übersichtlich präsentiert. Es wird auch angegeben, aus welcher anderen Suchmaschine die Treffer stammen.

„Welche Elemente findet ihr auf der Seite mit den Ergebnissen?“

<input checked="" type="checkbox"/> Links zu den gefundenen Ergebnissen	<input type="checkbox"/> Möglichkeiten zum Filtern oder weiteren Einschränken der Ergebnisse
<input checked="" type="checkbox"/> ausführliche Internetadresse des Links	<input checked="" type="checkbox"/> Hinweise auf verwandte oder ähnliche Suchbegriffe nur auf Wunsch
<input checked="" type="checkbox"/> Erklärungstext zu den Links oder kurze Zitate von der gefundenen Seite („Schnipsel“)	<input type="checkbox"/> Links auf die nächsten Seiten der Trefferliste
<input checked="" type="checkbox"/> längere Informationen als Vorschau	<input checked="" type="checkbox"/> Werbung oder Anzeigen
<input type="checkbox"/> Anzahl der Treffer	

„Wenn ihr Werbung oder Anzeigen gefunden habt: Findet ihr die Werbung gut erkennbar? Warum/ Warum nicht?“

Gefunden wird die Werbung der anderen Suchmaschinen und als Werbung gekennzeichnet.

„Könnt ihr eine Sortierung der Ergebnisse erkennen?“

Nein.

Suchworteingabe

„Gebt nun eure Suchbegriffe mit Fehlern ein: z.B. Rbbi Wiliam (statt Robin Williams)“

Bietet die Suchmaschine euch den richtigen Begriff an?“

Sie zeigt gleich die Ergebnisse ohne auf die falsche Schreibweise hinzuweisen.

„Schlägt die Suchmaschine ähnliche Begriffe vor?“

Nein.

„Passen die angezeigten Treffer zu eurer Suchanfrage? (Wurde der Schauspieler oder der Sänger gefunden?)“

Ja, es werden sowohl Treffer zum Sänger, als auch zum Schauspieler angezeigt.

4.3 Tipps und Tricks zur Recherche mit Suchmaschinen

Die Tipps und Tricks sind in zwei Kategorien unterteilt: „Basics“ und „Profis“. Sie beschränken sich auf wenige, aber effektive Tipps, die den SuS bei der Recherche helfen.

Basics

Ein paar grundlegende Dinge sollten die SuS bei den Recherchen beachten, um gute Trefferlisten zu erhalten:

Die Auswahl der Such-Begriffe ist besonders wichtig. Es sollten genaue und prägnante Wörter benutzt werden. Sie sollten richtig geschrieben werden und nicht in Umgangssprache oder Alltagssprache sein. Durch die Benutzung von Fachbegriffen können die Treffer sowohl in der Relevanz, als auch im Niveau erheblich positiv beeinflusst werden.

Suchbegriffe sollten im Singular verwendet werden. Der Plural ist in den meisten Trefferlisten dann enthalten. Mehrere Suchbegriffe werden bei der Suche von den Suchmaschinen automatisch mit „UND“ verknüpft.

Besondere Suchtipps und -tricks

Boolesche Operatoren

Die Booleschen Operatoren „UND“ / „AND“, „ODER“ / „OR“ und „NICHT“ / NOT“ müssen immer in Großschreibung verwendet werden, sonst können sie von den Suchmaschinen nicht erkannt werden. Ein nettes Lernvideo zu den Booleschen Operatoren (oder logischen Verknüpfungen „UND/ AND“, „ODER/ OR“ und „NICHT/ NOT“), dass allerdings leider nicht unter CC-Lizenz steht, gibt es bei YouTube unter <https://www.youtube.com/watch?v=FGhPfaVXIbU>.

Das Lernvideo zum Booleschen Operator „UND“ unter http://youtu.be/LZ5_Iz3shKI steht dagegen durch seine CC-Lizenz allen frei zur Verfügung.

Phrasensuche

Bei der Phrasensuche werden die Suchbegriffe in Anführungszeichen gesetzt, die exakt in dieser Reihenfolge gefunden werden sollen. Besonders bei Liedtexten oder Gedichten ist diese Suche hilfreich. Ein nettes Lernvideo zur Phrasensuche, also der Suche nach feststehenden Wortfolgen, das leider nicht unter CC-Lizenz steht, findet sich bei YouTube unter: <http://youtu.be/ibwJRXVtEI8>.

Trunkierungen

Durch Platzhalter können bei den meisten Suchmaschinen einzelne Buchstaben (z.B. wenn die richtige Schreibweise unbekannt ist) oder auch ganz Wörter ersetzt werden.

Lösungen zur Gruppenarbeit:

Im „Suchmaschinen-Guide“ sind die Ergebnisse mit vielen weiteren Informationen zusammengefasst.

5. Recherchetraining

5.1 Recherchekompetenz in den Fachanforderungen „Deutsch“ in Schleswig-Holstein

Im Sommer 2014 wurden die bisher geltenden Lehrpläne durch die Fachanforderungen „Deutsch“ ersetzt, die die Vorgaben aus den bundesweit geltenden Bildungsstandards der Kultusministerkonferenz aufgreifen und konkretisieren.

Die Fachanforderungen machen Vorgaben für die Verteilung von Themen und Inhalten auf die einzelnen Jahrgangsstufen, die durch die einzelnen schulinternen Fachcurricula als Planungsgrundlagen für den Unterricht konkretisiert werden sollen. Insofern ist es auch immer notwendig, sich zusätzlich bei den Lehrkräften der örtlichen Schulen nach den schulinternen Fachcurricula zu erkundigen. In diese Curricula sollen gemäß den Fachanforderungen außerunterrichtliche Lernangebote und Projekte mit einbezogen werden. Das sollte alle Bibliotheken motivieren, mit ihren Angeboten zur Informationskompetenzvermittlung in die schulinternen Fachcurricula verbindlich aufgenommen zu werden.

Nach wie vor ist der Bereich der Informationskompetenzvermittlung bei den Schulungen zur Methodenkompetenz anzusiedeln. *„Methodenkompetenz meint die Fähigkeit, Aufgaben Selbstständig zu bearbeiten. Schülerinnen und Schüler verfügen über grundlegende Arbeitstechniken und Methoden; dazu gehört auch die sichere Nutzung der Informationstechnologie. Sie wählen Verfahrensweisen und Vorgehensweisen selbstständig und wenden methodische Kenntnisse sinnvoll auf unbekannte Sachverhalte an. Sie können Sachverhalte sprachlich differenziert darstellen.“*⁵

Sekundarstufe I:

Die Fachanforderungen sind hier in 4 Kompetenzbereiche unterteilt:

- I) Sprechen und Zuhören,
- II) Schreiben,
- III) Lesen – mit Texten und Medien umgehen,
- IV) Sprache und Sprachgebrauch untersuchen.

Im Kompetenzbereich II wird Informationskompetenz als Lernziel genannt:

Im Bereich „Texte planen und entwerfen“ sollen die SuS Informationsquellen gezielt nutzen, Recherchen durchführen, und dabei neben Lexika, Wörterbüchern und Zeitungen auch Internetquellen und Bibliotheken nutzen. Sie sollen dabei unterschiedliche Medien nutzen, vergleichen, auswählen und bewerten und so gezielte Suchstrategien entwickeln.

Der Kompetenzbereich III führt auf:

⁵ Ministerium für Bildung und Wissenschaft „Fachanforderungen Deutsch. Allgemeinbildende Schulen Sekundarstufe I Sekundarstufe II“. – Kiel: MBW, 2014. – Download unter: <http://lehrplan.lernnetz.de/index.php?DownloadID=726>

Die SuS sollen Informationsmöglichkeiten nutzen, also Informationsbeschaffung und Bewertung mit Hilfe von Bibliotheken und Internetrecherchen durchführen. Dabei sollen sie die Quellen kritisch hinterfragen. Sie sollen Informationen zielgerichtet entnehmen, ordnen, vergleichen, prüfen und ergänzen können.

Sekundarstufe II:

Neben der Aufteilung in 3 prozessbezogene Kompetenzbereiche „Lesen“, „Sprechen und Zuhören“ und „Schreiben“ werden hier 2 domänenspezifische Kompetenzbereiche „Sich mit Texten und Medien auseinandersetzen“ und „Sprache und Sprachgebrauch reflektieren“ ergänzt.

Im Bereich „Schreiben“ sollen die SuS aus selbst recherchierten Informationsquellen wichtige und hilfreiche Informationen auswählen, extrahieren und für ihre eigene Textproduktion aufbereiten und einsetzen können. Diese Lernziele zielen auf das Erlernen wissenschaftspropädeutischen Arbeitens – z.B. für Fach- oder Seminararbeiten ab.

5.2 Lernziele

Anhand der „Big6“⁶ kann eine gut strukturierte Recherche in 6 einzelne Schritte unterteilt werden:

Die 6 Schritte

#1 Suchanfrage definieren: „Was will ich genau wissen?“

#2 Suchstrategien/ Quellen festlegen: „Wo kann ich Informationen finden und wie komme ich an die Informationen?“

#3 Recherche durchführen: „Informationen finden und sammeln“

#4 Informationen sichten, bewerten: „Welche Informationen sind gut und welche kann ich wirklich gebrauchen?“

#5 Rechercheergebnisse aufbereiten: „Informationen sortieren, organisieren und präsentieren“

#6 Rechercheprozess evaluieren: „Was war gut, was kann ich verbessern?“

Exkurs Recherchetraining mit den Big 6/ den 6 Schritten

Ein ausführliches fächerübergreifendes Recherchetraining zum Thema „Klimawandel“, dass in die 6 Schritte einführt, findet sich bei den bisher erschienenen Praxisarbeitshilfen unter www.bz-sh.de.

Die Praxisarbeitshilfe zu Suchmaschinen unterstützt die Schulung von Kompetenzen, die für die Durchführung der ersten 4 Schritte aus den Big 6 von wesentlicher Bedeutung sind.

Lernziele:

#1 Suchanfrage definieren

- Die SuS können hilfreiche Suchbegriffe auswählen und mit diesen in verschiedenen Suchmaschinen Recherchen durchführen.
- Die SuS können Suchbegriffe auf ihren Nutzen hin bewerten und Verbesserungen vornehmen.

⁶ Siehe auch www.big6.com

- Sie können verschiedene Suchbegriffe kombinieren und durch Boolesche Operatoren miteinander verknüpfen.
- Sie wissen, dass die sprachliche Qualität der Suchbegriffe die Rechercheergebnisse beeinflusst und handeln entsprechend.

#2 Suchstrategien/ Quellen festlegen

- Sie kennen verschiedene Suchmaschinen und können diese benutzen.
- Sie wissen, dass verschiedene Suchmaschinen unterschiedliche Ergebnisse hervorbringen können und können die Suchmaschine passend zu ihrer Recherchefrage auswählen.

#3 Recherche durchführen

- Sie können in verschiedenen Suchmaschinen gezielt nach Antworten zu ihren Recherchefragen suchen.
- Sie kennen die erweiterten Suchmöglichkeiten der einzelnen Suchmaschinen und nutzen diese.

#4 Informationen sichten, bewerten

- Sie kennen die Einschränkungen und Besonderheiten der einzelnen Suchmaschinen und können die Ergebnisse daraufhin bewerten.
- Sie können in einer großen Treffermenge für ihre Recherchefrage relevante Ergebnisse erkennen und herausfiltern.

Dauer:

Ca. 150 Minuten = 2,5 Zeitstunden = 3,5 Unterrichtseinheiten

Zielgruppe:

SuS der Sekundarstufe I (ca. ab der 7. Klasse), die eine erweiterte Recherchekompetenz erwerben sollen.

Voraussetzungen:

- Die SuS können Computer bedienen und haben Basis-Kenntnisse über die Nutzung des Internets. Sie können sich im Internet gezielt bewegen bzw. einzelne Seiten/ Adressen anwählen.
- Die SuS verfügen über eine ausreichende Lese- und Sprachkompetenz.
- Es stehen genügend Internetarbeitsplätze für das Recherchetraining zur Verfügung.
- Für die Durchführung stehen Laptop/PC mit entsprechender Präsentationssoftware, Beamer und Leinwand mit Internetanschluss (für Prezi-Präsentation und Videos) zur Verfügung.

5.3 Planungsraster*

Phase	Zeit	Lernziel	Inhalt	Methode/ Sozial- form	Medien
Begrüßung					
	5	Kennenlernen, Ankommen	Begrüßung, Vorstellung	Vortrag	
	5		Gruppenbildung mit Spiel/ Puzzle o.ä.		Spiel/ Puzzle o.ä.
Einstieg					
	5	SuS abholen, Vorwissen aktivieren	„Welche Suchmaschinen kennt ihr/ gibt es?“	Diskussion in der Gruppe	ggf. Visualisierung am Flipchart
	5	SuS abholen, Vorwissen aktivieren	„Welche Suchmaschinen nutzt ihr?“	Diskussion in der Gruppe	ggf. Visualisierung am Flipchart
Arbeitsphase I					
	15	SuS gewinnen einen Überblick über verschiedene Suchmaschinen	5 Beispiele für Suchmaschinen vorstellen (5 Min.); Merkmale/ Kriterien von Suchmaschinen generell vorstellen (10 Min.)	Vortrag	Laptop, Beamer, Präsentation
	5	SuS mit der Aufgabe vertraut machen	Fragebogen von Suchmaschinen vorstellen	Erklärung	Fragebogen zur Erkundung der Suchmaschine, Stifte
	20	Suchmaschinen nach vorgegebenen Kriterien untersuchen und bewerten können;	jede Gruppe erhält 1 Suchmaschinen-Karte und 1 Fragebogen;	Gruppenarbeit	10 Karten mit Suchmaschinen-Logos und Links (5 Suchmaschinen je 2 mal)

[illegible]

5. Recherchetraining

Abschluss					
	5	Wiederholung des Gelernten, Verfestigen durch Verschriftlichung	Zusammenfassung/ Rückschau auf das Training, Verteilung des „Suchmaschinen-Guide“, auf dem alle Ergebnisse zusammengefasst sind	Vortrag	„Suchmaschinen-Guide“
	5	Feedback geben	Feedbackrunde über das Recherchetraining an sich, Rückmeldungen an das Bibliothekspersonal	Diskussion in der Gruppe	
	5	Abschluss	Verabschiedung		
Gesamt:	150 Min. = 2,5 Zeit- Std. = 3,5 Unterrichts- einheiten				

5.4 Erläuterungen zum Planungsraster

Begrüßung

Im Rahmen der Begrüßung können auch mit einem Spiel die einzelnen Gruppen für die spätere Gruppenarbeit gebildet werden. Es werden mindestens 5 Gruppen benötigt. Die Gruppen sollten 3-4 Schüler umfassen. Die Zahl der Gruppen ist aber auch von den zur Verfügung stehenden Internetplätzen abhängig.

Gruppenbildungspuzzle:



Für jede zu bildende Gruppe wird ein Puzzle erstellt, das in so viele Teile zerschnitten wird, wie die Gruppe Teilnehmer haben soll. Für diese Puzzle können Fotos von wichtigen oder besonders schönen Orten der Bibliothek entsprechend vergrößert und laminiert/ auf festen Karton gezogen und dann in einzelne Teile zerschnitten werden. Dann werden die einzelnen Teile gemischt, jedes Kind zieht ein Puzzleteil und die Gruppen finden sich anhand der abgebildeten Fotos auf den Puzzleteilen zusammen.

Einstieg

Der Einstieg in die Thematik des Recherchetrainings ist als „warming up“ zu verstehen. Er soll das Vorwissen der SuS aktivieren und sie auf die kommenden Inhalte einstimmen.

„Welche Suchmaschinen kennt ihr/ gibt es?“ Zu dieser Frage können Antworten gemeinsam mit den SuS am Flipchart gesammelt werden.

„Welche Suchmaschinen nutzt ihr?“ Diese Frage kann dann anhand der bisher gesammelten Ergebnisse auf dem Flipchart in der Gruppe diskutiert werden.

Wahrscheinlich wird Google die bekannteste und meistgenutzte Suchmaschine sein. Das gibt in der Diskussion Gelegenheit, auf die Existenz weiterer Suchmaschinen hinzuweisen und deutlich zu machen, welche Vorteile die Nutzung verschiedener Suchmaschinen hat. Als kurzer Einstieg kann auch über die Gefahren eines Monopols von Google diskutiert werden.

Arbeitsphase I

Um die verschiedenen Suchmaschinen vorzustellen, wird die Präsentation „Google ist nicht die ganze Welt“ entweder als Prezi (empfohlen) oder als PowerPoint-Präsentation mit Hilfe von Laptop/ PC und Beamer vorgeführt. Die Inhalte zu den einzelnen Bildern und Charts sind in Kapitel 4 „Google & Co.“ bereits aufgeführt. In Kapitel 4.2 werden die einzelnen Beurteilungsmerkmale für Suchmaschinen dargestellt. Begriffe, die im Text grau unterlegt sind, werden in der Prezi-Präsentation auf Klick hin eingeblendet.

Vorführung der Prezi-Präsentation:

Wenn ein Internetanschluss am Präsentationslaptop vorhanden ist, kann die Prezi am einfachsten von dort aus vorgeführt werden.

5. Recherchetraining

Nach dem Aufrufen durch Klick auf den Link http://prezi.com/nzsa0r7fkvki/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share

kann die Prezi direkt ohne weitere Anmeldung oder Registrierung vorgeführt werden.



Präsentation auf Vollbild vergrößern – kann mit Escape beendet werden

Durch scrollen mit dem Rädchen der Maus kann in das Bild hineingezoomt und wieder herausgezoomt werden.

Navigation vorwärts - rückwärts

Neben der kurzen Einführung in die verschiedenen Suchmaschinen ist der wichtigste Bestandteil der Präsentation die Vorstellung der verschiedenen Merkmale und Kriterien, nach denen Suchmaschinen bewertet werden können. Ohne genauer auf die einzelnen Suchmaschinen einzugehen, werden diese Merkmale in allgemeiner Form den SuS vermittelt.

Anschließend wird den SuS der Fragebogen zur Erkundung der Suchmaschinen vorgestellt und die Aufgabenstellung für die folgende Arbeitsphase erläutert.

Den verschiedenen Gruppen werden nun die 5 Suchmaschinen zugeteilt, in dem die Karten mit dem jeweiligen Logo und dem Link zur Suchmaschine verteilt werden.

Dann gehen die Gruppen an die Rechner und untersuchen die entsprechenden Suchmaschinen entlang des Fragebogens.

Nach 20 Minuten kommen die SuS wieder zusammen und stellen sich gegenseitig die Ergebnisse der Recherchen vor und berichten von ihren Erfahrungen.

Arbeitsphase II

Im Vorfeld der 2. Arbeitsphase wird mit den SuS über die Frage diskutiert: „Wie habt ihr bisher in Suchmaschinen gesucht?“. Eventuell kann man die Antworten der SuS am Flipchart visualisieren.

Dann wird die Präsentation gezeigt, in der Tipps und Tricks zur Recherche mit Suchmaschinen vorgestellt werden. Die Inhalte hierzu finden sich in Kapitel 4.3.

Vorführung der Prezi-Präsentation:

Wenn ein Internetanschluss am Präsentationslaptop vorhanden ist, kann die Prezi am einfachsten von dort aus vorgeführt werden.

Nach dem Aufrufen durch Klick auf den Link

http://prezi.com/uvekkhfoyre2/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share

kann die Prezi direkt ohne weitere Anmeldung oder Registrierung vorgeführt werden.



Präsentation auf Vollbild vergrößern – kann mit Escape beendet werden

Durch scrollen mit dem Rädchen der Maus kann in das Bild hineingezoomt und wieder herausgezoomt werden.

Navigation vorwärts – rückwärts

Vor oder nach der Präsentation kann der Infozettel mit der Übersicht über die Tipps und Tricks verteilt werden. Zusammen mit dem „Fragebogen zu Tipps und Tricks“ bildet er die Grundlage für die SuS, mit der die nächsten Aufgaben gelöst werden sollen.

Beim Austeilen der Arbeitszettel werden die Aufgaben noch einmal erläutert und die SuS dann an die Rechner geschickt, um ihre jeweiligen Suchmaschinen zu untersuchen. Dabei probieren die SuS nach den Tipps und Tricks neue Wege bei der Suche aus und testen so die Suchmaschinen.

Nach etwa 20 Minuten kommen alle wieder zusammen, tauschen sich über ihre Ergebnisse aus und berichten von ihren Erfahrungen.

Exkurs „Glaubwürdigkeits-Check“ von Internetseiten

Eine besondere Herausforderung für Internetnutzer ist es, die Inhalte einer Internetseite zu bewerten und sowohl ihre Qualität, als auch ihre Glaubwürdigkeit einzuschätzen. Hierzu könnte ein separates Recherchetraining mit den SuS gestaltet werden. (Im Rahmen dieses Recherchetrainings würde es inhaltlich und zeitlich eine Überfrachtung darstellen.) Wenn die beiden Arbeitsphasen auf 2 Termine aufgeteilt werden, könnte ein dritter Termin mit dem „Glaubwürdigkeits-Check“ eingebunden werden. Wertvolle Hilfestellung zu einer Einheit zum Thema „Glaubwürdigkeit“ findet sich auf Seite 26 und ab

Seite 44 bzw. 60 in „Wie finde ich, was ich suche?“ (CC BY NC SA www.klicksafe.de) unter

http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Leh-rer_LH_Zusatz_Suchmaschine/LH_Zusatzmodul_Suchmaschinen_klicksafe.pdf

Unter <http://www.klicksafe.de/suchmaschinen/> gibt es die Arbeitsblätter zum direkten Download.

Abschluss

Der Abschluss dient der Sicherung des Erlernten. Eine Rückschau auf die vergangenen Stunden mit Nennung der einzelnen Stationen macht den SuS deutlich, was sie gelernt haben und welche Erfahrungen besonders wichtig waren. Dabei kann der „Suchmaschinen-Guide“ verteilt und den SuS erläutert werden. Offen gebliebene Fragen sollten an dieser Stelle geklärt werden.

Eine Feedbackrunde dient der Evaluation der Veranstaltung. Die SuS können noch einmal benennen, was ihnen besonders gut oder auch was ihnen nicht gefallen hat. Diese Rückmeldungen dienen der

Verbesserung der bibliothekspädagogischen Angebote. Feedback kann mit verschiedenen Methoden eingeholt werden: Blitzlichttrunde, Fragebogen oder ähnliches.

Die Verabschiedung bildet dann das Ende der Veranstaltung.

5.5 Recherchetraining bei unterschiedlichem Schüler-Niveau

Vor allem in den Gemeinschaftsschulen sind in den Klassen SuS mit verschiedenen Niveaus (von den ehemals verschiedenen Schulformen) vertreten. Die Lehrkräfte sorgen in ihrem Unterricht durch Bindendifferenzierung dafür, dass sich keine SuS langweilen oder überfordert werden. Das ist hier im Recherchetraining allerdings nicht vorgesehen. Hier wird davon ausgegangen, dass in der gemeinsamen Gruppenarbeit die schwächeren SuS von den Stärkeren mitgezogen werden und sich durch die gemeinschaftliche Lösung der Aufgaben die Unterschiede nivellieren.

6. Checklisten

6.1 Kontaktaufnahme im Vorfeld

- ☐ Gespräche mit den Lehrkräften, in welchem Unterricht „Internetrecherche“ laut schulinternem Curriculum verankert ist. Meist wird es der Deutsch-Unterricht sein.
- ☐ Ggf. kann das Thema „Suchmaschinenvielfalt“ als kurzer Input in einer Dienstkonferenz der Lehrkräfte kurz vorgestellt werden, um die Lehrkräfte für das Thema zu sensibilisieren und zu schulen.
- ☐ Kontaktaufnahme mit der entsprechenden Lehrkraft.
- ☐ Vorstellung des Recherchetrainings und Absprache, wann das Training zu den Suchmaschinen mit der Klasse durchgeführt werden kann. Benötigt werden mindestens (ohne Pausen) 150 Minuten = 2,5 Zeitstunden = 3-4 Unterrichtseinheiten. Eine Aufteilung auf 2 Doppelstunden ist möglich.
- ☐ Absprache, in welchen Räumlichkeiten das Training durchgeführt werden soll. Hat die Bibliothek genügend Internetarbeitsplätze? Sonst ist es auch möglich, das Training im PC-Raum der Schule durchzuführen. Ggf. kann auch mit Tablet-PC's gearbeitet werden.
- ☐ Wenn das Recherchetraining in der Schule stattfindet, ist es vorteilhaft, sich die Räumlichkeiten vorab anzusehen und mit den technischen Gegebenheiten (auch die Geräte für die Präsentationen) vertraut zu machen. Auch die Kontaktaufnahme mit dem für den IT-Bereich zuständigen Betreuer ist hilfreich.
- ☐ Ggf. den Lehrkräften vorab Informationen und Materialien zur Verfügung stellen, um sie besser einzubinden und inhaltlich einzustimmen.

6.2 Vorbereitung des Recherchetrainings

- ☐ Die Materialien für die SuS in entsprechender Menge kopieren: „Fragebogen zur Erkundung der Suchmaschine“, „Infozettel für Tipps und Tricks“, „Arbeitszettel“, „Suchmaschinen-Guide“.
- ☐ Gruppenbildungspuzzle und die Karten mit den Suchmaschinen-Logos vorbereiten. (Diese können je nach Qualität immer wieder verwendet werden.)
- ☐ Ggf. Flipchart für die Visualisierung der Einstiegs-Diskussion bereitstellen.
- ☐ Sich mit den Präsentationen und den Inhalten des Recherchetrainings vertraut machen.
- ☐ Präsentationen und die dafür benötigte Technik vorab proben, ggf. die Präsentationen auf USB-Sticks kopieren bzw. sicherstellen, dass für das Präsentationslaptop Internet zur Verfügung steht.
- ☐ Die Internet-PC's, an denen die SuS recherchieren sollen, vorab testen. Ggf. die Rechner in der Bibliothek durch Schilder für die SuS kennzeichnen, bzw. reservieren (Damit keine anderen Benutzer gerade an den Rechnern arbeiten).
- ☐ Für die Verabschiedung ggf. kleine Give-Aways, Informationsmaterialien zur Bibliothek und Anmeldebögen vorbereiten.

7. Anhang: Vorlagen*

Mit einem * versehene Dateien finden Sie auch im ZIP-Paket als Datei zum Ausdrucken.

7.1 Fragebogen zur Erkundung von Suchmaschinen*

Fragebogen zur Erkundung von Suchmaschinen

Arbeitsgruppe zur Suchmaschine von (bitte ankreuzen):



Startseite der Suchmaschine/ Suchumgebung:

Bitte gebt in das Adressfeld des Browsers die Adresse der Suchmaschine ein, die auf eurer Karte steht.

Schaut euch die Startseite der Suchmaschine an.

Findet ihr die Startseite übersichtlich? Warum/ Warum nicht?

Was ist alles noch auf der Startseite zu sehen? Und hat das etwas mit der Suche zu tun?

Gibt es Hilfen, Anleitungen oder Tipps für die Suche?

Gibt es Werbung? Kann man diese deutlich erkennen?

Präsentation der Ergebnisse/ Trefferlisten:

Gebt nun einen oder mehrere Begriffe in die Suchmaske ein: z.B. Merkel Lebenslauf

Schaut euch die Trefferliste an.

Werden die Suchergebnisse übersichtlich präsentiert? Warum/ Warum nicht?

Welche Elemente findet ihr auf der Seite mit den Ergebnissen?

☐ Links zu den gefundenen Ergebnissen

☐ Möglichkeiten zum Filtern oder weiteren

☐ ausführliche Internetadresse des Links

Einschränken der Ergebnisse

☐ Hinweise auf verwandte oder ähnliche

☐ Erklärungstext zu den Links oder kurze Zi-

Suchbegriffe

tate von der gefundenen Seite („Schnipsel“)

☐ Links auf die nächsten Seiten der Treffer-

☐ längere Informationen als Vorschau

liste

☐ Anzahl der Treffer

☐ Werbung oder Anzeigen

Wenn ihr Werbung oder Anzeigen gefunden habt: Findet ihr die Werbung gut erkennbar? Warum/ Warum nicht?

Könnt ihr eine Sortierung der Ergebnisse erkennen?

Suchworteingabe:

Gebt nun eure Suchbegriffe mit Fehlern ein: z.B. Rbbi Wiliam (statt Robin **Williams**)

Bietet die Suchmaschine euch den richtigen Begriff an?

Schlägt die Suchmaschine ähnliche Begriffe vor?

Passen die angezeigten Treffer zu eurer Suchanfrage? (Wurde der Schauspieler oder der Sänger gefunden?)

7.2 Infozettel zu Tipps und Tricks bei der Suche*

Infozettel zu Tipps und Tricks bei der Suche



Basics



Wenige, aber genaue Begriffe nehmen.



Suchbegriffe richtig schreiben: Der Duden hilft weiter.



Keine Umgangssprache oder Alltagssprache verwenden.



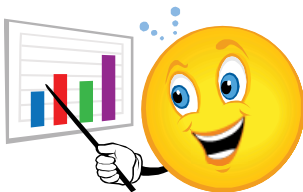
In der Einzahl (Singular) suchen: z.B. „Auto“ statt „Autos“.



Mehrere Suchbegriffe werden automatisch mit „UND“ / „AND“ verknüpft.



Fachbegriffe benutzen.



Profis



Boole'sche Operatoren verwenden:

„ODER“ / „OR“ findet einen von zwei Begriffen,
„NICHT“ / „NOT“ wenn ein Begriff ausgeschlossen werden soll.



Mit Anführungsstrichen nach festen Wortgruppen suchen
z.B. nach Liedtexten „In diesem Haus, wo ich wohn“



Mit Platzhaltern suchen z.B. „Angela * Merkel“ findet „Angela Dorothea Merkel“

7.3 Fragebogen zu Tipps und Tricks bei der Suche*

Fragebogen zu Tipps und Tricks bei der Suche

Arbeitsgruppe zur Suchmaschine von (bitte ankreuzen):



Boole'sche Operatoren/ logische Verknüpfungen

Untersucht, wie eure Suchmaschine auf die Verknüpfungen UND ODER und NICHT reagiert. Versucht an den Ergebnissen zu sehen, ob die Suchmaschine die Verknüpfung erkannt hat. Versucht es z.B. mit:

Berlin AND Mauer

Berlin OR Mauer

Berlin NOT Mauer

Suche nach festen Wortgruppen

Um z.B. Liedtexte zu finden, kann man mit Anführungszeichen „ „ nach festen Wortgruppen suchen.

Gibt z.B. folgende Liedanfänge ein:

„In diesem Haus, wo ich wohn“ oder „Wer friert uns diesen Moment ein“.

Findet die Suchmaschine euren Song? Als wievielen Treffer?

Bietet sie auch Treffer, die gar nicht zu eurer Frage passen? Was kann die Ursache sein? Kann eure Suchmaschine also nach festen Wortgruppen suchen?

7.4 Suchmaschinen-Guide*

Der „Suchmaschinen-Guide“



Das Wichtigste in Kürze:



Mit weitem Abstand die größte und bekannteste Suchmaschine.

- 😊 Suchfunktion und Trefferlisten sind übersichtlich.
- 😊 Google bietet sehr viele weitere Suchoptionen und Einschränkungsmöglichkeiten.
- 😊 Google hat eine große Toleranz bei der Eingabe von falsch geschriebenen Begriffen.
- 😞 Sammelt reichlich Daten und Informationen über die Internetbenutzer.
- 😞 Finanziert sich durch Werbung, die in die Trefferlisten gestreut wird.
- 😞 Die erweiterte Suche ist auf der Trefferliste hinter dem Schraubensymbol versteckt.



Suchmaschine von Microsoft und Standardsuchmaschine im Internet Explorer.

- 😊 Suchfunktion und Trefferlisten sind übersichtlich.
- 😊 Hilfen zur Suche gibt es direkt auf der Startseite.
- 😊 Auch Bing hat eine große Toleranz bei der Eingabe von falsch geschriebenen Begriffen.
- 😞 Sammelt reichlich Daten und Informationen über die Internetbenutzer.
- 😞 Finanziert sich durch Werbung, die in die Trefferlisten gestreut wird.



www.yahoo.com

Yahoo wurde ursprünglich als Webkatalog entworfen, dient heute aber als Suchmaschine.



Die Trefferlisten sind übersichtlich.



Auch Yahoo toleriert die Eingabe von falsch geschriebenen Begriffen.



Die Startseite ist sehr unübersichtlich.



Sammelt reichlich Daten und Informationen über die Internetbenutzer.



Finanziert sich durch Werbung, die überall auftaucht.



www.ixquick.de und www.startpage.de

Anonymität und Datenschutz stehen bei Ixquick stark im Vordergrund.



Sammelt KEINE Daten und Informationen über die Internetbenutzer.



Werbung gibt es, ist aber viel weniger, als bei den anderen Suchmaschinen.



Ixquick ist eine Meta-Suchmaschine, die viele andere Suchmaschinen gleichzeitig durchsucht.



Hilfen zur Suche gibt es direkt auf der Startseite.



Ixquick bietet keine Fehlertolerante Suche an. (Hierzu müsste man ja die Daten der Nutzer sammeln.)



Leider wird nicht angezeigt, von welcher anderen Suchmaschine die Treffer gekommen sind.



www.metager.de

MetaGer wurde als deutschsprachige Alternative zu den anderen Suchmaschinen entwickelt.

😊 Sie ist auf den fachlichen und wissenschaftlichen Bereich spezialisiert.

😊 MetaGer bietet einen anonymisierten Zugang zu den Treffern.

😊 Das Angebot an erweiterten Suchoptionen ist besonders groß.

😊 Auch MetaGer toleriert die Eingabe von falsch geschriebenen Begriffen.

😞 Die gesamte Trefferanzahl wird nicht angezeigt.

Tipps und Tricks zur Suche:

	Fehler-Toleranz	feste Wortgruppen/ Phrasen-Suche	Suche nach Dateiformaten oder – typen	Platzhalter
Google	groß, mit Hinweis auf richtige Schreibweise	ja mit „ „	Formate: ja, -> erweiterte Suche/ Schaubensymbol, Dateiformat Typen: ja, Auswahl-buttons oben	mit dem Platzhalter * können ganze Begriffe ersetzt werden z.B. „Angela * Merkel“ findet ihren 2. Vornamen
Bing	groß, ohne Hinweis	ja mit „ „	Formate: nur mit „filetype:pdf“ Typen: ja, Auswahl-buttons oben	unklar
Yahoo	bietet nur den Hinweis auf die richtige Schreibweise an	ja mit „ „	Formate: ja, -> erweiterte Suche/ Schaubensymbol, Dateiformat Typen: ja, Auswahl-buttons links	unklar
Ixquick	bietet nur den Hinweis auf die richtige Schreibweise an	ja mit „ „	Formate: nein Typen: ja, Auswahl-buttons oben	unklar

MetaGer	groß, ohne Hinweis	nein	Formate: nein, Gewichtung nach pdf möglich Typen: Spezialsuche nur nach Videos	unklar
----------------	--------------------	------	---	--------

	UND/ AND	ODER/ OR	NICHT/ NOT
Google	alle eingegebenen Wörter werden automatisch mit AND verknüpft	funktioniert mit „OR“ oder über die erweiterte Suche	ja, mit einem – (Minus) vor dem Wort, das ausgeschlossen werden soll
Bing	alle eingegebenen Wörter werden automatisch mit AND verknüpft, geht auch mit + oder &	funktioniert mit „OR“	funktioniert mit einem – (Minus) oder NOT vor dem Wort, das ausgeschlossen werden soll
Yahoo	alle eingegebenen Wörter werden automatisch mit AND verknüpft	funktioniert mit „OR“ oder über die erweiterte Suche	ja, mit einem – (Minus) vor dem Wort, das ausgeschlossen werden soll
Ixquick	alle eingegebenen Wörter werden automatisch mit AND verknüpft	funktioniert mit „OR“	ja, mit einem – (Minus) oder NOT vor dem Wort, das ausgeschlossen werden soll
MetaGer	alle eingegebenen Wörter werden automatisch mit AND verknüpft	funktioniert mit „OR“	ja, mit einem ! vor dem Wort, das ausgeschlossen werden soll

8. weiterführende Hinweise

8.1 Informationskompetenz allgemein

Literaturhinweise:

BID: **Medien- und Informationskompetenz – immer mit Bibliotheken und Informationseinrichtungen.** – Download unter: http://www.bideutschland.de/download/file/BID_Positionspapier_Medien-%20und%20Informationskompetenz_Enquete_Internet.pdf

Gapski, Harald; Tekster, Thomas: **Informationskompetenz im Kindes- und Jugendalter.** Beiträge aus Forschung und Praxis. – Düsseldorf: kopaed, 2012. – ISBN 9783867362146

Gapski, Harald; Tekster, Thomas: **Informationskompetenz in Deutschland.** – Düsseldorf: Landesanstalt für Medien, 2009. – Download unter: https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Aktuelle_Forschungsprojekte/Informationskompetenz_in_Deutschland_August_09.pdf

Lau, Jesus: **(IFLA-)Richtlinien zur Informationskompetenz für Lebenslanges Lernen.** – Download unter: <http://www.ifla.org/files/information-literacy/publications/ifla-guidelines-de.pdf>

Links und Internetadressen:

Diese Internetadressen zum Thema **Informationskompetenz** beschränken sich auf allgemeine Seiten, die ihrerseits Übersichten, Link- und Literaturlisten zusammengestellt haben:

<http://www.bibliotheksportal.de/themen/bibliothek-und-bildung/informationskompetenz.html>

Übersichtlicher Einstieg in das Thema mit vielen weiterführenden Link- und Literaturhinweisen.

www.informationsdidaktik.de

Seite zu Themen der Informationsdidaktik und Informationsökonomie von Dr. Matthias Ballod, Privat-Dozent.

<http://www.informationskompetenz.de/>

Gemeinschaftsprojekt bibliothekarischer Arbeitsgruppen, das neben allgemeinen Informationen zum Thema Informationskompetenz viele Beispiele und Konzepte sammelt.

<http://www.bildungsserver.de/Weiterfuehrende-Literatur-Studien-zur-Informationskompetenz-6298.html>


Viele Literaturhinweise zum Thema Informationskompetenz.

<http://www.bildungsserver.de/Informationskompetenz-in-Schulen-6055.html>

Linksammlung mit weiterführenden Tipps und Hinweisen.

8.2 Suchmaschinen

Literaturhinweise:

Machill, Marcel: **12 goldene Suchmaschinen-Regeln**. Ein Ratgeber für Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich besser und sicherer im Internet zurecht finden wollen. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), 2009. – 2. Aktual. Aufl. – ( CC BY NC SA www.klicksafe.de)
Download unter: <https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Medienkompetenz/ratgeber-suchmaschinen-farbe.pdf>

Rack, Stefanie; Kimmel, Birgit; Hahn, Franziska u.a.: **Wie finde ich, was ich suche? Suchmaschinen kompetent nutzen**. Zusatzmodul zu Knowhow für junge User. Materialien für den Unterricht – Ludwigshafen: klicksafe, 2013. – ( CC BY NC SA www.klicksafe.de) Download unter: http://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Zusatz_Suchmaschine/LH_Zusatzmodul_Suchmaschinen_klicksafe.pdf

Wolf, Thomas: **Was Schüler im Internet tun... und Lehrer darüber wissen sollten**. – Weinheim: Beltz, 2011. – ISBN 978-3-407-25566-2

Links und Internetadressen:

<http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/politik-des-suchens/>

Umfangreiches Dossier der Bundeszentrale für politische Bildung zum Thema „Suchen im Internet“.

www.suchfibel.de

Umfangreiche Internetseite, die grundlegende Informationen zum Suchen im Internet bietet und einen Einblick in die technische Seite der Suchmaschinen bietet.

<http://www.suchlexikon.de/>

Das Suchlexikon ist ein durchsuchbares Verzeichnis spezieller deutschsprachiger Suchmaschinen, Kataloge, Verzeichnisse und Linksammlungen.

www.suche-im-internet.de

Online-Tutorial zu Suchmaschinen, entstanden aus einer Abschlussarbeit an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

<http://www.suchmaschinen-datenbank.de>

Eine sehr, sehr umfangreiche Sammlung derzeit verfügbarer Suchmaschinen, vorrangig auf Deutsch, zusammengestellt mit Beschreibung und Beurteilung, Eigenschaften und Funktionen.

Fehlende Suchmaschinen können bei den Betreibern gemeldet werden.

<http://www.recherchieren-im-internet.eu/>

Tutorial zur professionellen Internetrecherche und Wissensmanagement an Hochschulen der Eberhard Karls Universität Tübingen.

www.internet-abc.de

„**Surfschein**“-**Quiz** Dieses interaktive Quiz führt die Grundschul-Kinder zu einem Surfschein. Eingehendes Studium der Internetseite bietet die Antworten zu den dort gestellten Fragen. http://internet-abc.de/kinder/dir/112093-140585-1-surfschein_opt0510/index.html

„**Bedienungsanleitung für Suchmaschinen**“ Eine sehr gute Liste mit den wichtigsten Tipps für erfolgreiche Recherche mit Suchmaschinen. © Internet-ABC http://internet-abc.de/kinder/bin/153097-153371-1-anleitung_suchmaschinen.pdf

"**Unterrichtsmaterialien**" und das „**Lehrerhandbuch**“ zu Internet und Internetnutzung mit verschiedenen Themen und Fächern © Internet-ABC <http://www.internet-abc.de/altern/cdrom-unterrichtsmaterialien.php>

(Leider liegen bei www.internet-abc.de keine freien CC-Lizenzen vor.)

<http://www.netzdurchblick.de/googlebingco.html>

Tipps und Tricks in einem Online-Tutorial, das aus einem Projekt der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg entstanden ist. Für Kinder und Jugendliche geeignet!

<http://prezi.com/tu3rspkudd1n/suchmaschinen/>

Gute Prezi zum Thema Suchmaschinen und Recherche im Internet.