

DRI1002 - IKT og informasjonssøking

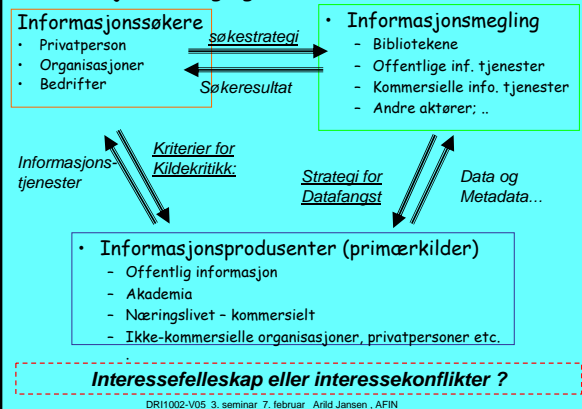
Uke 7: Kan vi stole på informasjon på Internett?

Hovedpunkter for forelesningen

- Informasjonssøking og kildekritikk - et enkelt bilde?
- Litt om søkemotorer og synlighet
- Evaluering av informasjon på Internett (Gjesteforeleser Hilde Westbye)
- Diskusjon
- Presentasjoner av oppgave 1

DRI1002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Informasjonssøking og kildekritikk - et enkelt bilde?



DRI1002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Informasjonssøker (e)

- Et spesifikt formål -bruksområde
 - En gitt kontekst (sammenheng)
- Egne kunnskaper og kompetanse
- Økonomiske og andre ressurser (f eks. tid)
- Krav til
 - Kvalitet (korrekt, presist, relevant, oppdatert,...)
 - Tilgjengelighet
 - Lesbarhet, ...
- Vurderingskriterier
 - Ekthet
 - Objektivitet
 - uavhengighet,
 -

DRI1002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Informasjonsprodusenter Primærkilder

- Hovedgrupper
 - Offentlig informasjon
 - Statlige etater, kommuner og fylkeskommuner
 - Akademia
 - U&H-sektoren, tidsskrifter, fagdatabaser, fagbokforlag,...
 - Næringslivet - kommersielle virksomheter
 - Både reklame og faktainformasjon
 - Ikke-kommersielle organisasjoner, privatpersoner etc.
- Ulike typer målgrupper
- Generelt ønske om synlighet
 - Men ulike strategier for å publisere

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Informasjonsformidlere (meglere) - 1

- Generelle kataloger og portaler
 - Bibliotekskataloger og portaler (<http://www.ub.uio.no/>, BIBSYS, ..
 - Offentlige portaler (Odin, Norge.no,
- Fag-kataloger og portaler
 - F eks. innen jus (Juridisk veiviser, Lovdata), realfag, humanoria,...
 - Omfatter også generelle søketjenester
- Karakteristiske trekk:
 - Primære formål å formidle kvalitet
 - Høy faglig integritet baser på egen kompetanse
 - Generelle innenfor sitt fag/emneområde
 - Ikke knyttet til en bestemt kontekst
 - Ikke-diskriminerende (et ideal, men ikke alltid i praksis)
 - Høy tilgjengelighet
- Men uavhengige av kontekst eller formål

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Informasjonsformidlere (meglere) - 2

- Kommersielle kataloger og portaler
 - F eks. Startsidene, gule side
 - <http://www.startsidene.no/>, <http://www.gulesider.no/gsi/index.jsp>
- Kommersielle søkemotorer / søketjenester
 - Google, AllTheWeb, AltaVista, Yahoo!
- Styrke
 - Generelle, meget stort informasjonstilfang, effektive, lett tilgjengelige,...
- Ulemper (fra et forbrukerperspektiv)
 - Nødvendigvis ingen faglig kompetanse
 - Kommersielle interesser
 - Skulte kriterier for utvelgelse og rangering

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Synlige vevtenester

- For sluttbruker er søkegrensesnittet den synlige delen av søkemotoren
- For tjenestetilbyder er søkeroboten den viktigste delen
 - søkeroboter les vevsider som "primitive" nettleserer
 - <http://www.delorie.com/web/lynxview.html> for å sjå hvordan søkemotoren les sidene
- Den usynlige (skjulte) vev
 - <http://www.hib.no/biblioteket/Kildekritikk.asp#aapen> eksempel på usynlig side: www.kjornes.no/start.htm

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Søkemotor - optimalisering

- Teknisk perspektiv
 - Utforme et nettsted - innholdsmessig og teknisk slik at de kan oppnå høy (topp) -plassering ved søkemotorenes rangering
- Markedsmessig perspektiv
 - Oppnå høy synlighet hos den målgruppen de retter seg mot
- Hvordan bli mer synlig, f eks <http://www.overture-nordic.se/no/>

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Litt om metadata og rangering

- Bruk av metadata og andre synlighetsselementer
- Nøkkelord
- Antall treff - også 'falske'
- Teknisk kvalitet
- Andre faktorer ...
- Hvordan bli mer synlig, se f eks:
<http://www.aftenposten.no/nyheter/nett/article913618.ace>
<http://www.overture-nordic.se/no/>

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen, AFIN

Arkitektur og teknikker som hindrer synbarhet

- Frames (rammer)
- Multimedia (flash, shockwave, streaming,..)
- Image maps
- Java applets
- Lukkede områder,
 - f eks sider som krever passord, cookies eller registrering

Den skulte veven :

- Databaser
- Dypere lag i en nettside
- Ikke alle områder blir indeksert, f eks. lukkede områder

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen , AFIN

Det finnes andre søkemotorer enn Google?

- Fort å se seg blind på en dominerende aktør som Google
 - bør stadig prøve ut andre søkemotorer
 - Offentlig informasjon i Norge: norge.no
 - Kvasir er avgrensa til .no-domenet og bør slik sett kunna gi bedre resultat enn en mer omfattende tjeneste (i realiteten er det Google som leverer søkeresultat til Kvasir; skilnaden blir emnekatalogen Kvasir har bygd opp)
 - Startsidene.no tilbyr søk i Google, Kvasir, AltaVista, Yahoo! og Alltheweb (som nå er en del av Yahoo!)
- Google har i dag en for dominerende rolle siden den også blir brukt som motor for mange andre konkurrenter
- Meir informasjon:
 - Search Engines and controversy:
 - <http://searchenginewatch.com/searchday/article.php/2159431>
 - http://www.firstmonday.dk/issues/issue9_1/gerhart/

DR11002-V05 3. seminar 7. februar Arild Jansen , AFIN
