

Netguide for journalister

2 **NETRESEARCH:**
Den "computente"
journalist

4 **GENEREL SØGNING:**
Menneskelig
sortering eller
rå maskinkraft

7 **SØGEMASKINER:**
286.349 hits og
fem minutter til
deadline

12 **KOMMENTAR:**
Nettet må
aldrig blive din
vigtigste kilde

15 **SÆRLIGE KILDER:**
Du må selv finde
guldet i dybderne

18 **KILDEKRITIK:**
Skærmen
blænder

21 **E-MAIL:**
Research
uden arbejde

22 **VÆRKTØJER:**
Når kilderne
er gået hjem
1.000 gode
journalistlinks

24 **GRØNSPÆTTEBOG**



NETRESEARCH

Den "computente" journalist

Kuglepen, notesblok, telefon og skosåler, der slides. Journalistens klassiske arbejdsredskaber. Og nu – computer og Internet.

Teknologien ændrer samfundet – og journalistens værktøjskasse.

Et par klik med en mus, nogle tryk på tastaturet og overvældende mængder af nyheder og information, kilder og dokumenter, kommer frem på computerens skærm.

Med World Wide Web antager journalistisk informationssøgning og research en ny form:

Global i rækkevidde, øjeblikkelig i udførelse og interaktiv af karakter.

Som bruger stiller du spørgsmålene og former agendaen for maskinen. Med dygtighed – og lidt held – bliver computerteknologien og det vidtstrakte netværk af forbundne informationskilder dit, journalistens, villige og nyttige redskab.

Undersøgelser fra USA og andre lande dokumenterer det: Internettet er kommet, og kommet for at blive, som en brugbar, i stigende grad uundværlig og snart helt selvfølgelig del af det redaktionelle landskab. Tendensen i Europa, og Danmark, er den samme:

- Næsten alle danske massemedier og andre journalistiske arbejdspladser tilbyder medarbejderne e-mail og adgang til Internetsøgning.
- Tusinder af danske journalister har gennemgået grundlæggende og videregående kurser i anvendelse af Nettet til informationsformål.
- Hundredevis af danske journalister må anslås at bruge Nettet hver dag – og tusinder bruger det flere gange hver måned.
- De første eksempler herhjemme på succesfuld brug af Nettet til at skabe bedre journalistik er begyndt at dukke op.



Internettets gennembrud som informationsværktøj baserer sig på en forventning om, at Nettet nytter:

Journalister, der bruger det i deres arbejde, får mulighed for at komme først med historier, som er grundigere undersøgt, bedre tjekket og mere udførligt dokumenteret, og som med inddragelse af flere vinkler og kilder tegner et mere fair og balanceret billede.

Bliver det journalistiske produkt – artiklerne, radio-indslagene, tv-programmerne, webnyhederne – bedre af det? Sandsynligvis, selvom de enorme og uoverskuelige mængder af kilder og data, som er tilgængelige online, også kan føre til afmagt og større overfladiskhed. Hurtigheden i mediet og det deraf følgende opskruede nyhedstempo kan medvirke til at undergrave og slække på klassiske journalistiske dyder som flerkildebaseret research, dobbelt faktatjek mm.

Sparer journalister tid ved at bruge Internet? På længere sigt: Ja. I sandhedens interesse er svaret på umiddelbar og kortere sigt for de fleste formentlig: Nej. I begyndelsen, til du bliver rutine- ret, vil du formentlig bruge mere tid. Men efterhånden vil du spare tid.

I en verden, der i stigende grad bliver fuld af isenkram, er der grund til at understrege, at ny teknologi alene ikke skaber fremragende journalistik. Det vigtigste i den journalistiske profession er stadig at kunne tænke og stille spørgsmål.

TUSINDER AF DANSKE JOURNALISTER NETTER

Kendskab til Internettet er efterhånden en grundlæggende forudsætning for at være journalist. Nettet sparer tid for travle journalister – og øger kvaliteten af det redaktionelle produkt. Internet er i dag det største emne i kursuskataloget fra Den Journalistiske Efteruddannelse, som er uddannelsescenter for medarbejdere. Siden 1992 har næsten 1.000 danske journalister gennemgået kurser i Internet i DJE-regi.

I Danmarks Radio, der siden 1997 har gennemført det bredeste Internet-uddannelsesprogram for medarbejdere på nogen mediearbejdsplads herhjemme, har over 500 medarbejdere gennemført rene Internetkurser, mens en blanding af computer-baserede og netrelaterede kurser har tiltrukket andre ca. 500 medarbejdere.

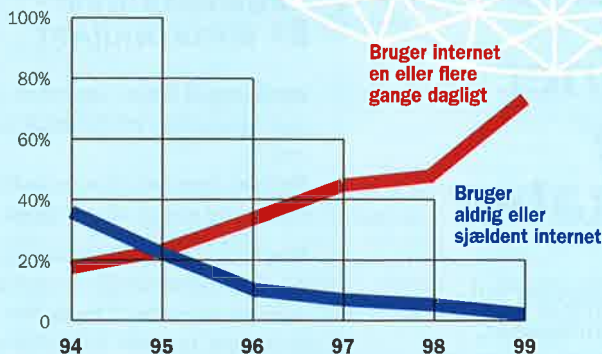
"Teknologien er på vej til at blive en naturlig del af den enkelte medarbejders arbejdsredskaber. At kunne researche gennem bearbejdelse af store datamængder er et prioriteret indsatsområde, nu og i fremtiden, ikke kun i DR Nyheder, men også i vores regionale nyhedsproduktion og overalt i DR," siger udviklingschef Birgitte Henriksen, DR Udviklingsafdelingen.

Hvad skal der til for at fremme udviklingen yderligere? "Svaret er enkelt: Mere Internet på arbejdspladserne. Adgang til Internettet og e-mail for alle medarbejdere fra deres arbejdsplads," siger journalist og IT-ansvarlig Mogens Møller-Olesen, Den Journalistiske Efteruddannelse.

"E-mail er utroligt effektiv og tidsbesparende for både kilder og journalister. Kendskab til hvordan man finder de "rigtige" websteder er lige så tidsbesparende, for det er nu kildernes arbejdsmetode, og hvis vi ikke bruger de samme redskaber, så kommer vi som profession bagefter," tilføjer han.

USA: TRE AF FIRE JOURNALISTER BRUGER NETTET HVER DAG

I 1998 var det 48 procent. Og sidste år var tallet 73 pct. Andelen af amerikanske journalister, der siger, at de bruger Internettet hver dag til nyheds- og informationsindsamling samt kommunikation, stiger hurtigt. Samtidig er antallet af amerikanske journalister, som slet ikke bruger Internet, faldet – fra fem pct. i 1998 til en pct. i 1999. Det viser den sjette, årlige Middleberg/Ross medieundersøgelse. Internet er nu en fuldt integreret del af amerikanske journalisters daglige værktøjskasse, siger undersøgelsens leder, Don Middleberg.



Hvad de amerikanske journalister bruger Nettet til:
90 pct. faktatjekker data og informationer.

83 pct. bruger e-mail til kontakt med kilder.

67 pct. læser aviser og andre medier.

52 pct. bruger Nettet til at finde billeder.

50 pct. leder efter stof til at udvikle idéer og artikler.

Læs mere:

www.middleberg.com

Bedre journalister – bedre journalistik

Ingen med kreativt arbejde i og omkring medierne kan klare sig uden Internet. Da Nettet var helt nyt i Danmark i 1994 udgav Dansk Journalistforbund derfor en vejledning om Nettet. Allerede dengang tydede meget på, at adgang til og forståelse for Nettets brug ville blive et ligeså vigtigt arbejdsredskab for journalister, som telefonen har været det i de sidste 100 år.

Siden 1994 har ophobning af viden og mulighed for at finde rundt i mængden været næsten ufattelig eksplosiv. Og mulighederne for at bedrive bedre journalistik er langt bedre. Derfor præsenterer Journalistforbundet denne nye og aktuelle guide, som naturligvis også findes på Nettet med veje videre.



DANSK JOURNALISTFORBUND
MEDIEFORBUNDET

Dansk Journalistforbund er **medieforbundet** for journalister, redaktionssekretærer, bladtegnere, tegnere, grafikere, layoutere, fotografer, pressefotografer, film- og tv-fotografer, billedjournalister, online-journalister, multimediearbejdere, web-redaktører, radio-, film-, tv- og videomedarbejdere, instruktører, tilrettelæggere, versionister, tekstere, producere, forlagsredaktører og forlagsmedarbejdere, undervisere, informationsmedarbejdere, kommunikationsrådgivere med flere.

Dansk Journalistforbund: www.journalistforbundet.dk. Netguide, en udvidet elektronisk guide: www.djfb.dk/netguide. Journalistlinks, over 1.000 links til værktøjer og kilder på nettet: www.djfb.dk/journalistlinks. Dicar, værktøjskasser m.m.: www.dicar.dk

Netguide for journalister. Udgivet af Dansk Journalistforbund, Juni 2000. Redaktion: Esben Ørberg, ansv., eo@journalistforbundet.dk. Koncept, tekst, redigering: Nils Ulrik Pedersen, nup1@inet.uni2.dk. Grafisk tilrettelægning: Søren Maarbjerg, smaps@post1.tele.dk. Illustrationer: Morten Voigt, s. 1, 7, 15 og 22. Rasmus Breinhøj, s. 2, 6, 11 og 14. Nygård Maria, s. 8, 19 og 21 maria@saltmortale.dk. Otto Dickmeiss, s. 5, 10, 16 og 24. Tryk: datagraf as. Oplag: 17.000. ISBN: 87986145-7-6

HVOR ER NETTET SÆRLIG GODT?

- **Hurtig information** – Nyheder og informationsstrømme fungerer lynhurtigt. Information gøres tilgængelig døgnet rundt, jorden rundt – og du kan få den med det samme. Informationsbutikken WWW er åben hver dag, ugen ud, hele året rundt.
- **Dyb information** – Pressemeddelelser, rapporter, analyser og andet baggrundsmateriale i uforkortet version. Dybe databaser og arkiver. Fra offentlige myndigheder, virksomheder, forskningsinstitutioner mv. Direkte adgang til at studere den originale tekst fra den primære kilde.
- **Information, du ellers ikke kan få** – Det som er for "småt" eller for dyrt at udsende på tryk er på Nettet.
- **International information** – World Wide Web er i sigens natur særligt godt egnet til "fjern" information, som på grund af geografisk afstand før var vanskelig, langsom eller umulig at få fat i.
- **Lokal information** – Sjovt nok er Nettet også stærkt på det helt lokale plan, hvor det fungerer som lokalområdets gigantiske, lokale "Irma-opslagstavle".
- **Overblik** – Internet er måske allerbedst i starten af en researchfase, hvor man skal have overblik over et emne, dets aktører og kilder, mulige sidehistorier og vinkler. Der er ikke længere nogen undskyldning for at gå uforberedt til et pressemøde eller et interview.
- **Kilder** – Tordenskjolds soldater, den garvede garde af kendte ansiger i medierne – vi kender dem alle sammen. På Nettet har du mulighed for at finde andre og alternative kilder, bedre eksperter og friske græsrodder til at give nyt liv til gamle travere af historier.
- **Subkulturer** – Det uofficielle Danmark, som ikke har ansigt og stemme i den analoge verden, er synligt og artikulerer sig (højtrøstet!) på web. Subkulturenes paradis, fra hønseavlere til fodboldfanatikere og politiske grupper til højre og venstre.
- **Informationer uanset tid og sted** – Søg i hele verden, uanset hvor du er. Kilderne rejser med via din bærbare computer eller en lokal netcafé.



SØGNING PÅ NETTET

Et bjerg af informationer – og nogle klatreredskaber

World Wide Web rummer over en milliard sider – et bjerg af informationer. Heldigvis findes et sæt "klatreredskaber". Valg af et passende værktøj til hver enkelt søgning er afgørende for succes.

Du gør dig selv en tjeneste ved at sætte dig i, hvilke typer redskaber og værktøjer, der findes, samt holde dig løbende orienteret om, hvilke redskaber og værktøjer, der aktuelt er de bedste inden for hver enkelt værktøjstype.

Vi skelner mellem generelle og emnespecialiserede søgeværktøjer og kilder på nettet.

De generelle værktøjer registrerer og søger principielt i al information på World Wide Web. Det betyder, at de søger bredt, men ikke altid præcist eller dybt.

De emnespecifikke og specialiserede værktøjer og kilder registrerer og gennem søger derimod kun afgrænsede dele og områder af webbet. Fordelen er, at de som regel er dybe, grundige og generelt mere pålidelige.

Hvis de generelle værktøjer er ti kilometer brede og en centimeter dybe, er emnespecifikke søgeværktøjer en centimeter brede og ti kilometer dybe.

De generelle værktøjer omfatter to hovedtyper: Webkataloger og søgemaskiner. Det er vigtigt at være opmærksom på forskellene. Kataloger og søgemaskiner fungerer forskelligt og bør anvendes til forskellige formål.

SØGEMASKINER: RÅ MASKINKRAFT

Kaldes også: Robot, søgerobot, ord-søgningsværktøj, fritekstsøger, search engine.

Metode: Skriv selv de ord, du ønsker at søge på og klik på søgeknappen.

Magtfuld, lynhurtig edb-teknologi, der på sekunder gennem søger sin database med indekseret tekst fra webbet for at finde sider, hvor den leder efter og genkender et eller flere søgeord, du har tastet ind i søgemaskinens søgefelt. Søgemaskinerne leder ikke efter mening og sammenhæng, men efter eksakt match på søgeord. Der forekommer ingen menneskelig sortering, men du har den rå maskinkraft til din rådighed. Søgemaskiner fungerer på basis af edb-programmer, der kravler rundt på World Wide Web og systematisk registrerer og indekserer alle ord. De fleste søgemaskiner giver dig mulighed for mere præcis søgning med såkaldte boolske operatoren: AND (+), OR (), NOT(-), NEAR, frase (" "), trunkering * (Mere om dem side 8). Generelt kan man sige, at søgemaskiner finder den helt specifikke information i det yderste hjørne af et websted. En særlig variant af søgemaskiner er de emnespecialiserede søgemaskiner. De begrænser sig til et bestemt emne eller område, men går til gengæld mere i dybden. – Læs mere side 8-11

METAVÆRKTØJER: ALT-I-ÉN

Metasøgeværktøjer giver adgang til at søge i flere søgemaskiner på én gang. Det kan spare tid, men det kan være vanskeligt at præcisere søgningen i et metaværktøj. Metasøgning kan være relevant, når du får ingen eller kun få hits med en almindelig søgemaskine. Metaværktøjet vil gå bredere ud og kan måske finde noget. Prøv SavvySearch:

www.savvysearch.com

WEBKATALOGER: WEBS TELEFONBØGER

Kaldes også: Indeks, webindeks, struktureret emneliste, webguide, directory, web directory, webvejviser.

Metode: Klik dig gennem menu frem til det ønskede emne.

Webkataloger er indholdsfortegnelser over websteder organiseret efter emner. Mennesker har sorteret webbet for dig. Det gør det nemmere at få overblik. Et stort antal websteder er organiseret fra fugleperspektiv med de helt generelle emner først. Jo dybere du klikker ned, des mere afgrænsede og specifikke bliver emnekategorierne. Webkataloger tilstræber at være fuldstændige og altomfattende (selvom de sjældent er det). Webkataloger dækker geografiske områder, hele verden eller bestemte lande. En særlig type kataloger, som påkalder sig stigende interesse, er de selektive kataloger, også kaldet kvalitetskataloger. Selektive kataloger medtager kun et lille antal henvisninger til websteder inden for forskellige afgrænsede emner, det giver bedre overblik. Samtidig er disse kilder gennemgående af højere kvalitet. – Læs mere side 6-7

SÆRLIGE KILDER: GULDET, DU SELV MÅ FINDE

Generelle søgeværktøjer er som regel nyttige, men det vil ofte være i særlige emnespecifikke kilder, at du vil finde "guldet". Der findes titusinder af dem – websteder, som er fulde af aktuel kvalitetsinformation om et bestemt emne. Nettet indeholder også opslagsværker, nyhedskilder, leksika, navnestof, ord-bøger, telefonbøger, kort, håndbøger osv. Du kan slå det op i hurtige og præcise elektroniske kilder på webbet. – Find tips til særlige kilder på side 15-17

Læs mere om webkataloger, søgemaskiner og metaværktøjer i Netguide: www.djfb.dk/jguide

Find links til webkataloger og søgemaskiner i Journalistlinks: www.djfb.dk/journalistlinks

Hvem "finder" hvad på nettet?

- Kvalitets-websteder (selektive kataloger, fng og britannica)
- Det synlige web (kataloger: yahoo og jubii)
- Hvad søgemaskiner finder (altavista)
- Websider som søgemaskiner **ikke** finder

WEBKATALOG = INDHOLDSFORTEGNELSE

SØGEMASKINE = STIKORDSREGISTER

Udvalgt og kategoriseret af mennesker.

En maskine ("robot") udfører arbejdet.

Giver overblik over, hvad der findes af væsentlige informationer på nettet om et generelt emne.

Finder detaljer, rub og stub, "nålen i høstakken", også når det er et meget lille og specielt emne.

Få, men relevante henvisninger i søgeresultater.

Mange henvisninger i søgeresultater, nogle gange over 100.000. Nogle af dem helt ude i skoven.

Henviser til en hjemmeside (forsiden af et websted). Herfra kan du udforske webstedet og lede efter information inden for dette websted.

Henviser præcist til en ganske bestemt websted, som indeholder netop det eller de ord, som du har søgt efter.

Bruges, når du surfer rundt, sonderer information og gerne vil guides til mere viden om et generelt emne.

Bruges, når du ved præcis, hvad du leder efter, og gerne vil finde en specifik oplysning hurtigt.

BEMÆRK AT ...

- Internettet indeholder ikke information om alt. Det åbne web indeholder kun de data og informationer, som myndigheder, virksomheder, organisationer, institutioner, grupper og enkeltpersoner selv vælger at lægge ud. Der findes ingen "overbibliotekar", som sørger for, at et emne er alsidigt og lødigt dækket.
- Ingen søgeværktøjer er komplette eller perfekte. Information slettes, tilføjes og ændres hele tiden på web, og det er umuligt for noget søgeværktøj at være "fuldstændigt" eller dække "hele" web.
- Vælg søgeværktøj efter typen af information, du leder efter. Vent med at bruge søgemaskiner (specifik information) til du har overblik over et emne (generel information fra et webkatalog). Vælg værktøj efter geografisk dækning (Tysk Yahoo til Tyskland).
- Begynd med at læse hjælpesiderne. Det tager kun et par minutter og kan spare dig tid, hvis du læser brugervejledningen for de søgeværktøjer, du vælger at benytte. Kig efter Help/Hjælp-knappen.
- Jo mere præcist du kan definere dit spørgsmål, des hurtigere finder du, hvad du søger. Lav en brainstorm før søgningen. Find præcise, specifikke søgeord til søgemaskinen. Godt input giver intelligent output.
- Søg flere gange. Det kan tage tid at tune sig ind på den rigtige søgning. Giv ikke op!
- Krydstjek dine informationer mod andre kilder på nettet.

WEBKATALOG KAN BRUGES TIL AT FINDE ...

Liste over virksomheder i en bestemt branche.

Websteder og information om kendte personer.

Generel information om ophavsret på Internet.

Information om madlavning og opskrifter.

Liste over universiteter i Danmark.

Lister over websteder, der omhandler sygdomme og alternativ behandling.

Information om forfatteren og dramatikeren Bertolt Brecht.

Websteder, hvor der sælges og købes biler.

Information om Windows-baseret software.

Websteder med information om John Lennon.

Rejseguider til Sydafrika.

SØGEMASKINE KAN BRUGES TIL AT FINDE ...

Information om et bestemt produkt, hvor du kender det præcise navn på produktet.

Information om mere ukendte, almindelige mennesker, fx dig selv (hvis information findes). Søg præcist på personens navn.

Mulige eksempler på ulovlig kopiering af bestemte sætninger, citater og udtryk fra dine egne artikler og tekster.

En bestemt opskrift. Søg på opskriftens navn eller på ingredienser i opskriften.

En bestemt videnskabelig artikel, skrevet af en professor i et bestemt fag ved et bestemt universitet.

Information om et bestemt lægemiddel.

Den komplette tekst til Brechts "Einheitsfrontlied". Søg fx på verselinjen: "Und weil der Mensch ein Mensch ist".

Information om en bestemt bilmodel: 1969 Mustang.

Oplysninger om en ganske bestemt fejl, som dukker op igen og igen.

Danske John Lennon-fans.

Køreplaner for dampdrevne tog i Sydafrika (Engelsk: "steam-engine-powered train").

45 Scooter

Case: Trafikpolitik. 45 Scooter.
Navn: Kim Palm. Stilling: Journalist. Medie: DR Næstved.
kpa@dr.dk



Under søgning på Internettet fandt Kim Palm og kollega Jørgen Hansen en god historie på www.45scooter.dk

Af scooter-folkets egen hjemmeside fremgik det nemlig, at 70 procent af medlemmerne af de danske knallert-scooter-klubber har tunet deres motorer – og kører mellem 60 og 80 km/t. Kim Palm og Jørgen Hansen fandt et par gode kilder og cases ved at e-maile til nogle af medlemmerne og fik dem til at stå frem i radioen. Samtidig offentliggjorde FDM en undersøgelse, der påviste, at knallert-scooterne er de mest forurenende køretøjer på de danske landeveje, da den lave top-hastighed tvinger dem til konstant at holde gashåndtaget i bund.

De udgør også en fare for trafikikkerheden, fortalte FDM. Formanden for Færdselssikkerheds-kommisionen, MF Helge Adam Møller, blev konfronteret med scooter-folkets krav om mere fart og lovede at undersøge muligheden for højere top-hastigheder. Historien blev leveret til DR-Regionalen, P3 og TV-Avisen.



BEMÆRK AT ...

- Internettet indeholder ikke information om alt. Det åbne web indeholder kun de data og informationer, som myndigheder, virksomheder, organisationer, institutioner, grupper og enkeltpersoner selv vælger at lægge ud. Der findes ingen "overbibliotekar", som sørger for, at et emne er alsidigt og lødigt dækket.
- Ingen søgeværktøjer er komplette eller perfekte. Information slettes, tilføjes og ændres hele tiden på web, og det er umuligt for noget søgeværktøj at være "fuldstændigt" eller dække "hele" web.
- Vælg søgeværktøj efter typen af information, du leder efter. Vent med at bruge søgemaskiner (specifik information) til du har overblik over et emne (generel information fra et webkatalog). Vælg værktøj efter geografisk dækning (Tysk Yahoo til Tyskland).
- Begynd med at læse hjælpesiderne. Det tager kun et par minutter og kan spare dig tid, hvis du læser brugervejledningen for de søgeværktøjer, du vælger at benytte. Kig efter Help/Hjælp-knappen.
- Jo mere præcist du kan definere dit spørgsmål, des hurtigere finder du, hvad du søger. Lav en brainstorm før søgningen. Find præcise, specifikke søgeord til søgemaskinen. Godt input giver intelligent output.
- Søg flere gange. Det kan tage tid at tune sig ind på den rigtige søgning. Giv ikke op!
- Krydstjek dine informationer mod andre kilder på nettet.

WEBKATALOG = INDHOLDSFORTEGNELSE

Udvalgt og kategoriseret af mennesker.

Giver overblik over, hvad der findes af væsentlige informationer på nettet om et generelt emne.

Få, men relevante henvisninger i søgeresultater.

Henviser til en hjemmeside (forsiden af et websted). Herfra kan du udforske webstedet og lede efter information inden for dette websted.

Bruges, når du surfer rundt, sonderer information og gerne vil guides til mere viden om et generelt emne.

SØGEMASKINE = STIKORDSREGISTER

En maskine ("robot") udfører arbejdet.

Finder detaljer, rub og stub, "nålen i høstakken", også når det er et meget lille og specielt emne.

Mange henvisninger i søgeresultater, nogle gange over 100.000. Nogle af dem helt ude i skoven.

Henviser præcist til en ganske bestemt web-side, som indeholder netop det eller de ord, som du har søgt efter.

Bruges, når du ved præcis, hvad du leder efter, og gerne vil finde en specifik oplysning hurtigt.

WEBKATALOG KAN BRUGES TIL AT FINDE ...

Liste over virksomheder i en bestemt branche.

Websteder og information om kendte personer.

Generel information om ophavsret på Internet.

Information om madlavning og opskrifter.

Liste over universiteter i Danmark.

Lister over websteder, der omhandler sygdomme og alternativ behandling.

Information om forfatteren og dramatiker Bertolt Brecht.

Websteder, hvor der sælges og købes biler.

Information om Windows-baseret software.

Websteder med information om John Lennon.

Rejseguider til Sydafrika.

SØGEMASKINE KAN BRUGES TIL AT FINDE ...

Information om et bestemt produkt, hvor du kender det præcise navn på produktet.

Information om mere ukendte, almindelige mennesker, fx dig selv (hvis information findes). Søg præcist på personens navn.

Mulige eksempler på ulovlig kopiering af bestemte sætninger, citater og udtryk fra dine egne artikler og tekster.

En bestemt opskrift. Søg på opskriftens navn eller på ingredienser i opskriften.

En bestemt videnskabelig artikel, skrevet af en professor i et bestemt fag ved et bestemt universitet.

Information om et bestemt lægemiddel.

Den komplette tekst til Brechts "Einheitsfrontlied". Søg fx på verselinjen: "Und weil der Mensch ein Mensch ist".

Information om en bestemt bilmodel: 1969 Mustang.

Oplysninger om en ganske bestemt fejl, som dukker op igen og igen.

Danske John Lennon-fans.

Køreplaner for dampdrevne tog i Sydafrika (Engelsk: "steam-engine-powered train").

45 Scooter

Case: Trafikpolitik. 45 Scooter.
Navn: Kim Palm. Stilling: Journalist. Medie: DR Næstved.
kpa@dr.dk



Under søgning på Internettet fandt Kim Palm og kollega Jørgen Hansen en god historie på www.45scooter.dk

Af scooter-folkets egen hjemmeside fremgik det nemlig, at 70 procent af medlemmerne af de danske knallert-scooterklubber har tunet deres motorer – og kører mellem 60 og 80 km/t. Kim Palm og Jørgen Hansen fandt et par gode kilder og cases ved at e-maile til nogle af medlemmerne og fik dem til at stå frem i radioen. Samtidig offentliggjorde FDM en undersøgelse, der påviste, at knallert-scooterne er de mest forurenende køretøjer på de danske landeveje, da den lave top-hastighed tvinger dem til konstant at holde gashåndtaget i bund.

De udgør også en fare for trafiksikkerheden, fortalte FDM. Formanden for Færdselssikkerheds-kommisionen, MF Helge Adam Møller, blev konfronteret med scooter-folkets krav om mere fart og lovede at undersøge muligheden for højere top-hastigheder. Historien blev leveret til DR-Regionalen, P3 og TV-Avisen.

KATALOGER



VERDENS STØRSTE

Yahoo er uden sammenligning verdens største og bedste oversigt over informationer på World Wide Web. Mere teknisk beskriver Yahoo sig selv som en "hierarkisk opbygget, emneorienteret guide".

Yahoo kan sammenlignes med en enorm fagtelefonbog med oplysninger om i princippet alt, hvad der findes af websteder med information om alle mulige emner på web – i alle lande på jorden. På forsiden af Yahoo finder du de overordnede emnekategorier. Hvis du klikker ind under et emne, finder du ikke umiddelbart henvisninger til websteder, men en masse underemner, som igen opdeles i underemner osv. Yahoo bliver på den måde ofte meget "dyb". Du kan i flere emner klikke ned i over 20 lag af underkategorier.

Hvis du vil undgå den lidt langsomme og møjsommelig klikken ned i emner og kategorier, kan du skyde genvej med Yahoos søgefunktion. Den kan du bruge, når du ved mere præcist, hvad du leder efter. Søgefunktionen ligger som et blankt søgefelt øverst på Yahoos sider. Du indtaster et søgeord og klikker på knappen Search. Yahoo vil gennemsøge hele emnekatalogets database og henvise til emnekategorier, der omhandler dit søgeord.

Klikke ned eller søge i Yahoo? Nogle anbefaler, at man aldrig bruger klik-metoden, men altid bruger søge-metoden i Yahoo. Man kan nemlig ikke vide, hvordan Yahoo har kategoriseret viden om fx pandaer. Der kan være noget under zoologi, noget under zoologiske haver i London, noget under Kina osv. En søgning i Yahoo efter panda henviser på én gang til alle kategorier, som indeholder links til informationer om emnet.



Navn: Yahoo!

("Yet Another Hierarchical Official Oracle").

URL: www.yahoo.com

Værktøjstype: Fuldstændigt webkatalog.

Hjemsted: Californien, USA.

Oprindelse: Startet 1994 af Jerry Yang og David Filo, studerende ved Stanford Universitetet. "Jerry's Guide to the World Wide Web", der var begyndelsen til Yahoo, var en af de første kategorisering af websteder i verden. Kun Virtual Library (www.vlib.org) er ældre.

Dækning, geografisk: Hele verden (dog massiv overvægt af amerikanske og engelsksprogede kilder).

Dækning, information: Henviser til over en million websteder.

Trafik: 120 millioner brugere om måneden.

Tip 1: Underkategorien "Countries" (under "Regional") er den centrale indgang til web-information om lande i hele verden. Du finder landene i alfabetisk rækkefølge. Gå ind i en landekategori, og du er midt i en mini-Yahoo for det pågældende land. Bemærk, at du finder flere nationale Yahoo'er for en række lande (se nedenfor).

Tip 2: Ofte er det i en emnekategori vanskeligt umiddelbart at se, hvilke henvisninger til web, der er bedst at gå efter. Det tager tid at klikke et stort antal links igennem, før man finder et websted, der dækker emnet på en troværdig måde. Kig efter betegnelsen "Official" – det angiver normalt, at et websted har særlig autoritet eller status inden for et emneområde.

Relaterede tjenester: Yahoo er en af verdens største og mest omfattende portaler med nyheder, e-mail, jobsøgning m.m. Mest interessant er de mange lokale, nationale udgaver af Yahoo. Du finder en komplet liste over lokale Yahoo'er nederst på Yahoos forsider. I de dele af verden, hvor Yahoo ikke er repræsenteret, har websitet Orientation sat sig for at agere webkatalog og i øvrigt central indgang til nyheder og information. Det gælder Central- og Østeuropa, Asien, Mellemøsten, Afrika, Oceanien samt Latinamerika og Caribien

– i alt 191 lande. Hvis Yahoo ikke giver dig information nok om et land, kan du finde lokale søgemaskiner i alle lande ved hjælp af Search Engine Colossus (www.searchenginecolossus.com).
Hjælp: <http://howto.yahoo.com> – og på dansk www.yahoo.dk, se under Hjælp.

DANMARKSMESTER

Jubii var først ude (i begyndelsen af 1995) med en beskedne liste over danske websteder. Listen er vokset – i dag til over 50.000 links til det danske web. Og Jubii har bevaret førertrøjen, som bedste danske linker og mest søgte danske websted. Jubii er med andre ord ikke til at komme udenom, selvom den tekniske udførelse ikke altid er lige elegant. Jubii er et godt sted at starte, hvis du søger efter en bestemt dansk hjemmeside eller blot surfer lidt rundt på nettet, nysgerrig efter informationer inden for et bestemt dansk emne.

Jubii-kataloget er som sit amerikanske forbillede Yahoo opdelt i kategorier, der afspejler de mange forskellige emner, som dækkes på Internet. Kategorierne er organiseret i hierarkisk orden. Du starter i det øverste, mest generelle niveau og klikker dig ned til mere og mere snævre kategorier, indtil du finder det, du ønsker.

Det vil ofte ske, at du ikke umiddelbart kan finde en kategori, der passer til det emne, som du søger. Så kan du indtaste et søgeord, og starte en søgning. Det foregår i søgefeltet øverst på forsiden af Jubii. Bemærk, at Jubii's søgefunktion kun omfatter Jubii's egne emnekategorier og korte beskrivelser eller emneord for websteder, som Jubii henviser til. En Jubii-søgning svarer på ingen måde til en AltaVista-søgning, som jo omfatter søgning gennem hundreder af millioner af sider ude på det åbne web.



Navn: Jubii.

URL: www.jubii.dk

Værktøjstype: Fuldstændigt webkatalog.

Hjemsted: København.

Ejer: www.spray.se (Svensk Internetportal)

Oprindelse: Startet 1995 af Martin Thorborg mfl. Den første kategorisering af danske websteder.

Dækning, geografisk: Danmark (danske og dansksprogede websteder).

Dækning, information: Det største danske katalog med ca. 1.300 forskellige emnekategorier og over 50.000 henvisninger til danske websteder.

Trafik: Benyttes hver uge af 650.000 brugere.

Hjælp: www.jubii.dk/hjaelp

SØGEMASKINER

286.349 hits – og fem minutter til deadline!

Har du prøvet at søge med AltaVista og få 286.349 hits fem minutter før deadline?

Hvis ja, er du nok klar til at hilse på Mr. Boole.

Den britiske matematiker George Boole levede i 1800-tallet og opfandt den moderne mængdelære. Hans "booleanske" principper udgør i dag teorien og det praktiske grundlag for alle former for præcisionssøgning i data – ikke blot på Internet, men i utallige andre elektroniske databaser og informationssystemer.

Hvis der er to fiduser, der er værd at huske vedrørende netsøgning, så er den ene: De boolske kommandoer – også selvom de virker nørdede. Med Boole i hånden vil du kunne mangedoble din søgeeffektivitet. Som en anden terminator vil du kunne udrydde hundredetusinder af umulige og ubrugelige hits. (Den anden fidus? At kende forskel på webkataloger og søgemaskiner og vide, hvornår det er relevant at bruge den ene eller den anden type – Mere herom side 4-5).

Forskellige kommandoer

De klassiske boolske kommandoer er AND, OR, AND NOT og NEAR. Tingene kompliceres på Internet af, at forskellige søgemaskiner benytter forskellige kommandoer for det samme.

Værst er det hos AltaVista, hvor der i simpel søgning skal benyttes henholdsvis tegnsætningen +, ingenting, – (minustegn), mens NEAR slet ikke findes. I AltaVistas avancerede søgning fastholdes de klassiske boolske tegn. Hos HotBot skal du ikke taste tegn ind, men pege på drop down-menu fx "Any of the words", "All the words" "Person", "Exact phrase" osv.

Uden om Boole

Det er svært at slippe uden om Boole, fordi hans kommandoer er så effektive. Men nogle søgemaskiner prøver. Hos AskJeeves kan du stille spørgsmål i naturligt sprog, altså uden at kunne "bule". Hemmeligheden er naturligvis, at Jeeves selv opstiller en skjult booleansk formel på baggrund af de ord, du indtaster.

Hvis du ikke indtaster særlige tegn, er udgangspunktet i AltaVistas simple søgning automatisk en OR/eller-søgning (siden skal indeholde mindst et af søgeordene). Hos Google derimod er intet tegn ensbetydende med, at du søger efter den meget snævrere fællesmængde af de indtastede ord (siden skal indeholde begge eller alle søgeord).

Det er med andre ord vanskeligt at opstille generelle regler. Konklusion: Klik på søgemaskinens Hjælp/Help-knap. Læs brugervejledningen. Her vil du få præcis information om, hvordan Boole bruges og fortolkes af den pågældende søgemaskine, og hvordan du kan gøre søgninger præcise og effektive.

Læs mere om præcis søgning med Boole på næste side.



HVEM ER BEDST?

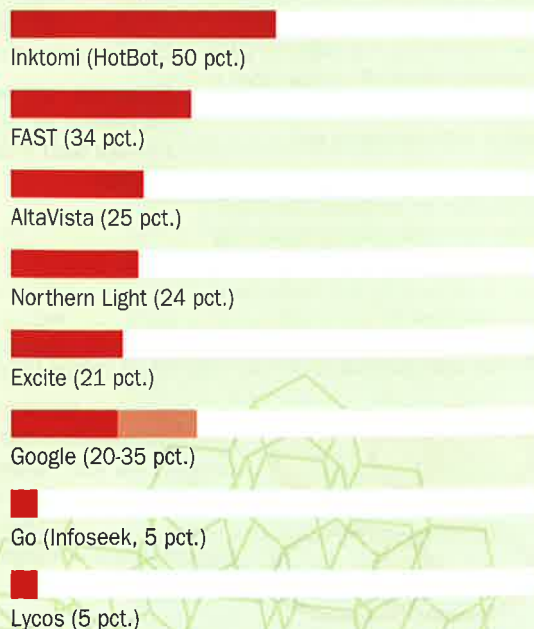
Det svirrer med tal – men hvilken søgemaskine er egentlig bedst? Der kan ikke gives noget entydigt svar. Hvilken der er bedst afhænger af, hvem der spørger. Afgørende er et match mellem søgemaskinernes stærke og svage sider og brugernes ønsker og behov. Eksperten på området, Search Engine Watch, testede for nylig søgemaskinerne i relation til amerikanske præsidentkandidaters hjemmesider og fandt, at Google og Inktomi (HotBot) klarede sig rigtigt godt. Men testen var skæv, den omhandlede kun meget besøgte websteder. Hvis du leder efter speciel, "smal" eller kompleks information, vil det ofte være AltaVista, All the Web eller Excite (www.excite.com), der kommer bedst ud.

"Den bedste dommer over søgemaskinerne er dig selv – prøv forskellige søgemaskiner og find ud af, hvad du kan lide," siger Danny Sullivan, der er redaktør af Search Engine Watch.

Se også: CINet Try a Comparison Search:

www.cnet.com/Content/Features/Dlife/Search/ss01.html

Så mange websider læser og indekserer forskellige søgemaskiner (marts 2000 – i pct. af det samlede antal websider på ca. en milliard):



Kilde:

www.searchenginewatch.com/reports/sizes.html

SØGEMASKINER

Har man sagt AND
må man også sige

* + "" & -

**Foreningsmængde:****Intet tegn
(OR/eller)**

Effekt: Mindst et af ordene skal findes på websiden. Udvider søgningen.

Eksempel: sting police (Giver alle websider i hele verden som nævner ordene sting eller police eller sting og police, dvs. websider om bier, om syning (sy-sting!), om sangeren Sting, om politi, om rockgruppen Police – og meget andet)

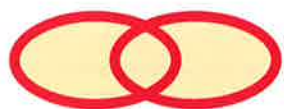
Eksempel: elg älg moose (Giver websider om elge på sprogene dansk, svensk og amerikansk)

VIGTIG!**Fællesmængde:
+ (AND/og)**

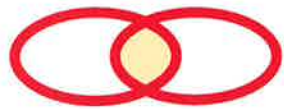
Effekt: Begge ord skal findes på websiden. Indsnævrer søgningen. Tegnene skal skrives umiddelbart foran ordet – ikke noget mellemrum mellem tegn og søgeord. Læg samtidig mærke til, at man skal markere hvert enkelt ord med et tegn – også det første ord.

Eksempel: +sting +police (Websider om sangeren Sting og hans medvirken i rockgruppen The Police)

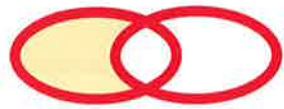
Boolsk mængdelære. Eksempel: søgning på ordene Pia og Skov



Foreningsmængde = OR/ELLER.
Resultat: Pia Juhl, Pia Skov, Lis Skov



Fællesmængde = AND/OG.
Resultat: Pia Skov



Negationsmængde = AND NOT/IKKE.
Resultat: Pia Juhl

Eksempel: +Shell +Nigeria (Websider om Shell i Nigeria).

Eksempel: +rip +rap +rup +mor (Giver navnet på de tre nevøers mor, faren er en ukendt andrik!)

**VIGTIG! Citationstegn,
frase:**

" ... "

Effekt: De af gåseøjne indrammede ord (det faste udtryk) skal findes på websiden præcis i denne form. Indsnævrer søgningen. Hvis du ikke rammer ind med citations-tegn, opfatter søgemaskinen det som en foreningsmængdesøgning (OR), og du får alle sider, hvor mindst et af ordene findes.

Eksempel: "great barrier reef" giver websider om The Great Barrier Reef.

Eksempel: "Poul Nyrup Rasmussen" giver information om statsministeren uden tusinder af sider om alle mulige Poul'er, Nyrup'er eller Rasmussen'er.

Eksempel: "und weil der mensch ein mensch ist" giver den fuldstændige tekst til Brechts Einheitsfrontlied.

Negationsmængde:**- (Minustegn) (AND
NOT/ikke)**

Effekt: Minus-ordet (det negerede ord) må ikke findes på websiden. Indsnævrer søgningen.

Eksempel: +python -monty (Websider om python-slangere, men ingen sider om Monty Python).

Eksempel: +prince +charles -camilla (Finder sider om prins Charles, men ikke om Camilla Parker-Bowles).

Nær:**NEAR**

Bemærk: Findes kun i AltaVista avanceret søgning. Indsnævrer søgningen.

Effekt: Begge ord skal findes på websiden inden for få (normalt ti) ords afstand af hinanden.

Eksempel: tony NEAR blair (Websider om Tony Blair)

VIGTIG! Sprog:**Any language**

Effekt: Vælg et sprog og få kun websider om emnet på dette sprog. Indsnævrer søgningen.

Eksempel: +john +lennon Sprog: Danish (Giver danske websider om John Lennon, mange af dem lavet af danske Beatles/Lennon-fans).

STORE/små bogstaver

Brug så vidt muligt små bogstaver, når du søger. Søgeordet: WordPerfect finder kun sider, hvor ordet er staves præcist sådan (med stort W og P). Søgeordet: wordperfect fin-

der alle varianter af ordet, uanset hvordan det er skrevet med stort og småt (Fx Wordperfect, WordPerfect, wordperfect).

**Ordstammesøgning,
trunkering, joker: ***

Effekt: Giver websider med et ord i alle dets mulige varianter. Udvider søgningen. Der skal være en grundstamme på mindst tre bogstaver, før du sætter trunkeringstegnet, som altså godt kan stå inde i et ord, fx hvis du er i tvivl om stavemåden.

Eksempel: kosov* giver websider om både Kosovo og Kosova, uanset stavemåden.

Eksempel: : nordl* = nordisk, nordiska, nordic

Eksempel: col*r = color, colour, som er hhv. amerikansk og engelsk stavemåde.

Feltsøgning:**title, host, url, domain**

Normalt søger søgemaskinen i hele websidens tekst. Med feltsøgning er det muligt at begrænse søgning til en ganske bestemt del af webdokumentet, fx titellinjen eller webadresselinjen.

Feltkommandoer: title:, link:, url:, domain:, host:

Bemærk:

Eksempler tager udgangspunkt i reglerne for AltaVista simpel søgning (Main Search – www.altavista.com)

Se skema med præcise søgetegn på bagsiden.

Selektive webkataloger



VERDENSKLASSE

Navn: Britannica.

Værktøjstype: Selektivt webkatalog.

URL: www.britannica.com

Hjemsted: Chicago, USA.

Dækning, geografisk: Hele verden (overvægt af amerikanske og engelsksprogede kilder)

Beskrivelse: Britannica er et selektivt katalog af verdensklasse med links udvalgt og præsenteret af redaktørerne på leksikonet Encyclopedia Britannica. En søgning i Britannica giver ikke kun links til de bedste kilder på nettet, men også heltekst artikler fra leksikonet.

Hjælp: <http://search.britannica.com/search?adv>

DANSK KVALITET

Navn: Folkebibliotekernes NetGuide

Værktøjstype: Selektivt webkatalog

URL: www.fng.dk

Oprindelse: Samarbejde mellem 21 større danske biblioteker.

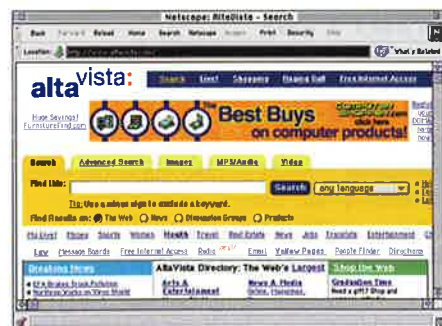
Dækning: Guiden tager udgangspunkt i danske web-ressourcer suppleret med nordiske, europæiske og andre udenlandske. **Beskrivelse:** Målet er at sikre kvaliteten i brugernes valg af informationer på Internettet. FNG er et dansk selektivt katalog af høj klasse. Det giver et godt og hurtigt overblik over et antal gode og direkte fremragende kilder og informationsbaser om et antal hovedemner. Problemet kan være, at emnerne og kilderne er af meget generel karakter. FNG egner sig bedst til det store overblik, mindre til den detaljerede information.

Hjælp: www.fng.dk/sogning.asp



AltaVista er konge – men tronen vakler

I HastaLaVista, en af Internettets parodier på søgemaskinen AltaVista, sidder otte pensionerede postfunktionærer på et dagcenter i Minnetonka, Minnesota, og bladrer sig med gummitutter på tomme fingre gennem dagens spørgsmåls. Med lidt held – og hvis Norm Huiskas kone har husket at køre ham ind på alderdomshjemmet – lykkes det gerne at nå et par svar inden frokost ... Virkelighedens AltaVista er en anelse hurtigere og en del mere effektiv. AltaVista har siden webbets gennembrud midt i 1990'erne været søgemaskinernes konge. Men nu vakler tronen. Google (læs side 10) og andre mere intelligente, moderne søgeteknologier udfordrer de traditionelle søgetjenester. AltaVista er stadig på banen og er et fremragende søgeværktøj. Når den er bedst, fungerer den som et lasermissil, der på brøkdeler af sekunder finder sit mål. Mens Google er stærk på almindeligt kendte emner, er AltaVista stadig overlegen på det helt specielle, detaljerede stof.



Navn: AltaVista

Værktøjstype: Søgemaskine.

URL: www.altavista.com – www.av.com – www.raging.com

Indekserer: 350 millioner websider.

Relaterede tjenester: Find dansk udgave af AltaVista på www.altavista.dk.

AltaVista oversætter Babelfish (Klik: Translate) oversætter tekster mellem fem hovedsprog. Det betyder, at du kan få hovedindholdet af en brasiliansk webside (portugisisk) oversat til fx engelsk. Men pas på – maskinoversættelsen er fuld af fælder. – At AltaVista mærker konkurrencen fra den ny søgemaskine Google fremgår af, at AltaVista for nylig lancerede en ny søgetjeneste henvendt til professionelle under navnet Raging Search. Raging form og design ligner Googles til forveksling –

www.raging.com

Hjælp: www.altavista.com/av/content/help.htm

Se parodien HastaLaVista på: www.geocities.com/SunsetStrip/Alley/7028/hasta.htm

Mandag den 6. marts 2000 om morgenen kom bekræftelsen på den seneste tids mange rygter: Unibank fusionerer med MeritaNordbanken til Nordens største finanskoncern. Opgaverne blev hurtigt fordelt på De 3 Stiftstidender & JyskeVestkystens erhvervsredaktion i København.

"Jeg påtog mig at skrive portrætter på fusionens hovedpersoner, heriblandt den svenske koncernchef Hans Dalborg," fortæller Lars Dyrskjødt. På søgemaskinen Kvasir bliver



Bankfusion

Case: Erhverv.

Den store nordiske bankfusion.

Navn: Lars Dyrskjødt. **Stilling:**

Journalist. Medie: 4S.

dyrskjoet@4s.dk

maskinen Kvasir bliver Hans Dalborgs navn tastet ind med citations-tegn om. "Første hit var naturligvis MeritaNordbankens hjemmeside, hvor man efter et par klik finder de faktuelle oplysninger om Hans Dalborg. Pludselig dukker hjemmesiden fra Handelshøjskolen i Stockholm op – eller ret-

tere en side med koret Friedmans Apostlars sange, blandt andet "Egolitär brännvinsvisa" på melodien Internationale og med tekst af en tidligere handelsstudent ved navn Hans Dalborg. Kan det virkelig være den Hans Dalborg? Jo, den er god nok. Et efterfølgende raid i Dagens Industris arkiv på Internettet fører en spydig kommentar hertil fra den svenske statsminister Göran Persson: "I arbejderbevægelsen gør vi ikke grin med Internationale." I arkivet er der også oplysninger om, at Hans Dalborg foretrækker at flyve med Finnair til Helsingfors frem for SAS, fordi SAS altid serverer kylling. Og om at Hans Dalborg siden 1997 havde været formand for Operaen i Stockholm."

"Tilbage på Kvasir dukker Nordens Institut i Finland op med en case på Hans Dalborg. Her fortæller den tidligere russiske sprogoficer i det svenske forsvar Hans Dalborg, at han efter at være blevet koncernchef for MeritaNordbanken har lært sig finsk – og har holdt sin første tale på sproget.

Selvfølgelig ikke hele Hans Dalborgs liv på et fad via Internet-søgning, men alligevel nogle vigtige brikker til en mosaik af en bankmand med musiske og sproglige interesser." "Og da Unibank holdt pressemøde med Hans Dalborg klokken 12, behøvede jeg kun at få et par supplerende oplysninger af manden selv plus et godt foto for at fuldende portrættet."

(Kvasirs globale søgning, som Lars Dyrskjødt benyttede, udgør en dansk version af All the Web, www.kvasir.dk – red.)

SØGEMAS

MERE INTELLIGENT

Søgemaskinen Google er i løbet af de seneste seks måneder eksploderet ud af intetheden og blevet det hotteste søgeværktøj på World Wide Web. Det særlige ved Google er, at den rangerer søgeresultater mere intelligent end konkurrenterne. Googles indikator for kvalitet er antallet af links til et websted. Ud fra en teori om, at jo flere, der finder et websted relevant at linke til, des højere kvalitet har det. Google læser og opfatter et link fra webside A til webside B som en stemme for B. I den forstand udgør alle webbets links en gigantisk brugerafstemning om hvilke websteder, der er bedst. En stemme fra et websted, som mange har linket til, tæller mere end et sted, som der kun er få links til. Et link fra CNN vægtes altså højere end et link fra en privat hjemmeside.

Google gennem søger stort set lige så mange websteder som andre søgemaskiner, men er ved hjælp af sin særlige rangeringsteknologi bedre i stand til at sortere irrelevante og uanvendelige websteder fra. Relevante sider kommer øverst i bunken af henvisninger. Det sparer tid for travle brugere – og gør Google mere effektiv i dagligdagen.



Navn: Google

URL: www.google.com

Værktøjstype: Intelligent søgemaskine.

Hjemsted: Mountain View, Californien.

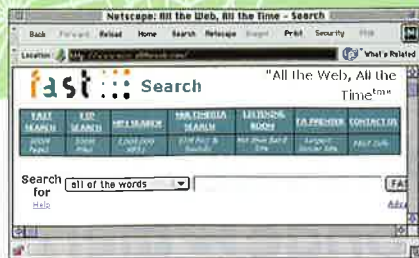
Oprindelse: Udviklet 1998 af Larry Page og Sergey Brin, studerende på Stanford Universitet.

Indekserer: 200 millioner websteder og over en milliard links.

Trafik: 14 millioner søgninger om dagen.

Tip: Google er for nylig kommet på ti sprog, deriblandt dansk. Du kan gå direkte til den webside, Google har fundet mest relevant ved at klikke på knappen "Jeg føler mig heldig" (I'm feeling lucky). – Google har løst problemet med manglende websteder ("404 File not found"). Klik på "Show matches (Cache)", og Google trækker den forsvundne side frem fra et gemmelager.

Hjælp: www.google.com/intl/da/help.html



STOR OG HURTIG

Navn: All the Web

URL: www.alltheweb.com

Oprindelse: Udviklet af forskere ved Norges tekniske universiteter i 1997.

Indekserer: 340 millioner websteder

Beskrivelse: All the Web fra det norske firma Fast Search & Transfer præsenterer sig selv som verdens største og hurtigste søgemaskine. Fast er hurtig og god – prøv selv.

Tip: God klik og vælg-menu til avanceret søgning.

Hjælp: www.alltheweb.com/help.html



STEMT I TOP

Navn: HotBot

URL: www.hotbot.com

Værktøjstype: Søgemaskine.

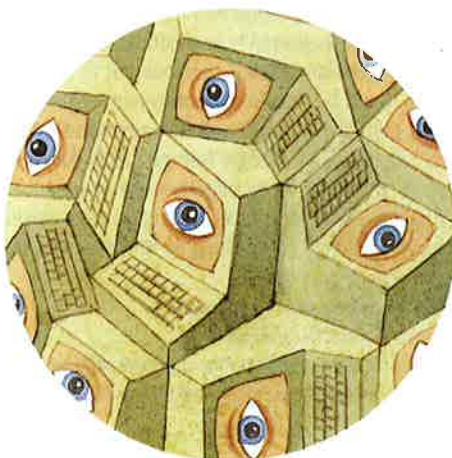
Oprindelse: Udviklet af cybermagasinet Wired i samarbejde med Inktomi.

Indekserer: 500 millioner websteder (Inktomi)

Beskrivelse: De ti første henvisninger i en HotBot-søgning er de sider, som flest brugere tidligere har klikket til. Når du selv klikker på en henvisning i en HotBot-søgning registreres det som din anbefaling. Du deltager med andre i en løbende brugerafstemning om webbets bedste sider.

Særlig feature: Ikke noget med + eller minus. Du kan pege på en drop-down-menu i stedet for at skulle huske de boolske kommandoer.

Hjælp: www.hotbot.com/help/tips



OVERSKUELIG

Navn: Northern Light Search

URL: www.northernlight.com

Oprindelse: Læs her –

www.northernlight.com/docs/about_company_history.html

Indekserer: 240 millioner websteder.

Beskrivelse: Northern Light sorterer de websteder, den finder på en meget overskuelig måde. Hittene inddeles i kategorier efter type og emne. Personlige hjemmesider, nyheder og forskellige underemner i hver sin bunke. Det er let at overskue og meget brugervenligt.

Særlig feature: Som den eneste store søgemaskine henviser Northern Light til informationer, der koster penge. Betalingsartikler af høj kvalitet findes i kategorien "Special Collection Documents". Du kan betale stykvis.

Hjælp: www.northernlight.com/docs/search_help_optimize.html



BUTLER-SERVICE

Navn: Ask Jeeves

URL: www.ask.com

Værktøjstype: Søgemaskine, teknologi baseret på naturligt sprog.

Oprindelse: Se – www.ask.com/docs/about/background.html

Beskrivelse: Metaforen for Ask Jeeves er en engelsk butler – altid til tjeneste. Han talaes på formfuldendt engelsk. Så her behøver du ikke kunne de boolske trylleformularer. Spørg fx: Where can I find a map of India? Jeeves giver svaret.

Tip: Klik på "Remove frames" for at slippe helt fri af Jeeves, når du vil ud på de websteder, som søgemaskinen henviser til.

Hjælp: www.ask.com/docs/help

KINER

EMNESPECIALISEREDE
SØGEMASKINER MED...

Skarpt fokus

Web-søgemaskiner går på jagt efter information på mange forskellige websteder. De store generelle søgemaskiner som AltaVista, HotBot og Fast tilstræber at besøge alle websteder i hele verden. En ny type emnespecialiserede søgemaskiner er mere beskedne. De søger i et mindre antal, ganske bestemte websteder, som er udpeget for dem.

Begrænsningen er, at hvor AltaVista i princippet kan svare på alt, vil en specialiseret søgemaskine kun give fornuftige svar inden for det emneområde, den søger at dække. Til gengæld er svarene langt mere præcise og normalt af højere kvalitet. Du kan virkelig spare tid og ærgrelser, hvis du kan finde specialisøgemaskiner, der matcher dit stofområde.

Liste over emnespecialiserede søgemaskiner:

www.searchenginecolossus.com

Search: www.search.com

Search Engine Watch har en hel sektion om specialisøgemaskiner:

<http://searchenginewatch.com/links/>

Specialty Search Engines



Bangladesh

Case: Globalisering.

Dansk tøjproduktion i Bangladesh.

Navn: Pernille Tranberg. Stilling: Journalist i reportagegruppen.

Medie: Politiken.

pernille.tranberg@pol.dk

Alle fakta, baggrundsinformationer og vinkler var efter intensiv research på Internettet klar, da Pernille Tranberg i sommeren 1998 tog til Bangladesh for at skrive om udnyttelse af kvinder og børn i produktionen af dansk tøj. Reportageturen var led i en større serie om globalisering. "Med grundresearchen lavet hjemmefra kunne jeg bruge de 14 dage i landet til udelukkende at se, høre, opleve og snuse – samt bekræfte en hypotese om, at der var danske firmaer involveret i udnyttelsen. I den forbindelse var www.ilo.org – FN's arbejdsorganisations hjemmeside – uundværlig. Her fandt jeg blandt andet ud af, at Bangladesh var det første land i verden, hvor tøjbranchen i samarbejde med ILO havde accepteret uanmeldte besøg af inspektører for at stoppe børnearbejde. Sådan et besøg rundt på fabrikkerne var jeg med på. Aftalt og forberedt via e-mail."

Forskning og videnskab:
JUST THE FACTS

Navn: Factfinder

URL: www.factfinder.dk

Hjemsted: IngeniørenNet

www.ing.dk København

Indekserer: 183 danske, enkelte svenske, universiteter, forskningscentre, institutioner og andre kilder med anerkendt teknisk og videnskabelig information.

Beskrivelse: Factfinder er det bedste findested for ingeniører og andre teknisk interesserede, der vil have aktuelle og præcise informationer om teknik, naturvidenskab og andre relaterede emner.

De websteder, der indekseres, er primært udvalgt efter indholdets pålidelighed. Søgning giver også artikler fra Ingeniøren.

Eksempel: Genteknologi. AltaVista: 2.724 hits. Factfinder: 599 artikler fra autoritative kilder.

Film:

HOLLYWOOD

Navn: Movie Review Query Engine

URL: www.mrqe.com

Indekserer: 110.000 artikler og anmeldelser fra 300 aviser og filmblade om 19.000 forskellige film.

Beskrivelse: Hvordan er det gået en film, før den kommer til Danmark? Indtast filmens navn og få henvisninger til anmeldelser i aviser, blade og andre medier i udlandet, der normalt anmelder film. Eksempel: Emne: Anmeldelser af filmen Gladiator. AltaVista-søgning giver 34.585 hits, det første om en hollandsk paint ball-park, det andet om en fodboldklub i Omaha, Nebraska. Movie Review Query Engine giver 132 anmeldelser og omtaler i amerikanske, canadiske, britiske aviser og blade.

Nyheder:

SIDSTE NYT

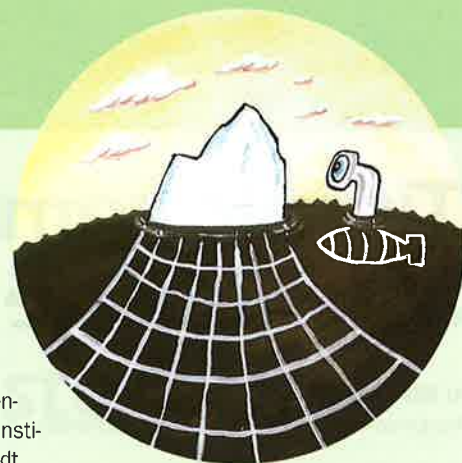
Navn: NewsIndex

URL: www.newsindex.com

Indekserer: 300 amerikanske og europæiske aviser og nyhedstjenester.

Beskrivelse: Almindelige søgemaskiner får sjældent de seneste nyheder med. Nyhedssøgemaskiner som NewsIndex kan finde nyheder og artikler, der kun er få timer gamle. Kun engelsksprogede medier og nyheder.

Eksempel: Søgning på Sierra Leone. AltaVista giver 215.547 henvisninger, ingen nyheder, men generel information. NewsIndex giver henvisninger til 368 dagsaktuelle nyheds- og baggrundsartikler om borgerkrigen i det vestafrikanske land.



Kultur:

KUNSTSTYKKE

Navn: Artcyclopedia

URL: www.artcyclopedia.com

Indekserer: Information fra museer i hele verden.

Beskrivelse: Artcyclopedia finder billeder og museums-information om over 6.000 kunstnere.

Eksempel: Edvard Munch. AltaVista giver 9.899 hits. Artcyclopedia giver ca. 35 velordnede links til museer og kunstsamlinger med Munch.

Sundhed:

SUND INTERESSE

Navn: HealthAtoZ

URL: www.healthatoz.com

Indekserer: Information fra sundhedswebsteder udvalgt af læger, sygeplejersker og farmaceuter.

Beskrivelse: Web-information om sundhed og sygdomme lider generelt af troværdighedsproblemer. Her gøres der en indsats for at levere sundhedsinformation af høj kvalitet, uafhængigt af medicinalindustri og andre kilder med bestemt agenda.

Eksempel: Søgning på headache (hovedpine). AltaVista: 156.845 hits. HealthAtoZ giver 530 hits, de første med ren leksikal information om hovedpine.

Personlige hjemmesider:

DAGENS PROFIL

Navn: Ahoy, The Homepage Finder.

URL: <http://ahoy.cs.washington.edu:6060>

Beskrivelse: Ahoy finder med stor præcision frem til personers private hjemmesider. Du skal blot kende personens navn, e-mail-adresse eller andre persondata og taste dem ind.

Eksempel: Emne: Tim Berners-Lee. AltaVista giver 26.069 websider om webets skaber. Ahoy henviser til én side, nemlig Berners-Lees egen hjemmeside.

Titanic som avishistorie

Af Nils Mulvad, journalist,
Morgenavisen Jyllands-Posten, nils.mulvad@jp.dk



Spil nummeret om de gamle journalistiske dyder, mens skibet går ned.

Tidligere har jeg på min ikke altid venlige facon ofte forsøgt at overbevise kolleger og redaktører om, at enhver journalist i løbet af kort tid skal kunne håndtere elektronisk research og analyse. Jeg har sagt, at der nok vil være nogle få af os, der klarer os uden, men ellers må andre indstille sig på at for at kunne lave de gode historier, må de have en række nye elektroniske redskaber med i værktøjskassen.

Fremover smiler jeg kun.

Nogle har nikked til mine udtalelser. Andre syntes, at jeg var lidt langt ude, når jeg hævdede, at alle journalister og redaktører skal vide, hvor der er elektroniske data, hvordan de får fat i dem, kunne analysere dem i samklang med resten af researchen og endelig få det hele til at spille sammen i historien.

Det er ikke nok med lidt Internetsøgning – det er det hele, der er brug for.

I dag er der ikke længere grund til at synge sangen på den måde.

Det er for sent.

Skibet er mange steder ved at gå ned.

Der er ikke længere tvivl om, at det elektroniske spor kommer, uanset om vi vil være med eller ej. Hvis ikke vi som journalister og medier håndterer det, så er vi hurtigt overhalet af nye eller gamle konkurrenter.

Så spørgsmålet er ikke, om og hvornår det sker, men hvordan. Og spørgsmålet er videre, hvordan vi hurtigst muligt får disse redskaber integreret med vore traditionelle teknikker og medier. Og videre får det til at virke sammen med de nye medier, som Internet åbner for.

Det er de spørgsmål, som jeg fremover vil rejse. Det er det, som vi i fællesskab må finde ud af på den enkelte redaktion.

Pudsigt nok mærker jeg også, at mange andre tænker sådan, en del gange uden direkte at sige det. På mange medier arbejder journalister på at realisere fremtidens facon, uden at ledelsen ved det eller støtter det. Folk går bare i gang med det ene og andet initiativ, uden at redaktionsledelsen har overskud i dagligdagen til at følge med.

Den civile ulydighed er kommet.

Disse medarbejdere er ikke meget for at gå ned sammen med redaktører og kolleger, der hævder, at papiravisen eller den gammeldags radio- og tv-udsendelse altid vil og skal være det vigtigste i arbejdet. Eller som hævder, at vi har

ikke tid til alt det nye, for der er en avis og nogle historier til i morgen, der skal være færdige.

For de ulydige er det nok vigtigt at kunne bevare deres arbejdsplads, men de er klar over, at det ikke sker ved højere og højere at spille det gamle musikstykke om den traditionelle og uforanderlige journalistik.

De smiler også. For der vil altid være brug for de journalister, der først sprang på den nye teknik, og som er længst med at få integrationen med alle de andre ting i vort fag til at virke.

Nils Mulvad, født 1955, journalist på Jyllands-Posten (www.jp.dk), bestyrelsesformand i Dansk Institut for Computer-Assisted Reporting (www.dicar.dk). Har sammen med Flemming Svith i 1998 udgivet "Vagthundens nye bolig" om de nye elektroniske redskaber for journalister.

Fornyet fokus på research

Af Aase Andreassen, bibliotekschef, Politikens Bibliotek
aase.andreassen@pol.dk

Med Internet er der journalister, som begejstret pludselig har fået øje på skriftlige kilder, hvis indhold har eksisteret i trykt form i masser af år. Det er bestemt en gevinst. Internet giver fornyet fokus på research og informationssøgning, og flere får blod på tanden til at forsøge at finde informationer selv. Adgangen til primære kilder er blevet væsentlig lettere, og informationerne kan nemt holdes op mod de sekundære kilder.

Det er godt, for i grunden er det jo ikke så svært at søge efter informationer selv. Hvis bare man husker at tænke sig om og stille spørgsmål. Mange glemmer det og haster straks til tasterne. På den måde får søgningen en skæv start.

Inden man kaster sig over tastatur eller bøger, handler det om at standse op et øjeblik og stille nogle få spørgsmål: Hvem arbejder med dette område? Hvem bruger den information, jeg søger? Hvem udgiver den? Hvor kan den tænkes at findes?

Uden svar på disse spørgsmål bliver søgningen diffus og ofte omsonst. I den forstand er alt ved det gamle inden for journalistisk research. Det kræves stadig, at journalister ved, hvordan samfundet hænger sammen. Det er ikke nok at vide, "at al lovstof ligger på nettet", hvis ikke man kender lovgivningsprocessen og kender forskel på en bekendtgørelse og en betænkning. For hvor skal man så lede efter hvad?

Nettet har sine fordele. Tidligere skulle vi vente flere uger på at få fat i en FN-rapport. Med adgang til web kan vi med omtanke få den frem med få klik. Det sparer tid. Men trykt materiale er ofte mere effektivt end net. Det er

KOMMENTAR

fx stadig hurtigere og mere overskueligt at finde en oversigt over salget af biografbilletter de seneste ti år i den trykte udgave af Statistisk tiårversigt end at lede efter tallene på Nettet.

Mange aviser lægger deres artikelarkiver gratis ud på Nettet, og det er en fin service. Men det har også sin pris – især hvad tidsforbruget angår. Hvis man skal søge flere aviser igennem, er det unægtelig hurtigere og mere rationelt at logge sig ind på professionelle danske eller udenlandske betalingsdatabaser, hvor man kan søge på tværs i adskillige kilder – fremfor at skulle klikke sig ind på flere enkelte aviser på Nettet, der alle har forskellige søgemuligheder.

Databaser som Avisdata, Polinfo, Dialog og FT Profile har struktureret og indekseret deres artikler og informationer, så de kan søges kvalificeret og hurtigt. Det koster selvfølgelig penge, men det er effektivt. Man slipper for en masse "støj". Hvis man skal afdække et emneområde er disse databaser særdeles velegnede, både i indledningen af researchfasen og senere.

Aase Andreasen, født 1948, bibliotekar. Ansat ved Gentofte Kommunebibliotek i 15 år. Politikens Oplysning 1988. Siden 1994 bibliotekschef for biblioteket i Politikens Hus. Underviser i research på Den journalistiske Efteruddannelse og på diverse massemedier.



CHRISTOPHER REGILD

Nettet må aldrig blive din vigtigste kilde

Af Kim Schaumann, journalist, Børsen
Kim.Schaumann@Borsen.dk



Prøv engang at taste

www.google.com i din Internetbrowser. Skriv det, du søger. Tryk på knappen "Jeg føler mig heldig." Hvis det, du skriver, er nogenlunde kendt, havner du med stor sikkerhed på hjemmesiden for det, du søger. Google giver dig kun ét resultat, det rigtige. Om du så søger en virksomhed i Italien, et universitet i Indien eller en offentlig institution i Danmark.

Google er Internettets mest avancerede søgemaskine. For hver dag, der går, gør Nettets nye teknologier som Googles det nemmere at finde relevant baggrundsinformation for en journalist. Er du en af de journalister, der bruger Nettet dagligt, er der gode chancer for, at dit største problem ikke længere er at finde det, du søger, men at støve til det, du søger. For stavfejl kan Nettets vejvisere trods alt endnu ikke håndtere.

Er du erhvervsjournalist er chancerne for, at du bruger Nettet specielt gode. Tre ud af fire gør det – i hvert fald af og til – har ACNielsen AIM netop dokumenteret på baggrund af en detaljeret undersøgelse af erhvervsjournalisters brug af kilder. Internettet bliver allerede i år den vigtigste kilde til information om virksomheder for medieerne, vurderer administrerende direktør Jens Wittrup Willumsen, ACNielsen AIM.

Internettet er godt, men forhåbentlig får han ikke ret i den profeti.

I mange år har tidspres givet telefonjournalistikken en for fremtrædende plads i journalistikken. Nu er Internetjournalistikken på vej til at overtage den rolle. Årsagen er i begge tilfælde magelighed og ressourceknaphed.

Efter at den første berettigede begejstring for Internettets muligheder har lagt sig, er det på sin plads at slå et par ting fast. Det personlige møde og de personlige iagttagelser og det at se et andet menneske i øjnene har altid givet de bedste historier og den mest præcise forståelse af en sag. Intet overgår stenaldermenneskets måde at kommunikere på. I den retning har Internetalderen ikke noget bedre at byde på.

Men bruger du Nettet, og gør du det rigtigt, kan det bruges til at rydde megen støj af vejen. Det personlige mø-

KOMMENTAR

de med kilderne kan så bruges til at koncentrere sig om det væsentligste, nemlig at indsamle de massevis af oplysninger, der aldrig vil kunne findes på Nettet.

Nettet er, ligesom telefonen og faxen var det, et genembrud for kommunikation. Det er endnu engang blevet lettere at finde præcis og rigtig information, og det endda til meget lave priser. Om få år vil en stor del af os være på Nettet døgnet rundt.

Det skaber støj, hvis du er dårligt forberedt. Med Nettet er det blevet nemmere at finde den nødvendige basisinformation i det øjeblik, der er brug for den.

Fjern støjen, brug Nettet. Men glem ikke de gamle journalistiske dyder.

Tjek hos modparten. Tal med så mange som muligt. Tag ud og besøg nøglepersoner. Brug sanserne, inklusive din sunde sans. Og glem så ikke, at Nettet ligesom avispapir og rapportpapir kan bruges til at publicere falske oplysninger på.

Forhåbentlig bliver Nettet aldrig din vigtigste kilde.

Kim Schaumann er journalist på Børsen. Har brugt 13 år på at flakke igennem en række af erhvervsjournalistikens discipliner og den økonomisk-politiske journalistik. Lejlighedsvis kursusleder på blandt andet DJE. Eget websted: www.schaumann.net

Søge- eller fare vild-maskiner?

Af **Christian Schade**, redaktionschef, IngeniørenNet, schade@ing.dk

Lige siden World Wide Web blev til, har der været gjort utallige forsøg på at strukturere det. Med kataloger som Yahoo, fine akademiske initiativer, forsøg på at indføre bibliotekernes decimal-klassificering, centrale portaler med store dokumentmængder, centralistiske løsninger som

Forskningsministeriets retningslinier om den elektroniske kolofon og meget mere. Men før eller siden kommer de alle til kort, og vi griber til Internettets dåseåbner: Søgemaskinen, forjættet og forkæret, som vi tror kan føre os tværs igennem netskoven lige til kilden, der ved alt om cystisk fibrose, rapporten, der afslører fejlene i brobyggeriet eller casen, der vil fortælle alt om sin erfaring med underslæb.

Det er ikke uden grund. Alt for ofte er det indlysende, at de strukturerede brugerflader (fx webkataloger, red.) ikke kan løse opgaven – men det kan de fleste søgemaskiner heller ikke. Langt de fleste søgemaskinebrugere søger stadig



blot efter ét enkelt ord og bruger ikke avancerede søgeformularer eller boolske variabler og anden trolddom – uanset, hvor mange algoritmer, cluster-visninger, fuzzy logic-funktioner eller andre finurligheder, udviklerne kommer frem med. Og de er fulde af fejl – i virkeligheden optræder de ofte som fare vild-maskiner.

Der er websider, der endnu ikke er indekserede af robotten, sider, der er blevet ændret eller slettet, siden robotten kom forbi (såkaldte ”spøgelser”) og sider, der optræder som utallige dubletter i databasen. Og det bliver værre endnu. Langt de fleste brugere ser aldrig andet end første side med resultater/hits. Det får søgemaskineejerne til at bruge mange kræfter på at gøre de første 10-20 hits superrelevante for brugerne. Det virker bare ikke altid efter hensigten, og ofte er konsekvensen, at en faktor, der er relevant for den ene bruger (fx aktualitet) er irrelevant for en anden. En tilsvarende risiko er indbygget i de søgemaskiner, der anvender brugerpopularitet eller citatfrekvens som relevansfaktorer.

Der er dukket mange bud på løsninger op, og de rummer hver deres egen nye problemstilling. Som eksempler kan nævnes super-søgmaskiner, der søger i mere end en af de eksisterende maskiner samtidig, centrale kommercielle relevanskataloger, avancerede brugerprofiler eller agenter, specialiserede søgemaskiner og søgemaskiner med nye brugerflader – så vi nu kan fare vil i 3D.

De specialiserede søgemaskiners fremmarch er et tegn på, at redaktionel udvælgelse og behandling af data er en del af løsningen. Men det er dyrt at have informations-specialister til at sidde og sortere Nettet side for side.

Konklusionen må være, at søgemaskinen er et uundværligt element i digital research, men at den aldrig må stå alene. En søgemaskine kan være en lige så genvordig kilde som en kreditforeningsdirektør eller en palle gamle kvitteringer. Nettet sparer ikke tid, men giver bedre journalistik, hvis vi forstår at udnytte teknologiens muligheder. Og søgemaskinen er på mange måder en schweizerkniv, der kan rigtigt meget, men som må give op, når man for alvor skal i dybden.

Christian Schade, født 1967, redaktionschef på IngeniørenNet (www.ing.dk) med ansvar for journalistik, design og teknik, tidligere projektansvarlig for udviklingen af DR Online (www.dr.dk). Holder jævnligt foredrag om Internetjournalistik, vertikale portaler mv.



SÆRLIGE KILDER

JOURNALIST-
VÆRKTØJER

JournalistLinks
www.djfb.dk/
[journalistlinks](http://journalistlinks.com)
www.journalistlinks.dk
1.000 gode journalistlinks.

DICAR
www.dicar.dk
Kilder til computerbaseret research.

Elektronisk aktindsigt
www.dicar.dk/aktindsigt
DICAR's links til statens arkiver, postlister, tinglysning m.m.

Pressefrihed
www.ytringsfrihed.dk
DJ og DDFs fælles samling af love og konventioner, som præciserer ytrings- og informationsfriheden

DICAR's elektroniske værktøjskasser
www.dicar.dk/tools
DICAR's lister med kilder til 18 forskellige journalistiske stofområder.

Schaumann.net
www.schaumann.net/link.htm
Kim Schaumanns superlinks, fokus på erhverv.

FacsNet
www.facsnet.org
Amerikansk institution vedr. research og træning af journalister.

JournalistExpress
www.journalistexpress.com
Amerikansk journalistservice.

FIND PERSONER
OG FIRMAER

De Gule Sider
www.degulesider.dk
Udgiver: Tele Danmark
Tele Danmarks fagbog, navnebog, mobilbog, firmafinder, kortbog og rutevejledning alt i én.

Krak
www.krak.dk
Navn, adresse og telefon til alle Danmarks firmaer og private.

E-post
www.epost.dk
Kilde: Tele Danmark
250.000 danske e-mailadresser

TelDir
www.teldir.com/eng
350 links til telefonbøger, fax og e-mailadresser i 150 lande.

WhoWhere
www.whowhere.com
Amerikansk

BigFoot
www.bigfoot.com
Amerikansk

FIND NYHEDER

Nyhedsresumé
www.infopaq.dk
Søg i resuméer af danske avisers nyheder.

AP
<http://search.washingtonpost.com>
Søg AP's nyhedsfeed.

Reuters
<http://search.news.yahoo.com/search/news>

Excite Newstracker
<http://nt.excite.com>
Besøger over 300 medier flere gange om dagen.

Moreover
www.moreover.com
Nyheder fra en lang række medier inden for alle emneområder.

News Index
www.newsindex.com
Søg i 300 nyhedsmedier.

Foreign Wire
www.foreignwire.com
Nyhedsoverblik over dagens historier i amerikanske medier om internationalt stof.

FIND KILDER

DANSKE KILDER

Ekspert fra Danmarks National Leksikon
www.dnl.dk/staffront.html
Find forfattere (= danske eksperter) til artikler i leksikonet, søg ud fra emner.

Politikere
www.ft.dk/samling/19991/MENU/00042809.htm
Sammensætningen af Folketingets udvalg. Find politikere efter sagsområde.

Kvindelige ledere
www.kvinfo.dk
Søg efter kvindelige ledere og eksperter.

Ekspert
www.abc.dk/abc-lekt.nsf/Lektor/SearchForm?SearchView
Søg efter forfattere (eksperter) til bøger på emne.

Offentlige ledere
www.danmark.dk/hr/owa/danmark.dk?side=alfapersoner
Statens Information og Danmark.dks liste over 45.398 offentligt ansatte ledere og eksperter.

Erhvervsledere
www.kob.dk
Søg Købmandsstandens Oplysningsbureau for erhvervsfolk.

Erhvervsledere
www.krak.dk
Søg Krak for erhvervsfolk.

Læger
www.netdoktor.dk
Søg efter læger med specialviden blandt 150 læger hos Netdoktor.

Tekniske eksperter
www.ing.dk
Søg efter kilder med teknisk ekspertise hos Ingeniøren/Net.

Tekniske eksperter
www.dtv.dk
Søg efter tekniske eksperter hos Danmarks Tekniske Videnscenter.

AMERIKANSKE
EKSPERTKILDER

ProfNet
www.profnet.com
2.000 amerikanske universitetsprofessorer og eksperter besvare spørgsmål.

Ask Us
www.findout.com
De 100 første spørgsmål hver dag besvares gratis.

Experts Resource List
<http://sunsite.unc.edu/stanews/internet/experts.html>

Fortsættes på næste side

Guldet i
dybderne

Generelle søgemaskiner som AltaVista og Google leder kun på dele af selve Internettet og ikke i informationer, som ligger et lag længere nede. Der findes "et skjult Net" med enorme mængder af data og informationer, som du ikke får med, når du bruger en søgemaskine. Det skjulte Net omfatter kommercielle informationssystemer som Dialog, de fleste avisarkiver og databaser, mange leksika og andre opslagsværker – og fx også alle websteder, som kræver login (indtastning af brugernavn og kodeord). Sidste nyt på web fanes heller ikke af de generelle søgemaskiner, som ofte er flere uger om at gennemtrawle Nettet.

At de gemte eller skjulte informationer ikke kan findes af søgemaskiner er dobbelt ærgerligt, fordi data og informationerne her ofte er af høj kvalitet og værdi. Når du skal have helt frisk og aktuel information eller har brug for virkelig at gå i dybden med et emne, er du nødt til at finde de særlige kilder, hvor de skjulte informationer findes, og lede efter dem på helt specifikke websteder.

På de følgende sider finder du lister med særlige kilder inden for en række emner og stofområder. Der findes titusinder af særlige kilder på nettet. Vi har valgt at bringe nogle få centrale links inden for hvert emne – Se også "Grønspættetbogen" på bagsiden.

JÆGERE OG SAMLERE

Journalister, der bruger Nettet til informationssøgning og research, bliver jægere og samlere: Jægere efter informationer og samlere af webadresser. De særlige, gode websteder, som er specielt relevante og nyttige for den enkelte journalist, kan gemmes i en huskeliste i browseren. I Microsoft Internet Explorer hedder de foretrukne, i Netscape bogmærker. Disse links udgør din egen helt private adressebog til nettet. Foretrukne (bogmærker) giver overblik og fokus på kilder, som kan nås med et enkelt klik. Bemærk, at det er let at organisere links i mapper og undermapper efter emne, så du kan bevare overblik, selv om du gemmer hundredvis af links.



Fortsat fra forrige side

SÆRLIGE KILDER

FacsNet Sources Online
www.facsnet.org/sources_online/main_preview.html
 Amerikanske superkilder.

Experts
www.experts.com
 Søg amerikanske eksperter inden for mange områder.

ExpertSource
www.businesswire.com/expertsources
 BusinessWires kildeservice.

MediaSource
www.mediaresource.org
 Videnskabelige kilder.

Experts Yearbook
www.yearbooknews.com
 Søgmaskine til amerikanske eksperter og talspersoner.

FIND BAGGRUND

AKTUELLE LINKS

Faktalink
www.faktalink.dk
 Dansk Biblioteks Centers lister med links til aktuelle emner. NB: Kræver abonnement.

Links to the News
<http://poynter.org/dj/shedden>
 Poynter Institutes links til hotte temaer i medierne.

Global Issues
www.foreignpolicy.com/Resources/globalissues.htm
 Tidsskriftet Foreign Policy's tematiske linksamlinger.

NYHEDSTEMAER

AproPOL
www.polinfo.dk/apropol/overskue.htm
 Dagens tema fra Polinfo.

CNN In Depth
www.cnn.com/SPECIALS
 Dyb baggrund fra CNN.

World News Megastories
www.megastories.com
 En alternativ, britisk vinkel på verdens brændpunkter.

Yahoo! Full Coverage
<http://fullcoverage.yahoo.com>

BBC News Features In Depth
http://news.bbc.co.uk/hi/english/static/in_depth

NewsAhead
www.newsahead.com

NewsWatch: A Consumers Guide to the News
www.newswatch.org

ARTIKELARKIVER

Aktuelt
www.aktuelt.dk
 Gratis adgang til 150.000 artikler fra Aktuelt siden 1996.

Børsen
www.borsen.dk
 Gratis søgning i Børsens artikelarkiv siden 1995. NB: Kræver abonnement på avisen, abonnementsnummer = adgangskode.

Morgenavisen Jyllands-Posten
www.jp.dk
 Fri søgning i JP-artikler tre måneder tilbage.

Aftenposten
www.aftenposten.no
 Fri søgning i norske Aftenpostens artikelarkiv siden 1995.

San Diego Union Tribune
www.uniontrib.com/news/utarchives
 Fri søgning i amerikanske San Diego Union Tribunes artikler siden januar 1993 (Overgår dog til betaling efterår 2000).

Washington Post
<http://search.washingtonpost.com/wp-srv/searches/mainsrch.htm>
 Søg artikler fra avisen de seneste 14 dage.

NewsLibrary
www.newslibrary.com/region_pgs/search_all.htm
 24 millioner artikler udgivet i 65 amerikanske aviser, nogle tilbage til 1986. Søgning er gratis (artikel og de første afsnit vises), men det koster penge at få en artikel i fuld tekst.

BIOGRAFIER

Hvem Hvad Hvor
www.hhh.dk/lister/tekst/hvem/hvem.htm
 Biografier af årets mest omtalte personer. Se også årets døde: www.hhh.dk/lister/tekst/doede/doede.htm

Ministerlisten
www.stm.dk/listen

Folketingets medlemmer
www.ft.dk/BAGGRUND/00000037/00232427.htm

Danske medlemmer af Europa-parlamentet
www.ft.dk/BAGGRUND/0000042/00443399.htm

Kongerækken
www.kongehuset.dk/kongerækken/kongerække.html

Forfatterweb
<http://voksne.forfatterweb.dk/html-srv/oversigt.1.html>
 Dansk Biblioteks Centers profiler af 300 danske og udenlandske forfattere.

Biography
www.biography.com
 25.000 biografier, politik, kultur, videnskab m.m.

Britannica
www.britannica.com
 Leksikon med 20.000 biografiske artikler.

Most Important People of the 20 Century
www.time.com/time/time100
 100 profiler fra Time.

LEKSIKA

Britannica
www.britannica.com
 80.000 leksikonartikler fra verdens førende leksikon, gratis.

Encarta Concise Free Encyclopedia
www.encarta.com
 16.000 forkortede artikler, atlas, fra Microsoft.

Encyclopedia
www.encyclopedia.com
 14.000 artikler.

My Virtual Referencedesk
www.refdesk.com
 Links til 3.000 forskellige opslagsværker og håndbøger på nettet.

OPSLAG

Hvem Hvad Hvor
www.hhh.dk
 Gratis supplement til Politikens Årbog, dækker perioden mellem to udgivelser.

Vigtige udtryk i Folketinget
www.ft.dk/BAGGRUND/0000043/00232590.htm

EU-ordbog
www.eu-ordbog.dk
 EU-kommissionens forklaringer på politisk-økonomiske udtryk.

Finansiell ordbog
www.danskebank.dk/DanskeBank/DBDPub.nsf/Sysdocs/Informationorda
 Udgiver: Den Danske Bank

What Is
www.whatis.com
 2000 opslagsord om edb, computere, informationsteknologi, Internettet.

Retskrivningsordbogen
www.dsn.dk/cgi-bin/ordbog/ro96

Acronym Finder
www.acronymfinder.com
 Forklaringer på 129.000 bogstavforkortelser.

DATA OG STATISTIK

Danmarks Statistik
www.dst.dk
 Noget er gratis, men det meste kræver betaling.

Gratis tal:
www.dst.dk/siab.asp?o_id=11

Danmark i tal 2000:
www.dst.dk/siab.asp?o_id=951

Kommuner i tal:
www.dst.dk/siab.asp?o_id=471

Seneste økonomiske nøgletal
www.dst.dk/hovedtal

DICAR's databank
www.dicar.dk/data
 DICAR's links til kommunale nøgletal, danske databaser.

Databaser
www.databases.dk
 InfoScans links til 295 danske databaser, inkl. søgemaskine.

Statistik links i hele verden
www.cbs.nl/en/services/links/default.asp
 Links til officielle statistiske kontorer i hele verden.

STOFOMRÅDER

INDLAND OG POLITIK

DICAR's værktøjsskabe for kommunaljournalister
www.dicar.dk/tools/kommunal.html



Prof-boksning

Case: Sport. Professionel boksning. Navn: Claus Jensen. Stilling: Journalist. Medie: DR.
clje@dr.dk

Via research på Internettet og e-mail-kontakt med kilder kunne Claus

Jensen indsamle en stribe fotos, videobånd, skriftlige erklæringer og andet materiale, der dokumenterede, hvordan rekordlister, som det danske boksepublikum bliver præsenteret for, ikke altid er sandfærdige.

"Jeg har altid været facineret af professionel boksning og var derfor ikke i tvivl om, at min hovedopgave på Journalisthøjskolen skulle handle om det emne. Men uden Internettet var den sikkert aldrig blevet til noget," fortæller Claus Jensen. "Jeg var fast besluttet på, at jeg ville undersøge hvilken baggrund de amerikanske bokserne, som blev hentet til Danmark, havde. Ved at søge på boksernavne på Internet faldt jeg blandt andet over en rapport fra boksekommissionen i Oklahoma vedrørende mistanken om udbredt brug af falske navne blandt amerikanske bokserne. Herefter startede jeg en e-mail-korrespondance med rapportens forfatter, som ret hurtigt henviste mig til andre kilder. Også de relevante bokseres rekordlister blev bestilt og modtaget via e-mail. Fordelene var mange. Sproglige forviklinger var næsten udelukket, når man kommunikerede på skrift. Telefonregningen blev ikke belastet, og tidsforskellen var ligegyldig."

Gennem perioden opbyggede Claus Jensen et stort kilde-net i USA, som han siden har haft stor glæde af. "Eksempelvis gav det mig solo-historien om, at Brian Nielsen var blevet frataget sit verdensmesterskab hos IBO."



DICAR's værktøjskasse for politik og udenrigspolitik
www.dicar.dk/tools/politik.html

DICAR's ØMU-værktøjskasse
www.dicar.dk/tools/omu.html

Danmark
www.danmark.dk
 Uundværlig indgang til det offentlige Danmark.

Folketinget
www.folketinget.dk
 Hele lovprocessen og oplysninger om folketingsmedlemmerne.

Statstidende
www.statstidende.dk

Indenrigsministeriet
www.inm.dk
 Nøgletal, statistik, økonomi, love, cirkulærer, redegørelser, vejledninger og betænkninger.

Kommunernes Landsforening
www.kl.dk
 Tal, debatoplæg, presseklip, artikler.

Amtsrådsforeningen
www.arf.dk
 Tal, debatoplæg, presseklip, artikler.

Amternes og Kommunernes Forskning
www.akf.dk
 Rapporter, eksperter, nyheder.

POLITI OG KATASTROFER

Københavnske Polit- og Retsreporteres forening
www.cfje.dk/cfje/cfje.nsf/HTML-dokumenter/i_msted.html
 Politireporterens links

DICAR's værktøjskasse for politi- og retsreportere
www.dicar.dk/tools/politi2.html

DICAR
 Katastrofeværktøjskassen
www.dicar.dk/tools/sne.html
 Vejr, trafik, beredskab.

Politiet
www.politi.dk
 Rigspolitiets hjemmeside. Rapporter, statistik, vejledning, links.

Kriminalforsorgen
www.kriminalforsorgen.dk

Jane's Police Review
www.janes.com/police/polset.html
 Amerikansk analyse og nyheder.

Beredskabsstyrelsen
www.brs.dk
 Nyheder, kontakt, lovstof, rapporter, publikationer.

Forsvarskommandoen
www.fko.dk
 Presseservice, kontaktsadresser.

Kystinspektoret
www.kyst.dk
 Stormflodsvarsling.

Beredskabsinfo
<http://beredskabsinfo.dk>
 Privat hjemmeside om danske brand- og redningstjenester.

AlertNet
www.alertnet.org
 Nyt om katastrofer fra Reuters

SUNDHED

DICAR's værktøjskasse for sundhedsmedarbejdere
www.dicar.dk/tools/sundhed.html

Dagens Medicin
www.dagensmedicin.dk

Netdoktor
www.netdoktor.dk

Sygeplejersken
www.dansk-sygeplejerskaad.dk/sygeplejersken

New England Journal of Medicine
www.nejm.org

SPORT

Danske Sportsjournalister
www.danskesportsjournalister.dk
 Links til sport og idræt.

Infosport
www.infosport.dk

World Wide Web of Sports
www.tns.lcs.mit.edu/cgi-bin/sports

SportQuest
www.sportsquest.com

UEFA
www.uefa.com
 Værter for EM 2000 i fodbold.

World Soccer Page
www.wpsoccer.com
 Fodbold rundt om i verden.

ERHVERV OG ØKONOMI

DICAR's værktøjskasse for erhvervsmedarbejdere
www.dicar.dk/tools/erhverv.html

Schaumann.Net
www.schaumann.net/link.htm

Kim Schaumanns links til erhverv og økonomi.

Wall Street Journal
www.wsj.com

BusinessWire
www.businesswire.com

Bloomberg
www.bloomberg.com/bbn

CNBC
www.cnbc.com

CNNfn
www.cnnfn.com

CBS MarketWatch
<http://cbs.marketwatch.com/news/newsroom.htm>

PR Newswire
www.prnewswire.com

The Street
www.thestreet.com

Firmainformation
www.publi-com.dk/Selskaber/hside.htm
 Erhvervs- og Selskabstyrelsens database over danske firmaer.

Krak
www.krak.dk

Europages
www.europages.com
 Oplysninger om 500.000 europæiske firmaer fra flere end 30 lande.

Hoover's Online
www.hoovers.com
 Oplysninger om otte millioner amerikanske firmaer.

FORSVAR

DICAR's værktøjskasse for forsvarsmedarbejdere
www.dicar.dk/tools/forsvar.html

Forsvarskommandoen
www.fko.dk
 Nyhedssektion med dagligt nyhedsresumé.

Dansk Udenrigspolitisk Institut
www.dupi.dk

Defensenews
www.defensenews.com

Forsvarsministeriet
www.fmn.dk

Fakta om forsvaret
www.fakta-om-forsvaret.dk

Contemporary Conflicts
www.cfsc.dnd.ca/links/wars

Jane's Defense Review
www.janes.com

Military City
www.militarycity.com
 Om amerikansk forsvar.

MILJØ

Danske Miljøjournalister
www.eco-net.dk/miljojournalister
 Nyttige links

DICAR's værktøjskasse for miljøjournalister
www.dicar.dk/tools/miljo.html

Society of Environmental Journalists
www.sej.org

Miljø- og energiministeriet
www.mem.dk

Miljøstyrelsen
www.mst.dk

Danmarks Miljøundersøgelser
www.dmu.dk

Samvirkende Energi- & Miljøkontorer
www.sek.dk

Greenpeace
www.greenpeace.dk

Nature Magazine
www.nature.com
 Amerikansk naturvidenskabeligt magasin.

ENDS
www.ends.co.uk
 Engelske nyheder og rapporter om miljø.

World Resources Institute (WRI)
www.wri.org

KULTUR

DICAR's værktøjskasse for kulturmedarbejdere
www.dicar.dk/tools/kultur.html

Kulturnet Danmark
www.kulturnet.dk
 Danske kulturinstitutioner med kalender

Internet Movie Data Base
www.imdb.com

Filmfestivals
www.filmfestivals.com

All Music Guide
<http://allmusic.com>

The Ultimate Band List
www.ubl.com

Archimuse
www.archimuse.com
 Museer på internet

ShowBizWire
www.showbizwire.com
 Nyheder inden for musik, film og tv.

UDLAND

Nairobi-Klubben
www.nairobi-klubben.dk/links/links.html
 Danske udviklingsjournalisters forening, links til udviklings-emner.

Polinfo Landefakta
www.polinfo.dk/landefakta/landefakta2.htm

Commonwealth Online 1999
www.tcol.co.uk/members2.htm
 Politik, økonomi, sociale forhold, geografi, demografi og historie i 54 lande.

CIA World Factbook
www.odci.gov/cia/publications/factbook
 Oplysninger om alle jordens lande.

Worldwide Governments on the Web
www.gksoft.com/govt/en/world.html

Parliaments on the Web
www.ipu.org/english/parlweb.htm

Governments on the Web: Elections
www.gksoft.com/govt/en/elections.html

Electionguide
www.ifes.org/eguide/elecguide.htm
 Datoer og information om kommende valg i hele verden.

ForeignWire
www.foreignwire.com
 Internationalt nyt med kommentar og analyse.

UN Population Information
www.undp.org/popin

Human Development Report
www.undp.org/hdro/indicators.html
 UNDP-rapporter 1990-99 med sammenlignende data fra alle verdens lande på emner.

Uland
www.uland.dk/html/dan/home_index.php3?state=pres
 Aktuel information, baggrund fra 31 danske udviklingsorganisationer.

Udviklingstal
www.udviklingstal.dk/tal.htm
 DANIDA-information om udviklingsbistand.

KILDEKRITIK

Tips

- Tro ikke på alt hvad du læser - heller ikke på Internet.
- Stol på dit instinkt og intuition. Tag tvivlen alvorligt. Hvis du får fornemmelsen af, at der er noget galt med informationer på et websted, så er der måske noget om det.
- Kig mere end et sted. Søg alternativ information og vurderinger. Dobbelttjek.
- Se hele websiden. Rul ned til bunden. Det, der står med småt nederst på siden, er ofte det mest interessante. Fx navn på udgiver og dato for informationerne.
- Udvis forsigtighed med kilder, du støder på for første gang. Tjek udgivers identitet og opdateringsfrekvensen. Prøvelæs forskellige informationer fra webstedet og sammenlign med kendt viden.
- Brug kendte og anerkendte kilder, som du har tillid til.

OK AT BRUGE RYGTER?

Amerikanske journalister indrømmer, at de bruger rygter og kun delvis bekræftet information fra chatgrupper og andre debatfora på Internettet i deres journalistik. Det fremgår af Middleberg/Ross medieundersøgelsen 2000. Ikke færre end 17 procent af deltagerne i undersøgelsen svarer, at de vil overveje at bringe et rygte fra Nettet, selv om rygten ikke kan bekræftes. 19 procent vil anvende rygter, hvis de kommer fra "troværdige", professionelle online-nyhedskilder.

Læs mere: www.middleberg.com

HULLER I NETTET

Er du klar over at ...

... den anerkendte og ofte citerede CIA World Factbook 1999 om Danmark blandt andet oplyser, at der findes to radikale partier med hhv. Marianne Jelved og Margrethe Vestager som formænd for hver sit parti. Se: www.odci.gov/cia/publications/factbook

... den svenske teenager Frederick Modeens websider med FBI-information dukker op blandt de første, når du søger på AltaVista efter forbydere som fx den længe eftersøgte Victor Manuel Gerena. Et eksempel på hvordan amatørers genudgivelse af primære data forplumrer informationsbilledet på web. Se: www.modeen.com

Se de korrekte data om The Ten Most Wanted på: www.fbi.gov

GALT I BYEN

Normalt vil en virksomhed, myndighed eller organisation have samme webadresse som sit navn (eller egne for bogstaver), men reglen holder ikke altid.

1. Er www.danskindustri.dk hjemmeside for Dansk Industri?
2. Er www.dj.dk hjemmeside for Dansk Journalistforbund?
3. Er www.ddf.dk hjemmeside for Danske Dagblades Forening?
4. Er www.novo.com hjemmeside for Novo Nordisk?

(Se de rigtige svar på side 23).

"En computer gør det muligt at lave flere fejltagelser hurtigere end nogen anden opfindelse i menneskeheds historie - med mulig undtagelse af revolvere og tequila."

MITCH RATCLIFFE

Skærmen blænder

Når kritikere af Internet hævder, at Nettet er fuldt af fejl, er det både rigtigt og forkert. Nettet indeholder åbenlyst masser af fejlagtige, misvisende og nogle gange direkte løgnagtige data og informationer. Men det er ikke ensbetydende med, at nettet bør forkastes som informationsværktøj - det ville være at smide barnet ud med badevandet. Løsningen er at komme til klarhed over, hvori problemerne omkring kvalitet, troværdighed og kildekritik består - og finde praktiske måder at skille god information fra dårlig. Internettets store kildekritiske problemer er:

- Nettets åbne karakter, hvor alle - fra skoledrenge til forskningsinstitutioner - umiddelbart kan publicere.
- hypertext-strukturen, hvor der ofte kun er et enkelt klicks afstand mellem høj kvalitet og argt vrøvl.
- sammenblandingen af information, der finder sted, når webkataloger og søgemaskiner henviser til mange forskellige kilder til informationer om et emne uden at tilbyde nogen kvalitetssortering af stoffet.
- webmediets flygtige, u håndgribelige, elektroniske form, hvor sider forsvinder eller løbende udskiftes, og hvor dokumenter fx ikke falmer og får flapører og således fejlagtig kan give indtryk af at være nye og aktuelle, selvom data i virkeligheden er forældede.

Nettets informationer har ikke trykte informations nedarvede troværdighed. Det er måske i virkeligheden meget godt, for det betyder, at vi tvinges til at genopfinde kildekritikken og gøre den funktionel igen - nu i forhold til informationer, der vises i form af små lysende, blafrende, elektroniske signaler på en skærm. Det er let at skrive ukritisk af fra Nettet, men god journalistik bygger stadig på en opringning til kilden, dobbelttjek i håndbøger og et interview face-to-face.

SØGEMASKINER: DE VÆRSTE SYNDERE

Den rangordning, som søgemaskiner som fx AltaVista foretager af information som resultat af søgninger, er ikke på nogen måde udtryk for en kvalitets- eller lødigheds-vurdering. Tværtimod er udvælgelsen rent mekanisk (Kan søgemaskinen genkende et givet søgeord i en websides tekst?). Søgemaskiner henviser til mange nye kilder, som ofte umiddelbart er svære at forholde sig til. Søgemaskiner skelner ikke mellem originale og genudgivne data og informationer. De kildekritiske problemer på nettet er med andre ord særlig udtalte, når du anvender søgemaskiner.

Hvad kan du gøre?

- Brug så vidt muligt særlige kilder og specialiserede søgemaskiner. Søg i et avisartikelarkiv, før du søger på det åbne Internet.
- Brug kvalitetskataloger som Folkebibliotekernes Netguide (www.fng.dk) og Britannica (www.britannica.com) som alternativer til Jubii og Yahoo. Links udvælgelse på FNG af danske folkebibliotikarer, på Britannica af leksikon-redaktører. De linker udelukkende til webkilder af høj kvalitet.
- Brug Google i stedet for AltaVista eller HotBot. AltaVista og HotBot henviser til revl og krat uden hensyn til kvalitet. Google peger til websteder, som mange bruger og som ofte kan anses for rimeligt gode kilder.



KILDEKRITISK TJEKLISTE

Behovet for at stille kritiske spørgsmål til data og informationer er større end nogensinde. På nettet er det nødvendigt at være på vagt hele tiden, fordi det her er ekstra let at blive snydt. Med denne liste af spørgsmål kan du drive metodisk kildekritik på en hurtig og effektiv måde.

1. HVOR? Er du sikker på, det er den rigtige webadresse? Hvad siger webadressen om websidens geografiske og institutionelle tilknytning?

2. HVEM? Er det tydeligt, hvem der står bag udgivelsen? Er siden, hvad den giver sig ud for? Kan du finde navn, adresse og telefonnummer på udgiveren, virksomheden eller organisationen, der står bag? Kig på links: Er der links til moderselskab, datterselskab eller anden form for forretningsmæssige eller organisatoriske tilhørsforhold? Kig i websidens kilde (HTML-siden) og se om eventuelle metakoder afslører noget om forfatterens identitet.

3. HVORNÅR? Er der dato på informationerne? Er informationerne nye og aktuelle – eller helt forældede?

4. HVORDAN? Giver design og "indpakning" anledning til spørgsmål? Falder websiden i hak med virksomhedens kendte image og design? Anvendes autentisk logo? Er udførelsen professionel eller amatøragtig? Er der stavefejl, faktuelle fejl, døde links?

5. HVAD? Er du sikker på, at oplysningerne er korrekte? Er det opinion eller facts? Er der information, som umiddelbart støder din kritiske sans? Er informationen i det hele taget relevant, balanceret, dækkende, fair og umiddelbart tilgængelig?

6. HVORFOR? Er der tegn på skjulte motiver til at gøre netop denne information tilgængelig? Bliver du manipuleret?

Svar på "Galt i byen" (side 18):

1. Nej, www.danskindustri.dk er hjemmeside for et firma i Los Angeles, Danmark. Danmarks Arbejdsrådgivningsforbund findes på www.dl.dk

2. Nej, www.dj.dk er hjemmeside for et firma i Los Angeles, Danmark. Danmarks Arbejdsrådgivningsforbund findes på www.dl.dk

3. Nej, www.ddf.dk er hjemmeside for Dansk Dataforening. Danske Dagblades Forening findes på www.danskedagblade.dk

4. Nej, www.novo.com er hjemmeside for webdesignfirma i Los Angeles. Novo Nordisk findes på www.novo.dk

NÅR FORSKELLEN ER (NÆSTEN) ENS

Også garvede reportere som den britiske avis The Guardians medarbejdere kan gå i netfælden. Det viser, hvor dybe og alvorlige de kildekritiske problemer med informationer fra nettet kan være. Guardian baserede 11. februar 2000 en historie om Jörg Haiders østrigske Friheds-parti på hvad der viste sig at være et falsk websted. Det falske websted, en anti-side til Frihedspartiets side, er udformet, så det er meget svært at se forskel. Avisen rettede fejltagelsen i avisen 17. februar – men måtte igen 18. februar gribe i egen barm og korrigerer sig selv, da en ny artikel i avisen fejlagtigt refererede til oplysninger fra samme falske websted.

Guardian: www.guardian.co.uk



Øverst det rigtige FPÖ-sted:

www.fpo.eat

Anti-siden, den falske:

www.fpo.at

KILDEKRITIK

Kan du gætte, hvem jeg er?



Websteder kan servere kontroversielle eller falske data, og webstedernes udgivere kan hulle sig i anonymitet. En bestemt kilde på nettet giver dog mulighed for at gennemhulle den

slags falskneri og hemmelighedskræmmeri. Domænedatabaser indeholder informationer om ejerne af webbets adresser eller "domæner". Søgning på et domænenavn kan i mange tilfælde afsløre navn og adresse på ejer og bagmand på websteder, hvor udgiverskabet ellers henstår i det uvisse.

www.razzia.dk er et dansk websted, som advarer trafikanter mod politiets fartkontroller på landevejene. Ingen ansvarlig udgiver eller ejer er angivet

på webstedet. En søgning i fx www.allwhois.com afslører, at manden bag Razzia.dk er en Michael Vinding fra Lyngby, inkl. telefonnummer, fax og e-mail-adresse. Webadressen er generelt en fremragende kilde til at fastslå ophav og tilknytning for data og informationer på web. Studie af webadresser er en af de vigtigste pejlingsmærker, du har, når du fx skal vælge, hvilke henvisninger, du vil vælge at benytte under søgninger med Alta-Vista og andre søgemaskiner.

Kildekritiske problemer

LØSRETVNE WEBSIDER

Problem: Du vil ofte opleve, at hyperlinks fører frem til websider, som mangler enhver form for identifikation som angivelse af emne, forfatter, udgiver eller dato.

Løsning: Tjek forsiden af det websted, som den pågældende webside tilhører. Her vil du som regel finde information om udgiver, udgivelsesdato mm. Gå til browserens adresselinje, slet webadressen bagfra, skråstreg for skråstreg og tryk retur. Du "kravler" på den måde opad i webstedets filhierarki og kommer til oversigtssider på højere niveau og ultimativt til webstedets forsider.

GENUDGIVET INFORMATION

Problem: Genudgivelse er et stort problem. Det skiller information fra dens oprindelige, primære kilde og er ofte ændret, fordrejet, ufuldstændig eller uaktuel i forhold til det originale materiale.

Løsning: Webadressen, som du ser i adresselinjen, bør være webadressen på den primære kilde til informationen. Tjek webadressen og kontroller om der er sammenfald mellem webadresse og udgiver. Du bør sikre dig, at den information, du bruger eller citerer, er fundet på den primære kildes websted.

AMATØRSTOF

Problem: Organisationer, grupper og enkeltpersoner, som udgiver på nettet, har ikke nødvendigvis noget bevidst ønske om at vildlede eller misinformere, men information herfra er ofte helt utroværdig og uanvendelig, som regel på grund af ubehjælpssomhed og mangel på ressourcer.

Løsning: Amatørisme afslører som regel sig selv. Kig fx på design og indpakning. Primitiv layout og grafik, skrigende farver og stavefejl – så er det sagt. Se at komme væk i en fart!

MASKERET MARKEDSFØRING

Problem: Det ligner (uhildede) data og information. Det er i bund og grund reklame. World Wide Web er oversvømmet af data og information fra producenter, virksomheder, organisationer og lobbygrupper med en bestemt agenda. Markedsføring foregår fra websteder med "neutrale" webadresser, der ikke sender signaler om, hvilket firma der står bag.

Løsning: Journalister lever af at "lutte" og frasortere den slags reklame. Du bør skærpe din kildekritiske evne på dette område, for camouflagen på nettet bliver mere og mere intelligent.

ANTI-SIDER

Problem: Falske sider er et relativt udbredt fænomen på World Wide Web, ofte med et satirisk eller parodisk formål. Egentlige anti-sider (modsider) tager udgangspunkt i en virksomhed eller myndigheds websider og søger at udstille og kritisere et problem. Anti-sider kan rumme god, kritisk information. Nogle gange kan det være ganske vanskeligt at skelne modsider fra autentiske websider, de opponerer mod. Se www.shell.co.uk – www.kemptown.org/shell (Shell), www.ual.com – www.untied.com (United Airlines).

Løsning: Når to eller flere parter argumenterer mod hinanden på nettet, er det afgørende at kunne skelne og identificere, hvem der er hvem. Tjek webadressens ejermand.

HACKEDE SIDER

Problem: Hackere er edb-amatører, som holder af at skaffe sig adgang til fremmede webservere og manipulere data. Det kan medføre, at der kommer information på siderne, som hackere – og ikke udgiveren – er ansvarlig for. Du kan derved komme til at bruge eller citere falsk information. Trods et stigende antal tilfælde af forsøgte og gennemførte hackninger, er risikoen for at citere hacket information lille. Se www.2600.org (Hacked Sites).

Løsning: Hackere udtrykker sig heldigvis som regel så firkantet og tydeligt, at der ikke hersker tvivl om, at der er ugler i mosen. Tjek i tvivlstilfælde ved at sende e-mail til udgiveren.

E-MAIL

HOTLINE TIL KILDERNE

Elektronisk post via Internet er i dag en hotline og livsnerve for journalister i kontakten med kilder, læsere, chefer og kolleger. Din kommunikation med omverdenen udvides, og brug af e-mail sparer tid og penge, letter adgangen til kilder og åbner blandt andet for personlig nyhedsservice.

Et lille, men ofte overset fordel er e-mails asynkrone måde at fungerer på. Du kan sende og modtage post, når det passer dig. Det betyder, at du kan arbejde uforstyrret med en opgave og svare på posten, når du alligevel tager en pause. Færre kimende telefoner og større koncentration om arbejdet.

KILDEKONTAKT

Elektronisk post egner sig fortrinligt til den særlige individuelle kontakt, som præger forholdet mellem journalist og kilde. Du kan kommunikere med kilder i hele verden, hurtigt og effektivt. Du kan ping-ponge spørgsmål og svar frem og tilbage. Brug e-mail til at:

- Etablere kontakt, introducere dig til nye kilder, afprøve nye kilder, stille spørgsmål, aftale interview, få godkendt manus og citat.
- Slip for at lege telefon-tag-fat med kilder. E-mail kan være en genvej til travle og vanskeligt tilgængelige, højstående kilder. Personlig e-mail går uden om PR- og informationsafdelingens bestræbelser på at 'beskytte' topchefer.
- Opbyg kildenet på e-mail og få lynhurtige ekstra input. Effektivt til rundspørger.
- Særlig nyttig til internationale, fjerne kilder og kontakter. Med e-mail er geografiske afstande og tidszoner ikke nogen hindring.

LÆSERKONTAKT

Antallet af læserhenvendelser mangedobles, hvis du sætter e-mail adresse på din byline.

- Få ris, ros og rettelser, forslag, tips, nye kilder og vinkler.
- Kritik i e-mail er ofte specifik og konstruktiv.
- Kommunikationen foregår på dine betingelser, når du har tid.

INTERVIEW ONLINE

Interview via e-mail er let og effektivt, men ikke uproblematisk, fordi du afgiver styring og overraskelseeffekt. At sende en liste med skriftlige spørgsmål giver kilden mulighed for at få hjælp fra eksperter og PR-folk til at give mere polerede svar. Svarene bliver nogle andre, end hvis spørgsmålene bliver stillet og besvaret i et mundtligt interview face-to-face eller direkte på telefon.

Online interviews tvinger dig også til at afsløre din spørgestrategi fra starten. Det kan gøre det vanskeligt at komme stærkt tilbage i et interview efter et dårligt, indledende spørgsmål. Det er umuligt at følge direkte op på kildens svar og udnytte en uventet åbning. Online interviews kan give gode citater, mens det er mere tvivlsomt, om de skaber nyheder eller afsløringer.

Nogle af disse problemer kan løses ved at gennemføre e-mail interviews i flere omgange. Stil nogle få indledende få spørgsmål og få svar. Følg op med nye og uddybende spørgsmål. Online interview'et får karakter af en elektronisk dialog.



Research uden arbejde

Lav research uden arbejde. Det er for godt til at være sandt. Men realiteten er, at du via e-mail automatisk kan få tilsendt løbende strømme af nyheder og informationer direkte i din elektroniske postkasse – uden at skulle bruge arbejdstid og kræfter på aktivt at op søge de samme informationer fra forskellige websteder.

Flere og flere webmedier og virksomheder, myndigheder og organisationer tilbyder forskellige former for e-mail tjenester. Normalt er det eneste, der kræves, at du melder dig til. Det er en simpel procedure, der som regel begrænser sig til at oplyse navn og e-mailadresse. Du kan få nyheder, idéer til artikler, baggrundsstof og andet materiale, der holder dig ajour med dit stofområde.

- Nyheder og nyhedsresuméer. De fleste nyhedsmedier tilbyder nyheder via e-mail, op til flere gange dagligt. Du kan "skræddersy" nyhedsudbuddet, så det kun dækker de emner, du interesserer dig for.
- Seneste nyt (Update, Alert). Websteder giver dig mulighed for via e-mail at få sidste nyt – eller varsel, når de har noget ekstra vigtigt.
- Nyhedsbreve. Daglige, ugentlige eller månedlige.
- Pressemeddelelser, pressemateriale. Du får pressemeddelelsen hurtigere end med brev eller fax. Og den forsvinder ikke i en bunke post på redaktionens bord.
- Mailinglister. En klassiker på Nettet og i dag mere populær end nogensinde. En mailingliste er en virtuel klub, der snakker sammen via e-mail. Al mail bliver sendt til alle. Du kan "lytte" til debat, skrive indlæg, få nyheder, tips og holde dig ajour med et emne. Mailinglister er snævert emnespecifikke, og strømmen af mails kan være stor. Et middel mod info-"overload" er at sætte dit mailprogram til at autosortere (filter). Se lister over mailinglister på blandt andet

www.topica.com og www.egroups.com

Journalistlinks har henvisninger til et stort antal e-mail nyhedstjenester og alerts – www.djfb.dk/journalistlinks

VÆRKTØJER

www.dicar.dk – når kilderne er gået hjem

Af Tommy Kaas, souschef, De 3 Stiftstidender og JyskeVestkysten, formand for Foreningen for Computerstøttet Journalistik. kaas@4s.dk



Kender du de bedste links inden for dit stofområde? Kan du analysere data og bruge dem i historier uden at bukke under i kedelige og lige gyldige tal? Skal du finde kolleger i udlandet eller få inspiration fra danske journalisters CAR-historier? Ved du, hvordan du skaffer elektroniske data? Eller jagter du regler om lukkede døre og retslistor?

Flere og flere journalister benytter sig af teknikker, hentet fra computerstøttet journalistik, i deres daglige arbejde. Og siden Foreningen for Computerstøttet Journalistik for kun et år siden oprettede DICAR – Dansk Institut for Computer-Assisted Reporting – er udviklingen gået stærkt.



KURSER OG UDDANNELSE

DICAR er placeret på Danmarks Journalisthøjskole og har i kraft af en samarbejdsaftale med skolen i år for første gang stået for 10 ugers intensiv CAR-undervisning af journalistelever. Forløbet gentages dette efterår, men instituttet samarbejder også gerne med andre uddannelsesinstitutioner og andre organisationer. For eksempel koordinerer vi den europæiske del af CAR-undervisningen på den internationale Net-media-konference i London i år, og på den hjemlige front har vi blandt andet et veludbygget samarbejde med Den Journalistiske Efteruddannelse om projektet Den Rejsende Efteruddannelse. Igen i efterårssæsonen udbyder vi sammen en lang række endagskurser, målrettede til medarbejdere inden for en række specifikke stofområder.

Vi sigter nemlig først og fremmest mod at være en praktisk hjælp for vore kolleger på store og små blade, på magasiner, i elektroniske medier osv.

KVALIFICERET INFORMATION

I de seneste år har flere journalister fået adgang til Internet. Det er godt, fordi Internettet bliver adgangsvejen til flere og flere informationer. Vores kamp går nu ud på at sikre, at disse informationer bliver så kvalificerede, fuldstændige og billige som muligt. Samt på at lære journalisterne at analysere og viderebehandle informationerne – typisk ved hjælp af programmer som regneark og databaser.

ÅBNE POSTLISTER

Et af DICAR's indsatsområder har indtil nu handlet om elektroniske postlister. En række forsøg med at få myndigheder til løbende at offentliggøre lister over ind- og udgående post på Internettet er nu afsluttet. Vi har hele vejen presset på dels for at få flere myndigheder med, dels for at få flere journalister til at bruge listerne.

VÆRKTØJSKASSER

Foreningen og instituttet har en hastigt voksende side på Internettet, hvor journalister – medlemmer eller ej – kan hente færdige data, nyttige links eller bare gode tip som en hjælp i det daglige arbejde. Støttet af to bevillinger fra Pressens Uddannelsesfond har vi i det seneste år sat to store projekter i gang, nemlig opbygningen af digitale værktøjskasser og af en egentlig databank.

De digitale værktøjskasser bygger på en idé om, at man her skal kunne finde de bedste og vigtigste henvisninger til internetkilder og datakilder inden for en række konkrete stofområder. På Dicar's hjemmeside findes allerede de første 16 kasser, og vi udbygger forsat denne service i samarbejde med kolleger, der til hverdag arbejder med de forskellige stofområder.

DATABANK

I Dicar's databank placerer vi data fra udvalgte områder samt vejledninger til, hvordan man som journalist selv arbejder videre med dem. Her vil også findes henvisninger til databaser på Nettet, der kan downloades og analyseres. Vi vil desuden forsøge – i samarbejde med dagspressen, fagpressen og de elektroniske medier – at

blive distributør af de mange, mange data, der bliver tilgængelige, når Boligministeriets store informationsserver i de kommende år etableres.

Hvor der i dag er fri adgang til alle data, overvejer vi – i takt med, at der kommer flere og flere data ind – at begrænse adgangen til medlemmer af Foreningen for Computerstøttet Journalistik og evt. medier, der betaler abonnement for at kunne få adgang til data fra Boligministeriet.

VIDENS BANK

DICAR har aldrig villet lave noget, andre gjorde i forvejen. Derfor håber vi også på, at vi fremover i endnu større omfang kan være med til at koordinere undervisning og øvrige aktiviteter inden for computerstøttet journalistik. Men tager ingen andre initiativerne, gør vi selv. Et godt eksempel er, at der længe har manglet et samlet arkiv med CAR-relaterede artikler, handouts etc. Sådan en vidensbank har vi nu skaffet penge til at kunne etablere, og med den i gang – formentlig i eftersommeren – vil vi kunne få endnu større skub i den erfaringsudveksling, som Foreningen for Computerstøttet Journalistik ser som et af sine allervigtigste formål.

FEMÅRSPLAN

Vores overordnede mål med forening og institut i løbet af den næste femårige periode kan sammenfattes ultrakort:

- FCJ skal have 700 medlemmer og vil samarbejde nationalt og internationalt
- DICAR skal udbygge kursusvirksomheden
- DICAR skal opsamle og systematisere erfaringer
- DICAR vil øge forskning i elektronisk aktindsigt og CAR-metoder
- DICAR skal udbygges organisatorisk

Læs mere: www.dicar.dk

Tommy Kaas, født 1959, souschef på De 3 Stiftstidender og JyskeVestkysten (www.4s.dk), formand for Foreningen for Computerstøttet Journalistik, bestyrelsesmedlem i DICAR – Dansk Institut for Computer-Assisted Reporting (www.dicar.dk)

1.000 gode journalistlinks

Af Børge Kristensen, redaktionssekretær,
Alt om København, www.aok.dk, borge@aok.dk



JournalistLinks er et nyt dansk webkatalog for journalister, hvor online-kilder og links er valgt ud fra journalisters særlige nyheds- og informationsbehov. Modellen er den samme som Yahoo og Jubii, men JournalistLinks har et meget mere snævert og specialiseret fokus.

Hvor du hos de generelle webkataloger bliver henvist til forsiden af Statsministeriets websted, så fører JournalistLinks dig direkte ind på siden med pressemeddelelser. Mens Yahoo er organiseret efter samme princip som bibliotekernes decimalclassesystem, så er ressourcerne på JournalistLinks organiseret efter en redaktionel model (indland, udland, erhverv, kultur osv.). Og hvor du i de almindelige webkataloger kan finde links for alle mulige målgrupper – fra civilingeniører til lystfiskere og Britney Spears-hadere – så zoomer JournalistLinks kun ind på websider, journalister kan bruge i deres daglige arbejde: Opslagsværker, artikelarkiver, søgeredskaber, pressemeddelelser, nyheder og baggrundsstof.

JournalistLinks satser på at blive en genvej, der gør det nemmere og hurtigere at finde telefonnumre, tjekke facts, opsøge kilder og få ideer til nye vinkler i dit daglige arbejde – på avisen, tv-stationen, radioen, websitet, magasinet, fagbladet, pr-bureauet eller i researchafdelingen, informationsafdelingen, på tegnestuen eller redaktionssekretariatet.

DET FINDER DU PÅ JOURNALISTLINKS

KVALITET OG KILDEKRITIK

Troværdighed spiller en særlig rolle, når vi udvælger links. Vi vurderer Nettets ressourcer ud fra deres værdi som kildemateriale og ud fra informationernes kvalitet. Ved hvert link finder du en note om, hvem der er udgiver af det pågældende site.

Vi anvender de grundlæggende kildekritiske kriterier: Er kilden primær eller sekundær? Hvor ny og opdateret er informationen? Er materialet skrevet af eksperter, parter i sagen eller af udenforstående?

Naturligvis skal du være kritisk og skeptisk – også over for kilder og links, du finder på JournalistLinks. Men du vil ikke opleve at blive henvist til tvivlsomme kilder, sådan som det sker fra generelle webkataloger. Vi vurderer, vælger ud og henviser alene til kilder, hvor faktatjek viser, at data og informationer er korrekte, hvor den redaktionelle linje er præget af balance og fairness, og hvor informationer løbende bliver opdateret og fornyet. Vi linker desuden kun til kilder, som giver sig klart til kende. Vi bruger ikke anonyme netkilder – og helst kilder, som kan kontaktes for yderligere information.

HURTIG OG EFFEKTIV

JournalistLinks er et hurtigt, effektivt og direkte informationsværktøj. Disse krav imødekommes på en ny måde for webkataloger:

- Præcist fokus – kilderne er særligt udvalgt for journalister.

- Troværdighed – links udvælges efter kildekritiske principper og udgiveren fremgår klart.
- Altomfattende – alle aspekter af den journalistiske disciplin er dækket.
- Overskueligt udvalg af kilder og ressourcer – kun de bedste er med.
- Dybe links, så kilderne kun er ét klik væk – ingen spildtid med at lede inden for et websted.
- Hurtighed – alle sider er enkle og overskuelige og kommer hurtigt frem på skærmen.
- Uafhængighed – en service til faget og branchen som helhed.

HVEM STÅR BAG?

JournalistLinks udarbejdes og redigeres af journalisterne Nils Ulrik Pedersen og Børge Kristensen, der begge har beskæftiget sig med research på Internettet gennem en årrække. Kataloget gøres tilgængelig for danske journalister i samarbejde med Dansk Journalistforbund. Du finder JournalistLinks på disse adresser på web:

www.djfb.dk/journalistlinks
www.journalistlinks.dk

Børge Kristensen, født 1965, redaktionssekretær på Alt om København (www.aok.dk) og medstifter af JournalistLinks (www.journalistlinks.dk). Har siden 1995 beskæftiget sig med research på Internettet i form af artikler, kurser og webprojekter.

POLITI & KRIMI

Vidste du, at du kan finde statistik for kriminalitetsniveauet i alle landets kommuner på Voldssekretariatets hjemmeside?
www.voldssek.dk

UDLAND

Vidste du, at du kan sammenligne selvmordsrate, avisoplæg, befolkningstæthed og gennemsnitstemperatur i forskellige lande med FN's Infonation-database? www.un.org/Pubs/CyberSchoolBus/infonation/e_infonation.htm

OPSLAGSVÆRKER

Vidste du, at der findes et verdenomspændende "Kra-kort"? MapBlast finder nemt en lilleputby på Litauen eller en gade i Geneve. www.mapblast.com

SØGEVÆRKTØJER

Vidste du, at du kan få de seneste nyheder om researchredskaber og søgemaskiner på Internettet leveret på e-mail hver torsdag? ResearchBuzz vurderer de nyeste værktøjer.
www.researchbuzz/news

NETGUIDE PÅ NETTET

Netguide for journalister findes i udvidet form på Internettet. Her kan du læse mere om effektiv søgning på Internettet. Gå ind på Journalistforbundets websted og direkte til guiden:
www.djfb.dk/netguide

GRØNSPÆTTEBOG

**Top
10**

DE GULE SIDER: www.degulesider.dk Fagbog, Navnebog, Mobilbog, Kortbog, Rutevejledning, Find nærmeste – alt i én. Udgiver: Tele Danmark.

KRAKS: www.krak.dk Effektiv firmaoversigt, telefonbog, kort.

DANMARK: www.danmark.dk Uundværlig indgang til det offentlige Danmark, incl. Hof & Stat. Alle myndigheder, 44.000 offentligt ansatte ledere, nyheder, lovgivning, beskrivelser af offentlig service samt effektiv søgefunktion. Udgiver: Statens Information.

FOLKETINGET: www.ft.dk Hele lovgivningsprocessen i ét stort overblik.

FOLKETINGETS EU-OPLYSNING: www.eu-oplysningen.dk Alt om EU, inklusiv vejledninger i informationsøgning om EU på nettet.

DANMARKS STATISTIK: www.dst.dk Meget koster, men noget er gratis, blandt andet "Danmark i tal 2000".

HVEM-HVAD-HVOR : www.hhh.dk Nye bøger, film, plader, teaterstykker, nyt i tv, navnestof samt årets begivenheder måned for måned. Udgiver: Politikens Forlag.

AVISARKIVER: Tjek hvad de andre skrev, før du selv skriver noget. Læs baggrund, find kilder. Avisartikelarkiver er et godt startsted for al research – og nogle af dem er nu gratis! Her et lille udvalg:

www.aktuelt.dk Aktuelt. 150.000 artikler siden 1995.

www.borsen.dk Børsen. 155.000 artikler siden 1996. NB! Abonnementsnummer = adgangskode.

www.jp.dk Morgenavisen Jyllands-Posten. Gratis søgning i JP-artikler tre måneder tilbage.

www.aftenposten.no Aftenposten (nordisk stof). 200.000 artikler siden 1995.

www.uniontrib.com/news/utarchives San Diego Union Tribune (internationalt stof).

Et af de sidste gratis amerikanske avisarkiver.

BRITANNICA: www.britannica.com Leksikon i verdensklasse med 72.000 artikler/opslag, 10.000 illustrationer (kort, billeder, flag osv.), 75.000 definitioner, kvalitetskatalog, artikler fra 70 tidsskrifter. Gratis. Kilde: Encyclopedia Britannica

GOVERNMENTS ON THE WEB: www.gksoft.com/govt Over 15.000 oplysninger om statsledere, regeringer, parlamenter, partier, valg, ambassader og andre myndigheder i 220 lande. Kilde: Gunnar Anzinger (privat tysk kilde).



**Generelle
søgeværk-
tøjer**

GENERELLE OG SELEKTIVE WEBKATALOGER

YAHOO: www.yahoo.com
Verdens største webkatalog

JUBII: www.jubii.dk
Danmarks største webkatalog

BRITANNICA: www.britannica.com
Webbets bedste kilder

**FOLKEBIBLIOTEKERNES
NET GUIDE:** www.fng.dk
De bedste danske kilder

SØGEMASKINER

ALTAVISTA: www.altavista.com
www.raging.com

GOOGLE: www.google.com

NORTHERN LIGHT: www.northernlight.com

ALL THE WEB: www.alltheweb.com

HOTBOT: www.hotbot.com

ASK JEEVES: www.ask.com

PRÆCISE SØGEKOMMANDOER TIL FØRENDE SØGEVÆRKTØJER

Kursiv = klik

	AltaVista simpel	AltaVista avanceret	Google	HotBot simpel	Yahoo	Jubii	Britannica avanceret	FNG
Foreningsmængde Boolsk OR (eller)	Intet tegn	OR	Findes ikke	<i>Any of the words</i>	Intet tegn	eller	<i>Any of the words</i>	eller
Fællesmængde Boolsk AND (og)	+ (plus)	AND	Intet tegn	<i>All the words</i>	+ (plus)	Intet tegn	<i>All the words</i>	og
Fast udtryk Frase	" "	" "	" "	<i>Exact phrase</i>	" "	" "	<i>Exact phrase</i>	" "
Negationsmængde Boolsk AND NOT (ikke)	– (minus)	AND NOT	– (minus)	AND NOT	– (minus)	– (minus)	Findes ikke	ikke
Ordstammesøgning Trunkering	* (stjerne)	* (stjerne)	Findes ikke	Findes ikke	* (stjerne)	* (stjerne)	Findes ikke	* (stjerne)
Nær Boolsk NEAR	Findes ikke	NEAR	Findes ikke	Findes ikke	Findes ikke	Findes ikke	Findes ikke	Findes ikke
Store/små bogstaver	Skelner	Skelner	Skelner ikke	Skelner	Skelner ikke	Skelner ikke	Skelner ikke	Skelner ikke
Sprog	<i>Any Language</i>	<i>Any Language</i>	<i>All Languages</i>	<i>Any Language</i>	Findes ikke	Findes ikke	Findes ikke	Findes ikke