



Suchmaschinen

Nutzung

Wenn es darum geht, sich im Internet zu informieren, steht die Nutzung von Suchmaschinen bei Kindern und Jugendlichen an erster Stelle. Laut JIM-Studie nutzt ein Großteil Suchmaschinen mehrmals in der Woche zur Informationssuche.^[1] Umso wichtiger ist es, Kindern und Jugendlichen einen kompetenten und kritischen Umgang damit nahezubringen. Dabei ist neben der grundlegenden Frage, woher die Suchergebnisse kommen, auch zu thematisieren, wie die Reihenfolge der Treffer entsteht oder wie die Suchmaschinenanbieter als kommerzielle Unternehmen Daten sammeln und Werbung einbinden.

Informationssuche

Die Suchmaschinen sind die Bibliothekarinnen und Bibliothekare des Internets. Erst durch sie ist es möglich, Informationen zu finden. Scheinbar sind so jederzeit alle Informationen abrufbar. Doch dieses Bild ist nicht ganz korrekt, denn die Bibliothekarinnen und Bibliothekare sind nicht neutral. Suchmaschinen, die besser als „Such-Software“ oder „Suchprogramme“ bezeichnet werden sollten, durchsuchen anhand von Webcrawlern oder Bots ständig das Internet und speichern die Informationen über die Seiten, die sie dort finden. Diese Informationen finden Eingang in eine große Datenbank, über die ein „Index“ erstellt wird. Bei einer Suchanfrage wird dieser Index – nicht das Internet – nach dem Begriff durchsucht und die Ergebnisse nach einem bestimmten Muster ausgegeben. Dieser Algorithmus wird zwar ständig weiterentwickelt, doch eine Vollständigkeit kann ausgeschlossen werden. Suchende erhalten folglich lediglich das, was die Suchmaschinen zuvor gespeichert haben. Das macht Anbieter von Suchmaschinen so mächtig: Sie entscheiden, welche Informationen im Netz gefunden werden.

Ranking der Suchergebnisse

Ein wichtiger Aspekt ist zudem die Reihenfolge der angezeigten Suchergebnisse. Grundlage ist hier ein Ranking-Algorithmus, der entscheidet, welche Internetseite in den Suchergebnissen ganz oben steht. Das Ranking dieses Ergebnisses hängt auch von Faktoren ab, die beispielsweise durch Suchmaschinenoptimierung (SEO: Search Engine Optimization) beeinflussbar sind. So kann das bessere Auffinden von Websites durch das Einhalten von HTML-Standards und durch die redaktionelle Optimierung von Inhalten, Überschriften oder Formatierungen erreicht werden. Darüber hinaus spielen aber auch Banklinks (Querverweise auf andere Internetseiten), Einschätzungen anderer, die Anzahl der Seitenaufrufe, die Menge der „Likes“ oder wie häufig sich der Inhalt einer Seite ändert, eine Rolle. Ebenso sind bereits erfolgte Suchanfragen an dem Computer, von dem die Suche erfolgt, ausschlaggebend für die Suchergebnisse. Nach welchen genauen Kriterien der Ranking-Algorithmus arbeitet, ist allerdings streng geheim, denn er ist das Kapital jeder Suchmaschine.

- Sucherfolg** **Problematisch ist dabei**, dass Kinder und Jugendliche nicht immer sofort erkennen, dass die Suchergebnisse vielleicht nicht dem Gesuchten entsprechen, und sie die ersten zehn Treffer einfach hinnehmen und nicht weitersuchen. Außerdem wollen Suchmaschinen auch richtig gefragt werden. Jede Suchmaschine bietet vielfältige Möglichkeiten, eine Suche genau zu definieren und zu verfeinern. Mit dem Wissen über die Anwendung dieser erweiterten Suche kann zumindest die Wahrscheinlichkeit eines „richtigen Treffers“ erhöht werden.
- Trefferliste** **Welche Suchergebnisse angezeigt werden**, hängt auch davon ab, in welchem Land sich die Nutzerinnen und Nutzer befinden. Die Anbieter von Suchmaschinen bewegen sich innerhalb ihrer Geschäftsaktivitäten in unterschiedlichen Ländern und somit auch in politischen Systemen. Als Beispiel sei hier auf das Land China verwiesen, in dem die Suchmaschinen zur Zensur verpflichtet sind.
- Datensammlung** **Nicht zu vergessen ist, dass insbesondere Google** immer wieder als großer Datensammler in der Kritik steht und mit seinen vielfältigen kostenlosen Angeboten Millionen von Nutzerinnen und Nutzern hat. Erinnert sei z. B. an Google Mail, Google Earth, Street View, YouTube und das Betriebssystem Android. Durch seine Angebote weiß Google, wofür sich die Nutzerinnen und Nutzer interessieren. Google kann z. B. über die Nutzung einer Suchmaschine ohne Probleme nachvollziehen, was der oder die Einzelne sucht oder was er bzw. sie jemals gesucht hat, denn die Suchanfragen können über mehrere Jahre abgespeichert und erfasst werden. Bei der Nutzung von Google Mail werden z. B. alle eingegebenen persönlichen Daten sowie jede einzelne Mail gespeichert. Und alles kann auf die einzelnen Nutzerinnen und Nutzer zurückverfolgt werden. Das Sammeln von Daten hat im digitalen Zeitalter eine neue Qualität erfahren und der Schutz der persönlichen Daten ist ein hohes Gut, für das Kinder und Jugendliche besonders sensibilisiert werden sollten.
- Kapital** **Diese persönlichen Daten**, die Anbieter von Suchmaschinen sammeln, sind ihr Kapital. Denn den größten Teil ihres Umsatzes machen sie mit Werbung. Und Unternehmen, die Werbung schalten, wollen ihre Kundschaft möglichst genau kennen. Gibt man in eine Suchmaschine einen Begriff ein, erscheinen meist als erste Ergebnisse Werbeanzeigen passend zum Suchbegriff. Die Anbieter von Suchmaschinen verdienen mehr Geld, sobald die Anzeigen angeklickt werden. Kinder und Jugendliche sollten bei der Beurteilung der Suchergebnisse daher auch lernen, was Werbung ist.
- Datensparsame Nutzung** **Wer eine Suchmaschine wie Google** möglichst datensparsam nutzen möchte, sollte einige Dinge beachten, z. B. kein Profil anlegen bzw. sich bei der Google-Suche nicht mit dem Account einloggen, Privacy Browser Add-ons installieren und Werbetracker in Form von Cookies ausschalten. Zur Medienkompetenz gehört heutzutage auch, sich über die neuen Cookie-Richtlinien zu informieren und die Einstellungen so anzupassen, dass man nur die notwendigen Cookies erlaubt. Seit dem Inkrafttreten der Datenschutz-

Grundverordnung (DSGVO) im Jahr 2018 muss eine Einwilligung der Nutzerinnen und Nutzer für die Verwendung von Cookies eingeholt werden. Eine weitere Neuerung ist, dass Verbraucherinnen und Verbraucher Auskunft bei einem Dienst darüber einholen können, welche personenbezogenen Daten über sie gespeichert werden. Vorlagen finden sie bei den Datenschutzbeauftragten der Bundesländer sowie bei den Verbraucherzentralen.

Google

Neben Google gibt es zwar noch andere Suchmaschinen, allerdings werden sie in Deutschland kaum genutzt. Mit einem enorm hohen Marktanteil liegt Google weit vor den anderen Anbietern wie Bing oder Yahoo. ^[2] Demzufolge wenden sich alle, die Informationen benötigen, primär an Google – damit ist Google eine zentrale Verteilerstelle in der Informationsgesellschaft.

Alternative Suchmaschinen

Zu einer umfassenden Medienbildung gehört es auch, den Kindern und Jugendlichen Alternativen zu bekannten Suchmaschinen aufzuzeigen. Die Suchmaschine Ecosia ist ein relativ datensparsamer Dienst und spendet z. B. einen Großteil ihres Einnahmenüberschusses für gemeinnützige Naturschutzorganisationen. Ebenfalls datensparsam arbeitet die US-amerikanische Suchmaschine DuckDuckGo. Die Suchmaschine Startpage bietet eine anonymisierte Suche im Internet. Sie bezieht ihre Suchergebnisse zwar auch von Google, gibt aber bis auf die Suchanfrage keine Daten an Google weiter. Die Server stehen in den Niederlanden, sie unterliegen also der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Datensparsamkeit ist in Zeiten, in denen Daten bares Geld wert sind, notwendig.

Kindersuchmaschinen

Auf Datenschutz achten auch Kindersuchmaschinen (z. B. FragFINN oder Blinde Kuh), da keine personenbezogenen Daten von Kindern gespeichert werden dürfen. Leider nutzen nur wenige Kinder und Jugendliche die auf sie zugeschnittenen Angebote. Auch jüngere Kinder suchen bereits in Suchmaschinen für Erwachsene, was sie häufig überfordert. Sichere Suchräume sind jedoch für Kinder bis 12 Jahren empfehlenswert. Folgende Aspekte sind bei Kindersuchmaschinen besonders hervorzuheben: die übersichtliche Gestaltung der Seiten, eine leichte Lesbarkeit und gute Verständlichkeit sowie die Auswahl der Inhalte über sogenannte „weiße Listen“, d. h. Inhalte, die nicht für Kinder geeignet sind, findet man in Kindersuchmaschinen nicht.

Quellenangaben

[1] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2021): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Internet: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf [Stand: 03.08.2022]

[2] SEO-Summary.de: Suchmaschinen Marktanteile Deutschland 2021. Internet: <https://seo-summary.de/suchmaschinen/> [Stand: 03.08.2022]

Der Text ist Bestandteil der Unterrichtseinheit „Fakt oder Fake?“ des Medienführerscheins Bayern für die 5., 6. und 7. Jahrgangsstufe. Die Unterrichtseinheit ist verfügbar unter: www.medienfuehrerschein.bayern. Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.