

# Internet e il Web come risorsa informativa

di Monica Vezzosi

Tradotto, sintetizzato e riadattato da Teaching Library - Berkeley University

1. Che cos'è Internet
2. Che cos'è il Web e che cosa lo fa funzionare
3. Che cos'è un Browser? Che cosa sono Netscape and Internet Explorer?
4. Che cosa cerchiamo quando cerchiamo nel Web?
5. Tipi di strumenti di ricerca attualmente disponibili
6. Da dove cominciare? Cinque passi per arrivare dove vuoi (quasi)
7. Come funziona un motore di ricerca?
8. Come sfruttare le capacità dei motori di ricerca
9. I migliori motori di ricerca: tabella delle caratteristiche
10. In che cosa differiscono i diversi motori di ricerca
11. Importanti e validi indici per argomento e loro caratteristiche
12. Cos'è il Web Invisibile?
13. Come accedere alle informazioni nel Web invisibile?
14. Valutare le pagine Web

## 1. Che cos'è Internet?

Internet è una rete di reti che collega i computer tra loro. Possiamo definire Internet come uno "strumento di trasporto" per le informazioni che si trovano dentro i computer, archiviate in file o documenti; è stata paragonata a un'autostrada o a un gigantesco sistema di tubi idraulici. Internet in sé non contiene informazioni; è un errore dire che un documento è stato trovato "in Internet" o "su Internet". Sarebbe meglio dire che è stato trovato "tramite" Internet o "usando" Internet. Ciò che troviamo, in realtà, è un computer contenente file e documenti ai quali noi possiamo accedere grazie a Internet.

I computer connessi alla rete Internet possono usufruire di vari servizi tra cui ricordiamo i più importanti:

- § Posta elettronica – Permette di spedire e ricevere e-mail e di accedere a gruppi di discussione, spesso denominati "listserv".
- § Telnet, o connessione remota. Permette al vostro computer di connettersi a un altro computer e di usarlo in remoto (usando il vostro PC, in pratica state usando l'altro cui vi siete collegati).
- § FTP o File Transfer Protocol. Permette al vostro PC di accedere rapidamente a file in un altro computer, salvarli sul vostro PC e viceversa
- § Il World Wide Web- Non confondere Internet con il WWW. Questo è solo una parte di Internet.

## 2. Che cos'è il Web e che cosa lo fa funzionare?

Il WWW può permettervi di accedere ai servizi Internet elencati sopra e a molti altri. Sul Web potete trovare documenti, vedere immagini, animazioni e video, ascoltare file audio, parlare e ascoltare voci, sempre che il vostro PC abbia il software necessario.

Il principio su cui è fondato il WWW è il linguaggio HTML. Questo linguaggio è ciò che rende possibile l'ipertestualità. Ipertestualità significa possibilità di inserire in un documento, e di utilizzare, dei link, cioè dei legami ad altri documenti presenti in altri computer e accessibili tramite il Web. Questa "cliccabilità" è la caratteristica rivoluzionaria del Web e può potenziare enormemente il vostro processo di ricerca.

Come funziona un link ipertestuale? Ogni documento, o file, o pagina che voi trovate sul Web, ha una sua unica URL (Uniform Source Locator), che identifica in quale computer si trova quel file, in quale parte della memoria del computer e il suo nome specifico. Ogni link su ogni pagina Web contiene la sua URL. Quando ci cliccate sopra voi inviate la richiesta di trovare uno specifico file in uno specifico computer, identificato da quella URL. Le URL sono proprio gli indirizzi dei file. Un insieme di standard adottati a livello internazionale (TCP/IP HTML) rende possibile questo sistema di recupero di informazione globale, che supera tutte le barriere linguistiche, territoriali e politiche.

#### Struttura di una URL

160.78.48.68

160.78 = indirizzo di rete

48 = indirizzo della sottorete

68 = indirizzo del computer

andromeda.cce.unipr.it

andromeda = nome computer

cce = nome sottostruttura

unipr = nome struttura

it = nome dominio

### 3. Che cos'è un Browser? Che cosa sono Netscape and Internet Explorer?

Un browser è un programma che risiede sul PC e che permette di accedere a Internet, sfruttando tutte le sue caratteristiche (l'ipertestualità, la visualizzazione di immagini, suoni, etc.) Netscape e Internet Explorer sono tra i browser maggiormente diffusi al mondo. Ce ne sono altri (come MacWeb, Opera) che offrono più o meno le stesse funzionalità. Tutti i browser usano i plug-in, che sono sottoprogrammi (interni al browser o presenti in un altro programma del vostro PC) che servono per vedere e usare particolari tipi di file. Se cliccate su un link e il vostro PC non ha al momento il programma necessario per accedere a quel particolare file, vi viene data l'opportunità di scaricare il programma stesso. Di solito i plug-in sono gratuiti e facili da installare, basta seguire le istruzioni.

### 4. Che cosa cerchiamo quando cerchiamo nel Web?

Trovare nel Web le informazioni che occorrono può essere facilissimo o difficilissimo. Questo è dovuto in parte alle dimensioni veramente enormi del WWW ma anche al fatto che il Web, nella sua globalità, non è indicizzato da esseri umani. Diversamente da quello che accade nei cataloghi di biblioteca, non esiste una lista di parole standard adottate per esprimere i concetti (il "soggettario" o "thesaurus"), o un sistema di classificazione che permette di raggruppare tutti i siti di argomento affine presenti nell'intero WEB; se si vuole trovare un sito su un determinato argomento bisogna utilizzare, per la ricerca, la parola o le parole che gli autori del sito hanno scelto per definire il concetto che noi abbiamo in mente. Non è sempre facile, perché, anche all'interno di una stessa lingua, possono essere usate diverse parole per esprimere un'idea, e queste parole possono avere varianti linguistiche, oppure gli autori di siti possono aver utilizzato termini specialistici o gergali, non universalmente noti.

"Cercare nel Web", comunque, non significa cercare "direttamente" nel Web: questo non è possibile. Il Web infatti è la totalità delle tantissime pagine Web (o file) esistenti e archiviate dentro i milioni di servers sparsi in tutto il mondo. Spesso noi non accediamo direttamente a questi file, piuttosto utilizziamo uno o più "intermediari" o strumenti di ricerca. Questi strumenti (Google, o Virgilio, per citare due dei più noti) ci offrono un database o "collezione" di siti, che, per quanto vasta, ci mette a disposizione una porzione relativamente piccola dell'intero Web. Dai link presenti nel database noi accediamo ai file e alle informazioni archiviate nei server. Non esiste nessuno strumento al mondo che permetta di cercare nell'intero Web.

## 5. Tipi di strumenti di ricerca attualmente disponibili

Possiamo raggruppare gli strumenti di ricerca in 3 diverse categorie: motori di ricerca, indici per argomento, database specialistici. Hanno diverse caratteristiche ed è utile conoscerli bene per poterli sfruttare al meglio.

Tipo di strumento	Caratteristiche	Esempi
<p>1 Motori di ricerca e meta-motori</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercano nel full-text delle pagine Web selezionate.</li> <li>• I database sono compilati da "spider" (computer-robot) con un minimo intervento umano.</li> <li>• Dimensioni: da piccoli e specializzati a grandissimi (90+ % del Web).</li> <li>• Meta-Motori: cercano rapidamente e in modo superficiale diversi motori di ricerca. La ricerca è compiuta simultaneamente e i risultati sono di solito raggruppati. Attenzione: di solito catturano il 10% dei risultati di ogni singolo motore di ricerca che visitano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motori: Google, Alta Vista Advanced Search, Northern Light Power Search, Alltheweb</li> <li>• Meta-motori: Metacrawler, Ixquick, Copernic</li> </ul>
<p>2 Indici per argomento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siti selezionati da esseri umani (di solito esperti).</li> <li>• Spesso attentamente valutati e tenuti aggiornati, ma non sempre.</li> <li>• Di solito organizzati e classificati in categorie ordinate gerarchicamente.</li> <li>• Spesso con annotazioni e descrizioni.</li> <li>• Si può scorrere (browsing) tra le categorie.</li> </ul> <p>§ NO ricerca full-text. La ricerca può essere meno specifica di quella con i motori, perché non tutte le parole dei file sono indicizzate, in pratica si cerca solo nei titoli e nelle descrizioni delle pagine Web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Librarians' Index, Infomine, Yahoo!, About.com, AcademicInfo</li> <li>• Ci sono migliaia di indici su praticamente tutti gli argomenti possibili.</li> </ul>
<p>3 Database specialistici (Web invisibile)</p>	<p>Tramite una maschera di ricerca si può interrogare un database che si trova su un server (ma non è una pagina web, non è scritto in html)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invisible Web</li> </ul>

## 6. Da dove cominciare?

Una volta che hai imparato a riconoscere le diverse caratteristiche degli strumenti di ricerca, puoi scegliere lo strumento più adatto in rapporto a ciò che stai cercando. Ti interessa trovare notizie generali su un argomento? Stai cercando, al contrario, un dato estremamente specifico? Vieni "seppellito" da troppi risultati? Ci sono troppi sinonimi che esprimono il concetto che hai in mente?

### Cinque passi per arrivare dove vuoi (o quasi)

#### 1. Analizza il tuo problema informativo

...può essere definito da una parola specifica, con significato univoco, oppure da una frase?

macroglobuline termine scientifico, significato univoco  
"modena city ramblers"

...non è definito da parole o frasi specifiche (oppure non ti vengono in mente), hai solo termini generici che ti conducono a pagine web "sbagliate"?

evoluzione parola troppo generica, usata in tantissimi contesti  
Queen nome di un gruppo rock, di una persona, titolo di un film....  
Rock : tipo di musica, "roccia" in inglese

...è un argomento molto generale?

inquinamento

Il tuo

argomento.... ...è una parte specifica di un argomento generale?

smaltimento rifiuti : mi interessa lo stato della ricerca su questo argomento, non trovare le ditte che fanno lo smaltimento

...ha diversi sinonimi o varianti linguistiche ?

endocrine diseases – malattie endocrine ....  
breast neoplasms OR breast cancer , ognuno di questi termini mi conduce a pagine significative

"cold fusion energy" OR "hydrogen energy",

millennium OR millennial OR millenium OR millenial OR "year 2000", etc.

...sai troppo poco dell'argomento, ti serve un primo orientamento generale, giusto per capire tu stesso che cosa stai cercando?

Il tuo argomento è	Motori di ricerca	Indici per argomento	Databases Invisible Web	Fortuna - Serendipity
Una parola specifica o una frase?	Scrivi la frase tra virgolette " ". Fai un tentativo con Google.	Cerca un concetto un po' più generico	Cerchi dati, statistiche, un archivio di fatti, moduli, mappe?  Prova a cercare un database nel Web Invisibile	A volte funziona .... ...ma non puoi affidarti solo a questo!
NON hai una parola o frase specifica?	Usa più di un termine o frase tra " "	Cerca termini generali negli indici per argomento		
Ti serve un'idea generale?	NON USARE	Cerca un indice per argomento specializzato. <a href="http://www.omni.ac.uk">http://www.omni.ac.uk</a>		
Cerchi un aspetto specifico di un argomento generale?	Usa gli operatori Booleani (AND) e associa più termini.	Cerca un indice specializzato in un argomento un po' più generale.		
Hai sinonimi, varianti di termini, vuoi cercare in differenti lingue?	Usa un motore di ricerca che supporti il connettore OR, o il troncamento	NON USARE		
Hai le idee confuse e ti servono maggiori informazioni, non sai bene che cosa stai cercando?	NON USARE!!!!	Cerca un "portale", o "gateway", prova anche una enciclopedia, in una Virtual library.		

### 3. Rifletti su ciò che fai e impara mentre ricerchi

Non dare per scontato di saper esattamente che cosa stai cercando. Guarda i risultati della tua ricerca e, se non hai trovato ciò che cercavi, guarda se tra i risultati c'è comunque qualcosa che può servirti per rilanciare una ricerca migliore (per esempio, un sinonimo o una frase al posto di due parole connesse con AND).

### 4. Non ti fissare su uno strumento, o una strategia, se questa non funziona!

Passa dai motori agli indici e viceversa. Trova indici specializzati sul tuo argomento oppure database (Invisible Web)

### 5. Ritorna indietro e riprova la ricerca avendo più esperienza.

Impara dai tuoi errori e dai tuoi insuccessi. Riprova una ricerca che era andata male applicando le tue nuove conoscenze e facendo tesoro della tua esperienza. Alcuni trovano utile registrare i vari passaggi di una ricerca, scrivendo una specie di "diario". Può servire per non ripetere gli errori già fatti, ma ci vuole tempo e pazienza.....non sempre li abbiamo!

## 7. Come funziona un motore di ricerca?

Abbiamo visto che i motori di ricerca sono degli "intermediari" tra noi e i miliardi di file accessibili tramite il WWW. Quando noi lanciamo una ricerca questi motori non cercano direttamente sul Web. Ogni motore cerca all'interno del suo enorme database, contenente i full text delle pagine Web selezionate tra i miliardi di quelle esistenti e che risiedono sui server. Quando cerchiamo con un motore di ricerca cerchiamo sempre una copia della vera pagina Web, la copia archiviata nel database del motore. Quando poi clicchiamo sul link fornito dal motore, accediamo alla vera pagina Web, che risiede sul proprio server.

I database dei motori di ricerca vengono costruiti da programmi-robot chiamati "spider". Sebbene si dica che questi spider "percorrono" il Web a caccia di pagine da includere nel database, in realtà stanno fermi e trovano nuove pagine seguendo i link presenti nelle pagine Web. In pratica procedono in modo reticolare, seguendo i link delle pagine che già sono presenti nel database. Trovano quindi altre pagine e le includono nel database, poi seguono i link presenti in queste pagine, trovandone altre e così via.

Se una pagina Web non è mai linkata da un'altra, gli spider non possono trovarla.

Quindi, perché una pagina Web sia trovata tramite un motore di ricerca, questa deve essere linkata da un'altra pagina già presente nel database del motore, oppure la sua URL deve essere inviata da qualcuno (di solito l'autore) alla "redazione" del motore di ricerca, con la richiesta di inserimento della pagina stessa nel database.

Dopo che gli spider hanno trovato le pagine Web, queste vengono inviate a un altro programma per l'indicizzazione. Questo programma identifica le parole, i link, le immagini presenti nella pagina e li archivia nei file del database in modo che possano essere ricercate e trovate.

Alcuni tipi di pagine e link sono esclusi per scelta, altri per motivi tecnici. Tutta la parte del Web non incluso nei database dei motori di ricerca è ciò che viene chiamato "Invisible Web" ed è grande circa il triplo del Web visibile. In pratica il Web invisibile è il Web non accessibile tramite i motori di ricerca.

## 8. Come sfruttare le capacità dei motori di ricerca

Perché la ricerca tramite i motori abbia successo è necessario avere identificato il tipo di bisogno informativo analizzando l'argomento della nostra ricerca. Una volta stabilito che il bisogno informativo richiede l'uso di un motore, è necessario conoscere le funzionalità dei più importanti di questi strumenti, in modo da sfruttare al massimo le loro potenzialità.

Ecco una tabella con le caratteristiche delle principali funzionalità dei motori in rapporto al tipo di bisogno informativo.

Caratteristiche della tua ricerca o bisogno informativo	Tipi di funzionalità
<p>Stai cercando un nome proprio o una frase?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Il nome di una organizzazione, o società o movimento</li> <li>• Il nome proprio di una persona</li> <li>• Una stringa di parole o una frase</li> </ul>	<p>Ricerca per frase</p> <p>Permette di cercare tutti i termini insieme nell'ordine in cui sono scritti. Scrivi le parole tra virgolette " "</p> <p>"world health organization"</p> <p>"Robbie Williams"</p>
<p>Alcuni dei termini sono molto generici , con molti significati e usati in diversi contesti?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Bambini insieme a televisione e violenza</li> <li>• Censura come aspetto dell'etica nel giornalismo</li> </ul>	<p>Il connettore AND serve per cercare solo quei siti in cui ci sono tutte e tre queste parole, non una sola o solo due su tre</p> <p>bambini AND televisione AND violenza giornalismo AND etica AND censura</p> <p>Google e AllTheWeb e molti altri motori di ricerca mettono AND tra le parole automaticamente quindi basta scrivere</p> <p>bambini televisione violenza giornalismo etica censura</p>
<p>Sai già in anticipo che usando una certa parola richiamerai molti risultati con termini che non vuoi trovare?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerchi "ecologia del paesaggio" e probabilmente troverai tanti programmi di corsi universitari. Prova ad escludere le parole che richiamano i siti universitari (per esempio "corso" o "dipartimento" )</li> </ul>	<p>Il connettore AND NOT serve per escludere i siti in cui la parola che cerchiamo è associata a un'altra, che ci manderebbe fuori strada :</p> <p>"ecologia del paesaggio" AND NOT "Dipartimento di " AND NOT "Corso di "</p> <p>oppure il segno "-" (meno) :</p> <p>-"Dipartimento " -"Corso di "</p>
<p>Ci sono sinonimi, variazioni ortografiche, oppure vuoi cercare in più di una lingua</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Familiari o famigliari e assegni</li> <li>• Sarajevo, Sarayevo e pace</li> <li>• Letteratura , litterature e Francese, francaise</li> </ul>	<p>Il connettore OR serve per trovare tutti i siti che contengono un certo concetto, a prescindere dalla parola scelta per esprimere il concetto, o dalle varianti linguistiche</p> <p>(famigliari OR familiari) AND assegni (Sarajevo OR Sarayevo) AND pace (letteratura OR litterature) AND (francese or francaise)</p> <p>In Google, scrivi OR in maiuscola (non c'è bisogno di scrivere AND)</p> <p>pace sarajevo OR sarayevo letteratura OR litterature francese OR francaise</p> <p>In AllTheWeb, usa le parentesi e ometti OR:</p> <p>pace (sarajevo sarayevo) (letteratura litterature) (francese francaise)</p>
<p>Stai cercando l' home page di un'istituzione o siti istituzionali dedicati all'argomento che ti interessa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La home page dell' American Dietetic Association</li> <li>• La home page di un'istituzione di cui non conosci il nome, ma che si occupa di Parchi naturali</li> </ul>	<p>Limitare la ricerca al campo TITLE serve per trovare i siti che hanno le parole che ti interessano nel titolo. Questo di solito è garanzia del fatto che quel sito ha come argomento principale quello che cerchiamo</p> <p>title:"American Dietetic Association" title:"parchi naturali "</p> <p>In Google usa allintitle:"parchi naturali"</p>
<p>Stai cercando una parola che può avere diversi suffissi o desinenze?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Femminismo, femminista, femminile</li> <li>• Children, child</li> </ul>	<p>TRONCAMENTO permette di trovare le possibili variazioni in una parola (SOLO IN ALTA VISTA):</p> <p>femmini* trova femminile, femminista, femminismo, etc.</p> <p>child* trova child and children</p> <p>Alcuni strumenti cercano le variazioni in fine di parola automaticamente . Bisogna guardare le istruzioni di ciascuno strumento</p>

## 9. I migliori motori di ricerca: tabella delle caratteristiche

Google ha il più vasto database di pagine Web, e inoltre comprende molti altri tipi di documenti (files PDF, documenti Power Point e Word). Nonostante la presenza di molti siti pubblicitari e un bel po' di siti Blog e Newsgroups, il tipo di ranking di Google fa sì che i "migliori" siti si trovino tra i primi elencati. Google funziona molto bene e vale la pena di imparare ad usarlo al massimo.

Google da solo, comunque, NON E' MAI SUFFICIENTE. Conviene sempre usare anche un altro motore: i migliori, dopo Google [www.google.com](http://www.google.com) sono:

Teoma [www.teoma.com](http://www.teoma.com) e

Yahoo search [www.search.yahoo.com](http://www.search.yahoo.com).

Non sono invece raccomandabili i meta-motori.

Alcune caratteristiche comuni ai tre motori di ricerca raccomandati.

I motori di ricerca si sono abbastanza "standardizzati" per cui alcune tecniche di ricerca funzionano indifferentemente con tutti e tre

Cose che puoi fare in Google, Yahoo!, e Teoma	Cose che NON FUNZIONANO in Google, Yahoo!, or Teoma
Ricerca per frase scrivendo le parole tra " " Ricerca con OR (in maiuscola) - (meno) per escludere + più (per includere) Limitare i risultati secondo la lingua del sito (advanced search)	Troncamento: usa OR per cercare le varianti delle parole (airline OR airlines)  Case sensitivity le lettere maiuscole non vengono riconosciute come tali. Quindi se cercate Mina (la cantante), pur scrivendo la maiuscola vengono richiamate anche le pagine con mina (la bomba).



## 10. In che cosa differiscono i diversi motori di ricerca

Motore di ricerca	<a href="http://www.google.com">Google www.google.com</a>	<a href="http://www.search.yahoo.com">Yahoo! Search www.search.yahoo.com</a>	<a href="http://www.teoma.com">Teoma www.teoma.com</a>
Dimensioni (variabili) tipologia	Molto vasto. Più di tre miliardi di pagine. Alcune pagine non sono indicizzate per intero e quindi vengono trovate solo cercando le parole contenute nel titolo	Molto vasto. Più di tre miliardi di pagine indicizzate full-text.	Grande. Un miliardo di pagine interamente indicizzate e un altro parzialmente.
Funzioni particolari da tenere presenti	Limite di 10 parole per ricerca, escluso i termini dopo OR. Indicizza i primi 101KB di una pagina Web e 120KB di un file Pdf	Non c'è limite.	No c'è limite. Suggerimento di termini per raffinare la ricerca all'interno dei risultati trovati. Suggerimento di pagine con molti links.
Ranking	<u>Popularity</u> ranking  <a href="http://www.google.com/why_use.html">http://www.google.com/why_use.html</a>	Relevance ranking.	Subject-specificity popularity ranking.
Ricerca per radice (troncamento)	Funziona di default se inserite più di una parola. Si può disattivare usando le " " o il segno +	No.	No.
Logica Booleana	Parziale. AND implicito. OR va scritto maiuscolo. - esclude un termine Non usare ( )	Totale. Supporta AND, OR, NOT or AND NOT, e ( ). I connettori vanno scritti in maiuscola.	Parziale. AND implicito. OR va scritto maiuscolo. - esclude un termine Non usare ( )
Limitazione per campi	link: site: allintitle: intitle: allinurl: inurl: Nella ricerca avanzata	link: site: intitle: inurl: url: hostname: linkdomain	intitle: inurl: site: geoloc:
Limitazione per età dei documenti	Nella ricerca avanzata o con daterange: seguita da anno	In ricerca avanzata.	In ricerca avanzata.
Traduzione	Sì, utile per farsi quattro risate!! <a href="#">Translate this page</a>	Sì	No.
Scorciatoie	Forniscono un accesso rapido a dizionari, elenchi sinonimi, enciclopedie.	Forniscono un accesso rapido a dizionari, elenchi sinonimi, enciclopedie.	Scorciatoie in <a href="#">AskJeeves</a> .
Database specialistici	<a href="#">Directory</a> , <a href="#">Images</a> , <a href="#">News</a> , <a href="#">Froogle</a> , <a href="#">Catalogs</a> , <a href="#">Local</a> , <a href="#">Groups</a>	<a href="#">Directory</a> , <a href="#">Images</a> , <a href="#">News</a> , <a href="#">Products</a> , <a href="#">Yellow Pages</a> , <a href="#">Groups</a> , and <a href="#">more</a> .	Foto, novità etc

## 11. Importanti e validi indici per argomento e loro caratteristiche

Indici per argomento	<u>Librarians' Index</u> <a href="http://www.lii.org">www.lii.org</a>	<u>Infomine</u> <a href="http://infomine.ucr.edu">infomine.ucr.edu</a>	<u>Academic Info</u> <a href="http://www.academicinfo.net">www.academicinfo.net</a>	<u>About.com</u> <a href="http://www.about.com">www.about.com</a>	Google Directory <a href="http://www.google.com/dirhp">http://www.google.com/dirhp</a>	<u>Yahoo!</u> <a href="http://dir.yahoo.com">dir.yahoo.com</a>
Dimensioni e tipologia	Più di 14,000 siti. Compilato da bibliotecari di biblioteche pubbliche. Solo siti di "alta qualità" Commenti e annotazioni sui siti affidabili.	Più di 115,000 siti. Ottime annotazioni. Realizzato in collaborazione da bibliotecari universitari.	Ampia selezione di 25.000 pagine, selezionate a livello universitario/ricerca, adatto a studenti. Annotato sinteticamente.	Più di un milione di siti. Discrete le annotazioni.	Circa 1.5 milioni, selezionate dall' Open Directory Project e potenziate dalle funzioni di ricerca e ranking di Google. Utile per trovare pagine "di alta qualità", soprattutto su temi generali o troppo vasti per una ricerca con motori.	Circa 2 milioni. Descrizioni stringate. Utile per argomenti di tipo popolare o commerciale, non per studio.
Ricerca per frase	Sì. Usa " "	Sì. Usa " "	No.	Sì. Usa " "	Sì. Usa " "	Sì. Usa " "
Logica Booleana	AND implicito. Supporta anche OR e NOT, e ( ).	AND implicito. Supporta anche OR.	OR implicito. Supporta AND, OR, NOT e ( ). Si raccomanda di usare AND tra le parole.	No.	OR, in maiuscolo.	Sì, come nel motore Yahoo.
Troncamento	Usa *.	Espande automaticamente. Usa le " " per cercare un termine esatto.	No.	Usa *. Occhio: non funziona sempre e quindi provare anche con OR.	No.	No.
Ricerca per campo	La ricerca avanzata permette l'uso dei Booleani. Si può cercare all'interno dei soggetti, titoli, descrizioni, parti della URL etc.	Seleziona le opzioni sotto il box di ricerca per limitare a KW (keyword) SU (subject) TI (title) AU (author) AN (annotation)	No.	No.	Come nel motore Google.	Come nel motore Yahoo.

## 12. Che cos'è il Web Invisibile?

Il Web visibile è quello che vediamo nei risultati di una ricerca fatta con motori e/o indici per argomento. Il Web invisibile è un insieme molto grande di database (contenenti informazioni) che NON possiamo trovare tramite motori e indici.

- Database ricercabili. La maggior parte del Web invisibile rientra in questa categoria. Questi database sono ricercabili, e producono informazioni (record) come risposta a specifiche richieste (succede così quando per esempio interrogate il catalogo della biblioteca). Le pagine di "risposta" alla vostra ricerca sono cioè generate lì per lì accorpando diverse informazioni presenti nel database. Queste "pagine" che contengono le informazioni da voi ricercate non sono archiviate da qualche parte: è molto più facile e veloce generarle in modo dinamico accorpando i dati che voi avete inserito come termini di ricerca, piuttosto che archiviare tutti i possibili risultati di tutte le possibili ricerche. I motori di ricerca non possono trovare queste pagine "dinamiche"
- Pagine escluse. Alcuni tipi di pagine Web non sono inserite apposta nei database dei motori e degli indici, per scelta e non per motivi tecnici.

## 13. Come accedere alle informazioni contenute nel Web invisibile?

Si possono utilizzare indici per argomento come

[Librarians Index](#)

[AcademicInfo](#)

[Infomine](#)

e cercare al loro interno i collegamenti ai database, divisi per area disciplinare.

Oppure si possono usare i motori di ricerca inserendo un termine di ricerca più il termine "database".

Esempi tratti da Google & Yahoo!:

plane crash database  
languages database  
toxic chemicals database

Inoltre esistono alcune risorse specifiche. Una è : The Invisible Web Directory: [www.invisible-web.net](http://www.invisible-web.net)

E' un indice di database ricercabili. Conviene utilizzarlo scorrendo i soggetti.

Ricorda che il Web invisibile ESISTE! In aggiunta a ciò che puoi trovare con i motori e gli indici, esistono tantissime informazioni utili nel Web invisibile. Il Web Invisibile può essere una vera miniera d'oro per gli studenti

## 14. Valutare le pagine Web

Valutare le pagine Web richiede di fare due cose insieme:

1. Allenarti in una serie di tecniche che ti aiutano a scoprire rapidamente ciò che ti occorre per valutare le pagine Web.
2. Abituarti a pensare in modo critico, anche un po' diffidente, riguardo all'informazione che trovi nel Web, ponendoti una serie di domande che possono aiutarti a decidere quanto una pagina Web è affidabile.

### a. Che cosa ci dice una URL?

1. Prima di lasciare la lista dei risultati della ricerca - prima di "seguire" un link, da' un'occhiata veloce all'URL.
2. Poi scegli le pagine che appaiono affidabili.

Domande da farsi	Che cosa implica
<p>Si tratta di una pagina personale?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guarda la <a href="#">URL</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Verifica se è il nome di una persona (jbarker barker) che segue una tilde ( \~ ), o un segno di percentuale( % ), o le parole "users," "members," "people."</li> <li>○ Il server è un information provider commerciale (aol, geocities, libero)</li> </ul> </li> </ul>	<p>Le pagine personali non sono necessariamente inaffidabili, però è opportuno verificare attentamente l'attendibilità dell'autore e la sua autenticità. Chiunque può dire qualunque cosa e spacciarsi per esperto sul Web.</p>
<p>Che tipo di dominio c'è nella URL?? (educativo, accademico, commerciale)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Siti governativi: gov per usa, it, fr, esp, de</li> <li>○ Siti accademici o educativi: edu per USA, ac per GB</li> <li>○ Nonprofit : .org</li> </ul>	<p>Qual' è la fonte informativa più attendibile per l'argomento che cerchi?</p> <p>Non è detto che le fonti governative siano più attendibili e obiettive di altre.....</p>
<p>Chi "pubblica" la pagina?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Di solito è la persona o istituzione che gestisce il server nel quale è archiviato il documento. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il server di solito è nominato nella prima parte della URL (tra http:// e la prima /)</li> </ul> </li> <li>• E' un'istituzione che hai già sentito nominare?</li> <li>• Corrisponde al nome del sito?</li> </ul>	<p>Un' informazione pubblicata dalla fonte stessa dell'informazione è più attendibile di una "riportata":</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• New York Times news www.nytimes.com</li> </ul> <p>Unipr= Università di Parma; Unibo Università di Bologna; Unina Napoli etc.</p>

b. Scorri velocemente la pagina e cerca le risposte a queste domande:

1. Guarda se c'è un link che dice qualcosa tipo: "About us," "Philosophy," "Background," "Biography," "Chi siamo"

2. A volte puoi "tornare indietro" nella URL troncadola prima (subito dopo la prima slash) es. [www.dsa.unipr.it/Organizzazione/Biblioteca/Strumentiricerca/](http://www.dsa.unipr.it/Organizzazione/Biblioteca/Strumentiricerca/) (se tronchiamo dopo it/ , troveremo la home page del Dipartimento di Scienze Ambientali)

3. Guarda la data dell'ultimo aggiornamento (di solito in fondo alla pagina).

Domande da farsi	Che cosa implica?
<p>Chi ha scritto questa pagina?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerca il nome dell'autore o dell'organizzazione, istituzione etc. responsabile della pagina <ul style="list-style-type: none"> <li>o Un indirizzo e-mail non è sufficiente!</li> </ul> </li> <li>• Se non c'è il nome di una persona autore della pagina, cerca se c'è il nome dell'istituzione che si assume la responsabilità della pagina. <ul style="list-style-type: none"> <li>o Se non la trovi, tronca la URL. Chi pubblica la pagina se ne assume la responsabilità? C'è un copyright?</li> </ul> </li> </ul>	<p>Quando usi il Web per cercare informazioni, stai cercando qualcosa di affidabile, di "vero". E' importante sapere chi si assume la responsabilità delle informazioni pubblicate.</p>
<p>C'è una data ? E' abbastanza recente?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si tratta di informazione vecchia e datata su un argomento che invece viene continuamente aggiornato?</li> <li>• ATTENZIONE: Informazioni obsolete a volte corrispondono a informazioni "sbagliate". Non usatele..</li> </ul>	<p>Dipende dall'argomento della ricerca. Per alcuni temi l'aggiornamento è più importante di altri: pensa alla legislazione, alle statistiche. In ogni caso una pagina aggiornata spesso rivela una maggiore cura da parte di chi la pubblica.</p>
<p>Quali sono le credenziali dell'autore sull'argomento della pagina stessa?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E' riportato il Background culturale dell'autore?</li> <li>• La pagina è scritta e pubblicata da un "dilettante", uno che si interessa per hobby dell'argomento?</li> <li>• La pagina riporta semplici opinioni soggettive dell'autore? Vengono riportate le fonti di quanto è detto?</li> <li>• La pagina contiene opinioni estreme, distorte o esagerate?</li> <li>• Se non riesci a identificare le "credenziali" dell'autore sii sempre molto cauto .</li> </ul>	<p>Chiunque può pubblicare nel Web qualunque cosa...E' compito tuo distinguere tra ciò che è affidabile e ciò che è opinabile.</p> <p>Teoricamente dovresti aspettarti le stesse credenziali di affidabilità che richiedi a un'opera stampata (libro, rivista, quotidiano).</p>

## C. Cerca gli indicatori di qualità dell'informazione

1. Guarda se c'è un link chiamato "collegamenti", "altri siti", "related links" etc.
2. Se nel testo ci sono note a piè di pagina o link che rimandano a documentazione aggiuntiva, dacci un'occhiata: Che tipo di documentazione è? Accademica, ufficiale, pubblicazioni scientifiche? Sono solo riferimenti Web o si riferiscono anche a documentazione a stampa?
3. Controlla chi pubblica queste pagine (prima parte dell' URL).

Domande da farsi :	Che cosa implica?
<p>Le fonti da cui sono tratte le informazioni sono elencate?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ L'autore cita le fonti delle informazioni che pubblica? Per es. se viene citata una legge, è esplicitato il numero e la data di emanazione?</li> <li>§ Se ci sono link ad altre risorse, sono queste risorse affidabili (es. fonti ufficiali)?</li> <li>§ I link sono funzionanti?</li> </ul>	<p>Nella ricerca scientifica tutto quanto viene detto deve essere dimostrato, altrimenti non si tratta di ricerca ma di espressione di opinioni personali.</p> <p>I link non funzionanti o che rimandano a pagine Web di basso valore fanno perdere credibilità alla pagina che ha creato quei link.</p>
<p>Se il sito riporta informazioni da un'altra fonte, questa è completa, inalterata, non falsificata?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E' riprodotta da un'altra pubblicazione? <ul style="list-style-type: none"> <li>o Sono fornite informazioni sul copyright?</li> <li>o Se la risorsa cui si fa riferimento è on-line, è riportata la URL? E' verificabile?</li> </ul> </li> </ul>	<p>Non sempre è possibile accedere all'originale per controllare la veridicità di un riferimento</p> <p>Controlla l'URL: è dalla fonte originale?</p> <p>Se viene riportato parte di un articolo scientifico tratto da una rivista, o da un libro, dovrebbe esserci una nota sul copyright.</p> <p>Cerca la fonte originale. Se non c'è la URL, non si può fare un controllo ed è possibile che la fonte sia alterata, o riprodotta illegalmente</p>
<p>Ci sono link ad altre risorse sullo stesso argomento?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I link sono scelti con cura, ben organizzati e valutati /annotati?</li> <li>• Le altre risorse rappresentano anche altri punti di vista?</li> </ul>	<p>Quasi sempre una pagina Web ben fatta inserisce dei link a pagine simili, ugualmente ben fatte. Vi invitano così a paragonare diverse risorse. La presenza di link a risorse simili che però presentano punti di vista diversi è garanzia di obiettività e onestà intellettuale da parte di chi produce e pubblica la pagina Web</p>

## D. Che cosa dicono gli altri

1. Trova quali altre pagine Web hanno linkato queste pagine.
  - a. Usa la funzione [URL Investigator](#) di [AlltheWeb](#): Inserisci la URL della tua risorsa nella maschera di ricerca
  - b. Cerca chi ha linkato il sito usando Google , AltaVista, o un altro motore che supporti questa funzione.
    - a. Copia la URL della pagina che ti interessa
    - b. Vai su Google e scrivi link:nella maschera di ricerca
    - c. Incolla la URL subito dopo link (senza spazi). Lancia la ricerca

Le pagine che trovi sono quelle che contengono un link alla pagina che stai valutando.
2. Cerca la pagina che ti interessa in un indice per argomento ([Librarians' Index](#), [Infomine](#), [About.com](#), [AcademicInfo](#)), o anche un indice più specifico che conosci e che ti pare affidabile.
3. Cerca il nome dell'autore della pagina con [Google](#)  
istruzioni per Google: cerca il nome in questi modi:
  - a. senza virgolette - **Jabberwocky Webauthor**
  - b. inserisci tra virgolette come una frase - **"Jabberwocky Webauthor"**
  - c. inserisci in virgolette con \* tra il primo e il secondo nome **"Jabberwocky \* Webauthor"** (la \* funge da iniziale di nome, ma funziona solo con Google).

Domande da farsi	Che cosa implica?
Chi ha linkato questa pagina? <ul style="list-style-type: none"><li>• Ci sono molti siti che linkano questa pagina?</li><li>• Che tipo di siti sono?</li><li>• Che cosa dicono di questa pagina?</li></ul>	A volte una pagina è linkata solo da altre parti di se stessa, oppure dai "fans club" o dai "rivali" Tieni conto di entrambi i punti di vista.
La pagina è linkata da uno o più indici per argomento affidabili?	I buoni indici per argomento creano delle liste delle pagine migliori, quindi esservi inclusi è un buon segno. Conviene comunque leggere la valutazione e le annotazioni fatte dagli esperti.
Che si dice dell'autore di questa pagina?	"Googling someone" (neologismo per dire che si cercano notizie su qualcuno inserendo il suo nome nella maschera di ricerca di Google). Adotta un atteggiamento critico anche nei confronti dei siti che linkano la pagina che ti interessa.

## E. Qual è l'obiettivo?

1. Torna indietro e pensa a ciò che ora sai della tua pagina Web. Pensa al motivo per cui questa pagina è stata creata, alle intenzioni del suo autore.
2. Ammetti con te stesso/a la possibilità che esistono siti ingannevoli, diversi da ciò che appaiono a uno sguardo superficiale.
3. Chiediti se il Web è comunque la fonte di informazione più adatta riguardo a ciò che ti interessa sapere.

Domande da farsi:	Che cosa implica?
<p>Perché questa pagina è stata "messa in rete"??</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informare, offrire dati, raccontare eventi, fatti...</li> <li>• Spiegare qualcosa, convincere....</li> <li>• Vendere.....</li> <li>• Condividere....</li> <li>• Rivelare.....</li> </ul>	<p>Questi sono solo alcuni motivi tra quelli possibili. Tieni sempre presente che il Web è un "luogo pubblico" aperto a tutti. E' necessario rendersi conto dell'ampia gamma di possibili finalità che stanno dietro alla pubblicazione, incontrollata, su un mezzo di comunicazione come il Web.</p>
<p>Potrebbe essere una pagina ironica, una parodia o una satira?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esamina il "tono" della pagina</li> <li>• Ci sono immagini caricaturali, offensive o trucchi fotografici che distorcono la realtà ?</li> </ul>	<p>Per esempio....guardatevi questo...  <a href="http://www.dhmo.org/facts.html">http://www.dhmo.org/facts.html</a></p>
<p>Questa risorsa è valida quanto quelle che potrei trovare usando la biblioteca (tradizionale) o gli strumenti della biblioteca digitale (riviste elettroniche , banche dati bibliografiche etc.)?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Questo sito è adatto per un certo tipo di informazioni, o un certo tipo di ricerca e non per altre?</li> <li>• Non sei influenzato troppo dalla fretta...o dalla pigrizia?</li> </ul>	<p>Quanto è importante per te (o per il tuo insegnante) l'affidabilità delle informazioni che ti occorrono per la ricerca?</p> <p>Generalmente le informazioni contenute in pubblicazioni a stampa sono considerate più attendibili rispetto a quanto si trova sul Web. Però ci sono anche istituzioni che pubblicano sul Web materiale pregevole e assolutamente affidabile.</p> <p>Prenditi il tempo necessario per trovare questo tipo di fonti.</p>

## Perché valutare ?

Il WWW può rivelarsi un' eccellente risorsa per compiere ricerche su svariati argomenti. Ma pubblicare sul Web è facile, economico o gratuito, non ci sono regole e non ci sono monitoraggi. La vera risorsa che il Web ha portato a una così vasta parte della società è la possibilità per la gente di esprimersi, di incontrarsi, scambiare idee, scoprire persone affini dappertutto nel mondo. In giro per Internet c'è anche una grandissima ricchezza di risorse informative. Questo è il motivo per cui è importante valutare criticamente qualunque cosa troviamo nel Web. Tocca a noi, gli utilizzatori, stabilire la validità, l'autorevolezza, l'aggiornamento, e la correttezza di ciò che troviamo. I documenti accessibili tramite il Web possono essere facilmente falsificati o copiati con omissioni ed errori. Non ci sono "editori" come nel mondo della carta stampata, che valutino ed eventualmente rifiutino ciò che non è ritenuto meritevole di pubblicazione in quanto non all'altezza della reputazione della casa editrice. Moltissime pagine trovate tramite i motori di ricerca sono pagine pubblicate dalla stessa persona che le ha prodotte o che hanno come principale obiettivo quello di vendere qualcosa o convincere qualcuno.

E' giusto che il Web rimanga libero, senza controlli e censure, ma per usarlo a scopo di ricerca è necessario coltivare l'abitudine di interrogarsi e riflettere continuamente con spirito critico.