

Vorschläge für Bachelorarbeiten, Stand: 25.9.2009

Prof. Dr. Dirk Lewandowski, dirk.lewandowski@haw-hamburg.de

Wenn Sie Interesse an einem dieser Themen oder an einem anderen Thema aus dem Suchmaschinen-Umfeld haben, wenden Sie sich bitte gerne an mich. Ich kann Ihnen auch bei der Vermittlung eines geeigneten Unternehmens behilflich sein, wenn sie eine Arbeit direkt bei einem Auftraggeber schreiben möchten.

- Wem „gehören“ die Top10-Suchergebnisse?

Woher kommen eigentlich die Ergebnisse, die die populären Suchmaschinen in ihren Trefferlisten anzeigen? Kann man hier von seriösen Quellen sprechen? Werden bestimmte Anbieter bevorzugt? Welche Konsequenzen hat das für die Recherche und das Vertrauen in die Suchmaschinen?

- Welche „Meinung“ verbreiten die Suchmaschinen zu kontrovers diskutierten Themen?

Bilden die Suchmaschinen zu (in der Presse, in den Nachrichten, usw.) heftig diskutierten Themen die unterschiedlichen Positionen in ihren Trefferlisten ab oder findet hier eine einseitige Darstellung statt?

- Wie relevant sind die von den Nachrichtensuchmaschinen (Google News, Nachrichten.de) gefundenen Treffer?
- Wie relevant sind die Treffer der Suchmaschinen für Anfragen nach sehr aktuellen Ereignissen?
- Experteninterviews mit deutschen Suchpionieren: Wie war es damals, die ersten (deutschsprachigen) Suchmaschinen zu entwickeln? Warum konnten sich die meisten Angebote (zumindest in der damals vorgesehenen Form) nicht halten?
- Spezialsuchmaschinen vs. Spezialisten

Hypothetisch gesehen haben Spezialsuchmaschinen einen Vorteil gegenüber den Generalisten. Strukturen und Inhalte bewegen sich in einem endlichen Rahmen. Eine nahezu komplette Marktabdeckung der relevanten Quellen scheint möglich und die Auswahl relevanter Informationen ist einfacher, da häufig durch das Thema definiert. Im Bereich der Jobsuchmaschinen wird dieser Spielraum jedoch kaum genutzt. Die bedeutenden Marktteilnehmer orientieren sich fast ausnahmslos an einer eher allgemeinen Ergebnisdarstellung à la Google. Ist das der richtige Weg?

- Was sind die Erwartungen des Nutzers an Spezialsuchmaschinen?
- Welche Informationen erachtet er als relevant, welche sind verfügbar?
- Wie sieht eine ideale Darstellung der Ergebnisse für den Nutzer aus?
- Wie konkurriert hierbei die Informationsvermittlung mit den wirtschaftlichen Interessen im Rahmen von Pay-per-Click-Modellen?

- Bedeutung von Komposita in der Suchmaschinenoptimierung

Dies fängt an mit der Untersuchung eines Suchanfragenkorpus, geht weiter über die Nutzung von Komposita in Domains, der Nutzung im Content bis hin zu den externen Anchortexten. Das Query

Parsing-Verhalten von Suchmaschinen gehört natürlich auch dazu (werden für <dreiländereck> andere Ergebnisse geliefert als für <länderdreieck>?)

- Binäre vs. Skalenbewertung der Treffer von Web-Suchmaschinen

In Suchmaschinentests werden die ausgegebenen Treffer entweder binär (d.h. ist der Treffer relevant oder nicht) bzw. anhand einer Skala (Beispiel: Schulnoten) bewertet. Wie unterscheiden sich diese Bewertungen? Ab welcher Note wird ein Treffer definitiv als relevant angesehen?

- Übereinstimmung zwischen Juroren bei der Bewertung von Suchmaschinen-Treffern

Stimmen Nutzer bei der Bewertung von Suchmaschinen-Ergebnissen überein? Wird der gleiche Treffer von einer Person als relevant bewertet, während eine andere diesen als schlecht einschätzt? Welche Schlüsse können daraus für Suchmaschinentests gezogen werden?

- Stärken-/Schwächenanalyse ausgewählter Suchmaschinen anhand einer qualitativen Auswertung von Ergebnismengen

Treffer von Suchmaschinen werden meist mittels standardisierter Verfahren verglichen. Diese berücksichtigen jedoch nicht den genauen Blick auf die Gründe, warum bestimmte Treffer bevorzugt werden. Zu untersuchen wäre, ob bei bestimmten Suchmaschinen gewisse Arten von „Problemtreffern“ immer wieder auftauchen.

- Qualität der Suchergebnisse auf hinteren Trefferplätzen

Wie stark unterscheidet sich die Qualität der Treffer auf den hinteren Rängen von den von den Suchmaschinen als am besten eingeschätzten Treffern?

- Ärgernisse und Wünsche der Suchmaschinennutzer

Was wünschen sich Nutzer von der „idealen Suchmaschine“? Was ärgert sie besonders an den bestehenden Suchmaschinen? Hier sind verschiedene Befragungen mit unterschiedlichen Nutzergruppen (Jugendliche, Senioren, Rechercheprofis, Bibliothekarinnen, usw.) denkbar.

- Suchstrategien von Such-Experten (zum Beispiel aus Informationsabteilungen von Unternehmen)

Zwar wurden die Suchstrategien der allgemeinen Nutzerschaft der Suchmaschinen umfänglich untersucht, man weiß aber nur wenig über das Rechercheverhalten derjenigen, die täglich professionell nach Informationen im Netz suchen.

- Untersuchung des Nutzerverhaltens spezieller Nutzergruppen (z.B. Kinder, Jugendliche, Senioren)

Wie unterscheidet sich das Verhalten einer bestimmten Nutzergruppe von dem der allgemeinen Nutzerschaft? Wie sollten Suchmaschinen diesem Verhalten angepasst werden?

- Was können OPACs von (Wissenschafts-)Suchmaschinen lernen?

Bibliothekskatalog bzw. Bibliothekssuchmaschinen versuchen zunehmend, sich an den allgemeinen Web-Suchmaschinen zu orientieren. Welche Elemente aus diesen (und den speziellen Wissenschaftssuchmaschinen) können für eine Bibliothekssuchmaschine (modifiziert) übernommen werden? Wie sollte eine Bibliothekssuchmaschine aufgebaut sein?

- Wie unterscheiden sich die Suchanfragen, die an allgemeine Suchmaschinen gestellt werden, von denen, die an Bibliothekskataloge gestellt werden?

- Informationsbedürfnisse aus Logfiles gewinnen

Für Suchmaschinentests werden möglichst realistische Suchanfragen benötigt. Oft werden diese aus den Protokolldateien der Suchmaschinen gewonnen. Um den Juroren die Bewertung zu erleichtern, soll zu den Anfragen eine kurze Beschreibung des Informationsbedürfnisses generiert werden. Problematisch sind dabei allerdings mehrdeutige Anfragen oder solche, unter denen man sich schlicht nichts vorstellen kann. Wie sollten die Beschreibungen idealerweise generiert werden?

- Qualitative Analyse von Suchanfragen aus Logfiles, bei denen keine Ergebnisse angeklickt werden. Welche Gründe kann es für das Nicht-Anklicken der Treffer geben? Inwieweit werden die Anfragen schon in der Trefferliste selbst beantwortet (in den Trefferbeschreibungen oder durch Shortcuts)?
- Lokale Suche: In welcher Entfernung suchen Nutzer lokale Ergebnisse? Inwieweit hängt die maximal tolerierte Entfernung von der Suchanfrage ab?
- Textwortmethode: Geschichte und Zukunft – überrollt durch Volltextindexierung?
- Wie könnte Social Search / Tagging für die Verbesserung der Suche ausgenutzt werden (Aktualität, Reliabilität, ...)
- Wie vertrauenswürdig sind die Ergebnisse der allgemeinen Suchmaschinen? Welche Kriterien verwenden Nutzer, um über die Vertrauenswürdigkeit der Ergebnisse zu urteilen? Sind die Ergebnisse, denen die Nutzer vertrauen, auch „richtig“?
-

Zahlreiche weitere Anregungen für Abschlussarbeiten finden Sie in

Lewandowski, Dirk (Hrsg.): Handbuch Internet-Suchmaschinen. Heidelberg: Akademische Verlagsgesellschaft, 2009.