



ÜBUNGS-NL 6. MÄRZ 2015 WERBUNG UND SUCHMASCHINEN

Informationsblatt 1 –Suchmaschinen im Internet

Suchmaschinen Allgemein

Eine (Internet-)Suchmaschine ist ein Programm, um Informationen im World Wide Web aufzufinden. Rund 95% der Menschen in Österreich nutzen GOOGLE als Suchmaschine. Gefolgt von BING (ca. 2,3%) YAHOO (ca. 1,2%). Andere Suchmaschinen werden kaum genutzt.

Die weltweit beliebteste Suchmaschine ist ebenfalls GOOGLE mit rund 71% Marktanteil. Die beliebteste Suchmaschine in China ist BAIDU (ca. 56%) und in Russland YANDEX (ca. 60%).

Neben Suchmaschinen, die Suchergebnisse aus dem gesamten Internet liefern, gibt es spezialisierte bzw. „vertikale“ Suchmaschinen, die sich nur auf ein bestimmtes Thema konzentrieren. Beispiele dafür sind geizhals.at oder Amazon, die nur bestimmte Produkte anzeigen oder andere Websites, die Flug- oder Hotelpreise vergleichen.

Der Vorteil der vertikalen Suchmaschinen ist die schnellere Anzeige von relevanten Suchergebnissen.

Wie funktioniert eine Suchmaschine?

a.) Webcrawler

Suchmaschinen durchsuchen im Zeitpunkt der Suchanfrage nicht das gesamte World Wide Web, sondern sie ziehen Daten aus einem angelegten Speicher heran.

Wie wird der Speicher gefüllt? Computerprogramme, sogenannte WebCrawler, durchsuchen automatisch das World Wide Web und analysieren Webseiten nach Information.

Um auf Webseiten aufmerksam zu werden, benutzen die Webcrawler die Hyperlinkstruktur des World Wide Web. Es können allerdings nur Informationen gefunden werden, die für die Webcrawler sichtbar sind. Unsichtbar sind z.B.:

- Passwortgeschützte Inhalte;
- Inhalte, die noch nicht lange im Internet sind;
- Inhalte mit Zugangsbeschränkungen auf Seiten der Anbieter;
- Inhalte, deren Verfügbarkeit begrenzt ist.

b.) Indexierung

Die vom Webcrawler eingesammelten Informationen werden in einen Index eingespeichert. Das heißt, der Webcrawler hat die Webseite gefunden, "gelesen" und den Kerninhalt der Seite im Index dauerhaft gespeichert. Auf diese Weise können Suchanfragen rasch verarbeitet und angezeigt werden. Der Nachteil ist die aufwendige Pflege und Speicherung des Index.

Ein Index eines Suchmaschinenanbieters umfasst somit eine riesige Anzahl an Daten. Die Anbieter verwenden daher weltweit verteilte Rechenzentren, die miteinander vernetzt sind, was einen hohen logistischen Aufwand bedeutet.

c.) Die Suchanfrage

Bei einer Suchanfrage wird die im Index vorhandene Information herausgesucht. Dabei wird die Suchanfrage für den internen Algorithmus „übersetzt“, der dann die Ergebnisse nach bestimmten Kriterien sortiert.

Viele Suchmaschinen benutzen dabei „unsichtbar“ mitgegebene Informationen (Ortsangaben und andere Informationen z.B. im Fall von Anfragen per Smartphone) oder erschlossene „Bedeutungsvorlieben“ aus den gespeicherten Suchanfragen des Nutzerin bzw. des Nutzers.

d.) Die Suchergebnisse

Die Ergebnisse der Suchmaschinenanfrage werden nach Relevanz (Wichtigkeit) angezeigt, wobei eine Vielzahl an Kriterien herangezogen wird. Dazu gehören zum Beispiel:

1. Die grundlegende Bedeutung eines Dokuments.
2. Die Häufigkeit und Stellung der Suchbegriffe im jeweiligen gefundenen Dokument.
3. Die Einstufung und Anzahl der zitierten Dokumente.
4. Die Häufigkeit von Verweisen anderer Dokumente auf das im Suchergebnis enthaltene Dokument sowie in Verweisen enthaltener Text.
5. Die Einstufung der Qualität der verweisenden Dokumente (ein Link von einem „guten“ Dokument ist mehr wert als der Verweis von einem mittelmäßigen Dokument).

Quelle: teilweise Wikipedia