



[Web](#) [Images](#) [Groups](#) [News](#) [Scholar](#) [more »](#)

Suchmaschinen und politische Informationen im Internet

[Advanced Search](#)

[Preferences](#)

[Language Tools](#)

Search: the web pages from Österreich

Google.at offered in: [Deutsch](#)

[Advertising Programs](#) - [Business Solutions](#) - [About Google](#) - [Go to Google.com](#)

©2007 Google

Suchmaschinen und politische Informationen

Flooh Perlot/Department für Politische Kommunikation

Donau-Universität Krems

Ausgangspunkte

- **Informationen als Fundament der Demokratie**
- **Medien als Schlüsselakteure**
- **Medien als einzige Akteure**
- **Medien mit eigener Logik**

Ausgangspunkte

- **Internet als alternatives Informationsquelle?**
- **Nutzbares Angebot oder undurchdringbarer Info-Dschungel?**
- **„informing ourselves to death“ (Postman 1990)**
- **Suchmaschinen als Orientierungshilfen und/oder Gate-Keeper?**

Ausgangspunkte

- **Intransparente Auswahlprozesse**
- **Aufmerksamkeitswettbewerb**
- **Nur das Sichtbare ist sichtbar**
- **Suchmaschinen als Orientierungshilfen *und* Gate-Keeper**

Fragestellungen

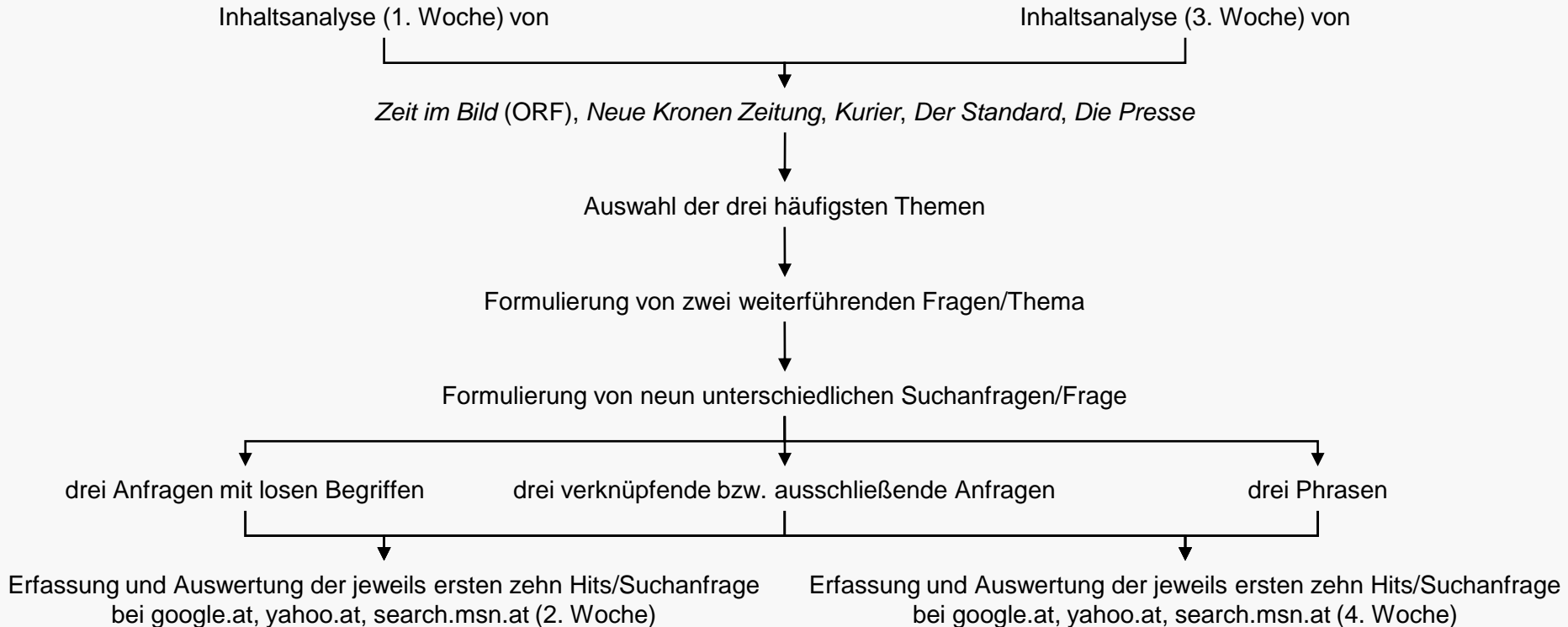
- **Eignen sich gängige Suchmaschinen zur Suche nach politischen Informationen im Internet?**
- **Liefern sie relevante Antworten auf die Suchanfragen?**
- **(Wie) Unterscheiden sich die Trefferlisten mehrerer Suchmaschinen?**
- **Lässt sich auf diesem Weg ein Mehrwert an Informationen aus unterschiedlichen Quellen finden?**

Die Untersuchung

- **Systematischer Test von Suchmaschinen als Informationsquellen für Informationen zur österreichischen Innenpolitik**
- **Verwendete Suchmaschinen: Google, Yahoo, MSN Search**
- **Gefördert von der Internetprivatstiftung Austria**
- **Durchgeführt vom Department für Politische Kommunikation, Donau-Universität Krems**

Insgesamt drei Erhebungswellen (März/Juni/September 2007)

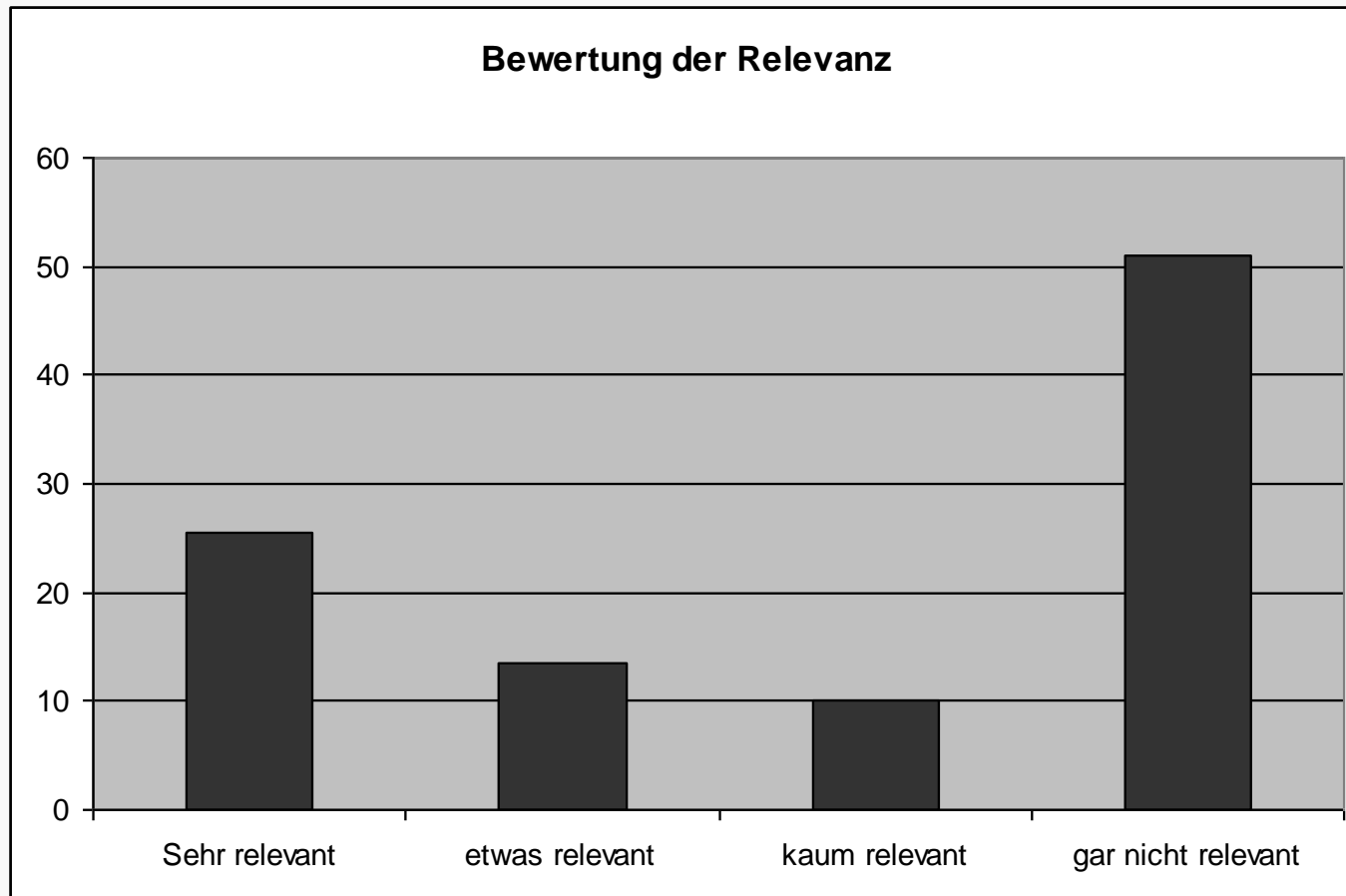
Ablauf/Welle



Ergebnisse

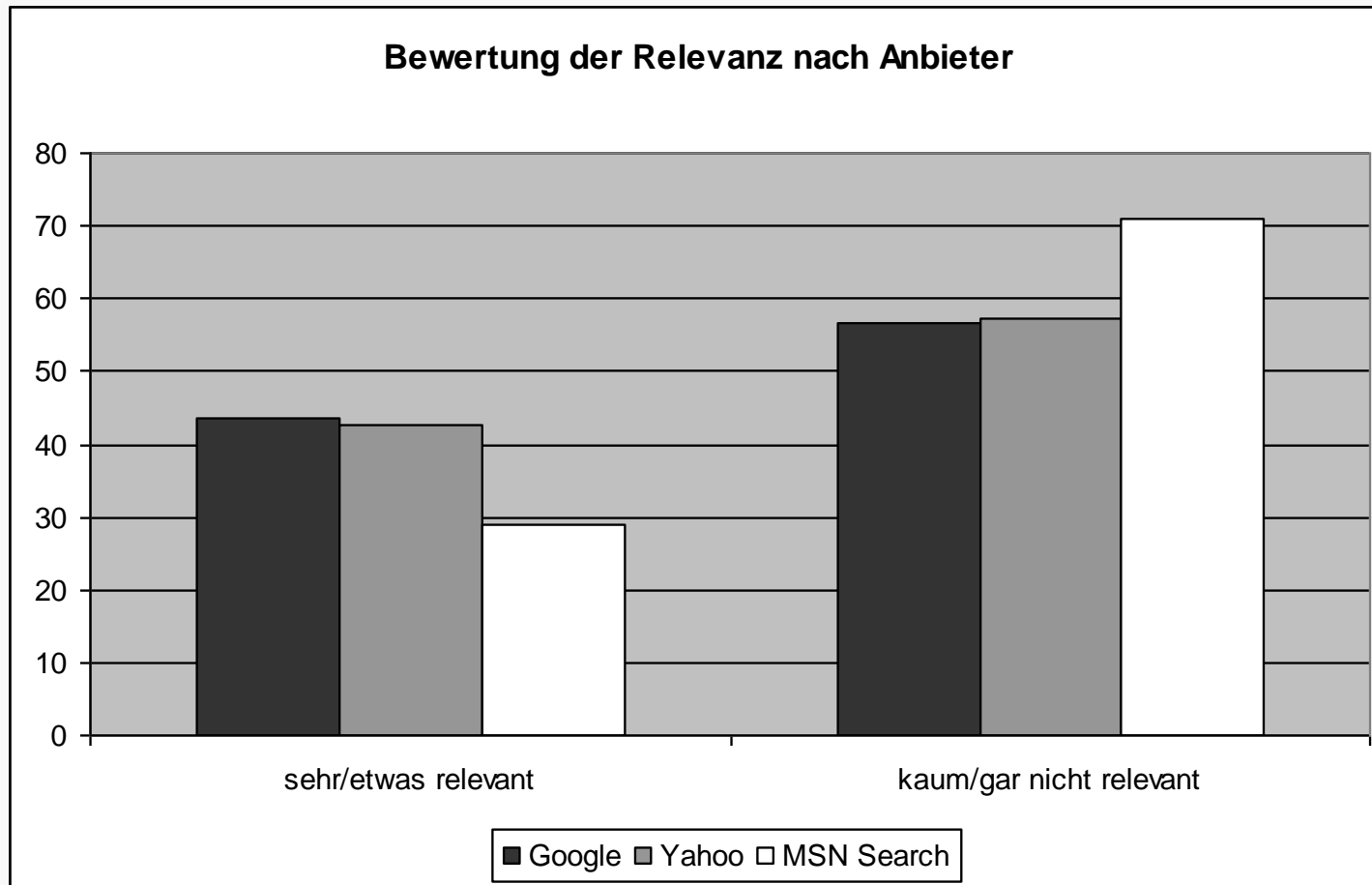
- **Insgesamt ~6000 Links ausgewertet**
- **>95% funktionierten**
- **Google und Yahoo liefern die meisten Ergebnisse**
- **Methodische Anmerkungen**

Ergebnisse (1./2. Welle)



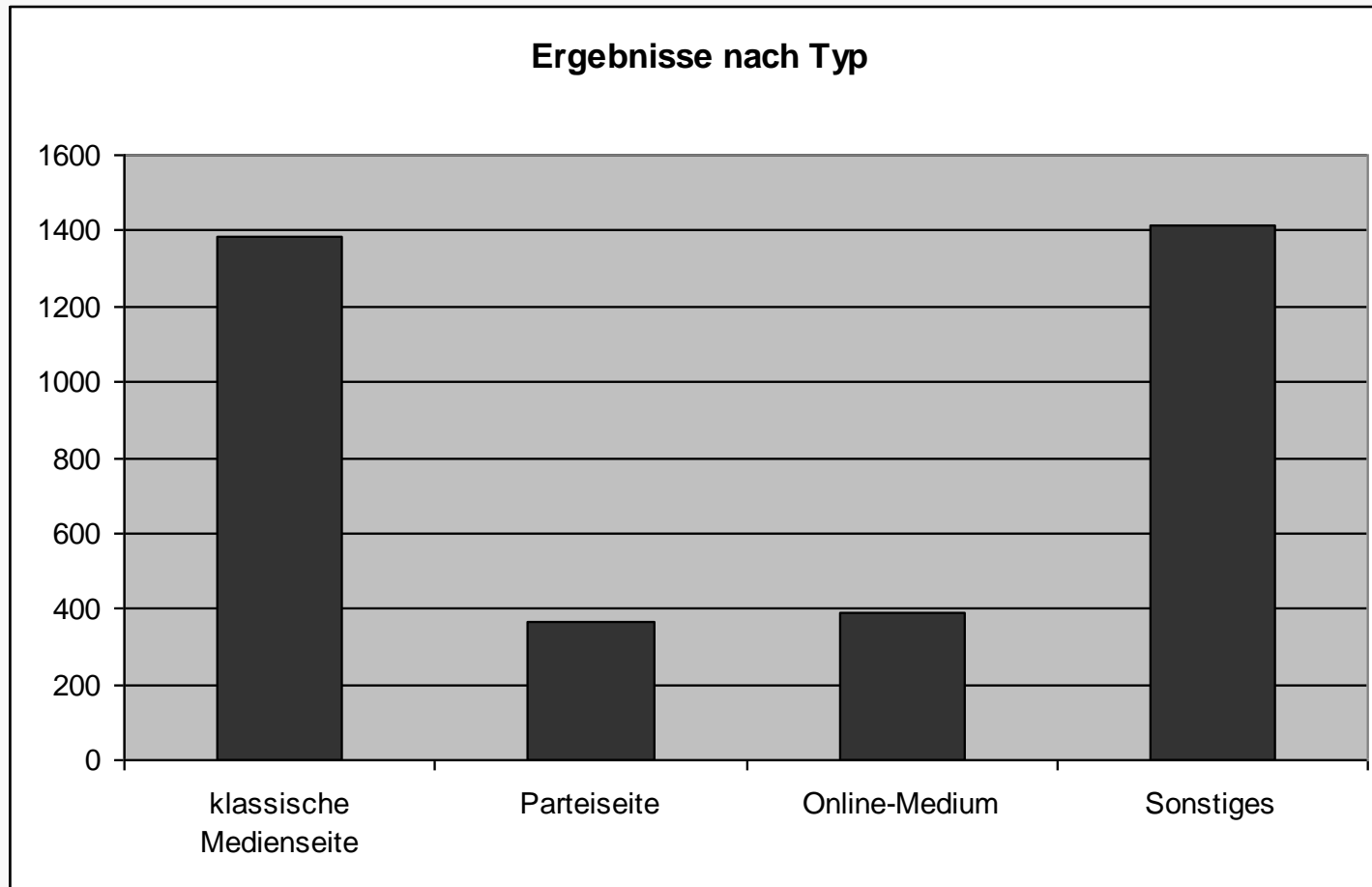
in Prozent; n=3582

Ergebnisse (1./2. Welle)



in Prozent; n=3582

Ergebnisse (1./2. Welle)



Fazit

- **Unterschiedliche Suchmaschinen bringen unterschiedliche Ergebnisse**
- **Mehr als die Hälfte der Treffer nicht relevant**
- **Keine wesentlichen Unterschiede durch Suchoperatoren**
- **Viele klassische Medienseiten**
- **Suchanfragen als (methodische) Gratwanderung**

Danke für die Aufmerksamkeit

flooh.perlot@donau-uni.ac.at