

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung</b> .....	1
1.1 Problemdarstellung .....	2
1.2 Ziel und Relevanz der Arbeit .....	10
1.3 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit .....	13
<b>2 Stand der Forschung</b> .....	17
2.1 Kriterien bei der Relevanzbewertung .....	18
2.1.1 Allgemeine Kriterien .....	25
2.1.2 Kriterien im Kontext der Websuche .....	28
2.1.2.1 Glaubwürdigkeit und Autorität .....	29
2.1.2.2 Popularität als Indikator für Qualität .....	37
2.1.3 Kriterien im Kontext akademischer Suchsysteme .....	39
2.1.4 Surrogate als Grundlage der Bewertung .....	44
2.1.5 Zusammenfassung .....	53
2.2 Methoden zur Erforschung von Relevanzkriterien .....	56
2.2.1 Befragungen .....	61
2.2.2 Beobachtungen .....	67
2.2.3 Explorative Untersuchungsdesigns .....	71
2.2.4 Experimentelle Untersuchungsdesigns .....	75
2.2.5 Zusammenfassung .....	82
2.3 Fazit und Forschungsfragen .....	83
<b>3 Voraussetzungen zur experimentellen Erforschung von Relevanzkriterien</b> .....	89
3.1 Spezifikation des Relevanzkonzepts .....	90
3.1.1 Relevanzformen und Relevanzdefinition .....	90
3.1.2 Multidimensionalität von Relevanz .....	94
3.1.3 Relevanzbewertung als Prozess des Urteilens .....	96

3.2	Identifikation der Einflüsse im Prozess der Relevanzbewertung von Surrogaten .....	99
3.2.1	Attribute des Surrogats als Basis für die Kriterienbildung .....	103
3.2.2	Einflussfaktoren als Kontext der Relevanzbewertung .....	105
3.3	Zusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfragen F1a & F1b .....	108
<b>4</b>	<b>Studie zur Untersuchung des Einflusses von Popularitätsdaten auf die Relevanzbewertung von Suchergebnissen in akademischen Suchsystemen .....</b>	<b>111</b>
4.1	Entwicklung des experimentellen Untersuchungsdesigns .....	117
4.1.1	Unabhängige Variablen .....	119
4.1.1.1	Skalenniveau .....	122
4.1.1.2	Operationalisierung .....	122
4.1.2	Abhängige Variable .....	124
4.1.2.1	Erhebung von Graded Relevance Assessments .....	125
4.1.2.2	Skalenniveau und Skalenauswahl .....	128
4.1.2.3	Operationalisierung von Relevanz als Nützlichkeit .....	130
4.1.3	Hypothesen .....	131
4.1.4	Umgang mit Störvariablen .....	133
4.1.5	Versuchsaufbau .....	135
4.1.5.1	Randomisierung der Surrogate und Aufgaben .....	136
4.1.5.2	Effekte bei der Erhebung von Relevanzbewertungen .....	140
4.2	Planung und Umsetzung der Datenerhebung .....	148
4.2.1	Entwicklung der Informationsbedürfnisse .....	151
4.2.1.1	Simulated Work Task Situations .....	153
4.2.1.2	Themenauswahl .....	156
4.2.1.3	Formulierung der Aufgaben .....	158
4.2.2	Erstellung der Surrogate als Bewertungsgegenstand .....	160
4.2.3	Konstruktion des Online-Fragebogens .....	164
4.2.3.1	Demografische Angaben .....	166
4.2.3.2	Vorabfragebogen .....	167
4.2.3.3	Experiment .....	168
4.2.3.4	Anschlussfragebogen .....	169
4.2.3.5	Abschluss .....	169

4.2.4	Berechnung des erforderlichen Stichprobenumfangs .....	170
4.2.5	Probandenakquise .....	171
4.3	Datenaufbereitung und statistische Analyse .....	175
4.3.1	Datenaufbereitung .....	176
4.3.2	Mehrebenenanalyse in SPSS .....	179
4.4	Ergebnisse des Experiments .....	182
4.4.1	Beschreibung der Stichprobe .....	182
4.4.2	Haupteffekte .....	187
4.4.2.1	Die Wirkung von UV 1 – Anzahl Downloads .....	189
4.4.2.2	Die Wirkung von UV 2 – Zitationen Werk .....	190
4.4.2.3	Die Wirkung von UV 3 – Zitationen Autor .....	192
4.4.3	Interaktionseffekte .....	193
4.4.3.1	Die Wirkung von UV 1 – Anzahl Downloads auf den Stufen von UV 2 – Zitationszahl Werk und UV 3 – Zitationszahl Autor .....	197
4.4.3.2	Die Wirkung von UV 2 – Zitationszahl Werk auf den Stufen von UV 1 – Anzahl Downloads und UV 3 – Zitationszahl Autor .....	205
4.4.3.3	Die Wirkung von UV 3 – Zitationszahl Autor auf den Stufen von UV 1 – Anzahl Downloads und UV 2 – Zitationszahl Werk .....	211
4.5	Diskussion der Ergebnisse im Kontext der Studienmethodik .....	218
4.6	Grenzen der Studie .....	226
<b>5</b>	<b>Schlussbetrachtungen .....</b>	<b>229</b>
5.1	Beantwortung der Forschungsfragen .....	230
5.2	Reflexion der Ergebnisse im Kontext der Gesamtmethodik .....	233
5.3	Künftige Forschung .....	236
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis .....</b>		<b>241</b>