

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Studij informatologije

Dunja Milanovi

Procjena vjerodostojnosti sadržaja na web stranicama

Završni rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Jelena Lakuš

Komentor: dr. sc. Snježana Stanarević Katavi

Osijek, 2017.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za informacijske znanosti

Studij informatologije

Dunja Milanovi

Procjena vjerodostojnosti sadržaja na web stranicama

Završni rad

Znanstveno područje: Društvene znanosti, informacijske i komunikacijske
znanosti, informacijski sustavi i informatologija

Mentor: izv. prof. dr. sc. Jelena Lakuš

Komentor: dr. sc. Snježana Stanarević Katavi

Osijek, 2017.

Sažetak

Unutar završnog rada razmatra se problematika vjerodostojnosti sadržaja na webu. Razvojem interneta i world wide weba omogućeni su novi načini komunikacije te izuzetno brzo i jednostavno objavljivanje i pronalaženje traženih informacija. Međutim, na webu ne postoji kontrola objave sadržaja što znači da bilo tko može izraditi svoje web sjedište na internetu te objavljivati bilo kakve informacije. Upravo iz tog razloga pitanje vjerodostojnosti informacija na webu postaje važno. U završnom radu naglasak se stavlja na tumačenje koncepta vjerodostojnosti, uzroka nevjerodostojnosti, na temeljne procjene vjerodostojnosti, vrednovanje sadržaja na webu te na tehnike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu s aspekta korisnika.

Cljučne riječi: Internet, web, informacije, vjerodostojnost informacija, procjena vjerodostojnosti informacija

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Vjerodostojnost sadržaja kao temelj svake komunikacije.....	2
2.1. Uzroci nevjerodostojnosti sadržaja na webu	2
2.2. Vrednovanje sadržaja na webu	3
2.3. imbenici procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu	5
2.4. Tehnike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu	6
2.4.1. Pristup „kontrolne liste“	7
2.4.2. Kognitivni pristup	8
2.4.3. Pristup zapažanja i interpretacije imbenika.....	9
2.4.4. Kontekstualni pristup	10
2.4.5. Pristup usredoto en na motivaciju	11
2.4.6. Društveni i heuristi ki pristup.....	12
3. Zaključak.....	14
Literatura	Error! Bookmark not defined.
Popis slika	Error! Bookmark not defined.
Popis tablica	Error! Bookmark not defined.

1. Uvod

Informacija je danas jedan od najznačajnijih nematerijalnih resursa, a može se definirati kao podatak koji ima određenu svrhu i cilj. Informacije se mogu pojaviti u različitim oblicima, a najvažnije karakteristike informacija su da se one mogu koristiti višekratno od raznih korisnika, za njih se troši malo materije i energije, predstavljaju jedan od temelja funkcioniranja živih bića te su smislene i imaju određenu vrijednost.¹ Porast značajke i važnosti informacija posljedica je naglog razvoja tehnologije.

Naime, kraj 20. stoljeća u tehnološkom smislu obilježen je razvojem multimedijских i informacijskih tehnologija. Razvojem interneta, kao i world wide weba uspostavljeni su novi načini komuniciranja, pretraživanja te prijenosa i razmjene informacija. Danas se putem interneta izuzetno brzo i jednostavno dolazi do gotovo svih potrebnih informacija. Važno je naglasiti da je uporaba interneta i internetskih pretraživača u neprestanom porastu. Dakle, ljudi se sve više oslanjaju na internet u svrhu zadovoljavanja svojih informacijskih potreba. Upravo o tome govore i statistike. Naime, prema statistikama, danas u svijetu postoji 3.719.014.000 korisnika interneta, dok promet na internetu prelazi 2 milijarde gigabajta. Korisnici interneta najviše koriste Google pretraživač, nakon čega slijede društvene mreže poput facebook-a, twittera, youtube kanala itd.²

Međutim, na internetu ne postoji kontrola objave sadržaja pa pitanje vjerodostojnosti sadržaja postaje sve aktualnije. Budući da danas svi korisnici interneta mogu objavljivati različite informacije na webu, koje mogu, ali i ne moraju biti točne i istinite, te da smo na svakodnevnoj razini okruženi masom različitih informacija, utvrđivanje njihove istinitosti, točnosti i namjere postaje izazov. Upravo zbog toga postavlja se pitanje na koji način procijeniti točnost i istinitost određenih informacija, odnosno na koji način procijeniti vjerodostojnost sadržaja na webu.

Upravo će se unutar ovog završnog rada detaljnije govoriti o vjerodostojnosti sadržaja na webu. Dakle, naglasak će se staviti na tumačenje pojma vjerodostojnosti, na uzroke nevjerodostojnosti, na čimbenike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu, vrednovanje sadržaja na webu te na tehnike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu s aspekta korisnika.

¹ Usp. Lamza-Maroni, Maja; Glavaš, Jerko. Poslovni informacijski sustavi – podloga suvremenom poslovanju. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, 2010., str. 1

² Usp. Internet live stats. URL: <http://www.internetlivestats.com> (2017-07-05)

2. Vjerodostojnost sadržaja kao temelj svake komunikacije

Vjerodostojnost najjednostavnije možemo definirati kao istinitost. Vjerodostojni ljudi su ljudi kojima se može vjerovati, dok su vjerodostojne informacije one kojima se može vjerovati. Istinitost je dobar sinonim za vjerodostojnost.³

Vjerodostojnost se može opisati kao percipirana kvaliteta koja uključuje višestruke dimenzije.⁴ Prije svega, vjerodostojnost ne prebiva u objektu, osobi ili informaciji, nego je ona percipirana kvaliteta koja se može sagledati kroz višestruke dimenzije. Dvije su ključne komponente vjerodostojnosti – pouzdanost i stručnost.⁵

Pouzdanost je ključna komponenta vjerodostojnosti, a podrazumijeva pojmove poput dobronamjerno, istinito, nepristrano itd. Pouzdanost podrazumijeva prvenstveno moralnost određenog izvora. Stručnost kao druga dimenzija vjerodostojnosti je definirana pojmovima poput obrazovanje, iskustvo, kompetentnost itd. Stručnost podrazumijeva znanja i vještine u pozadini određenog izvora podataka. Dakle, vjerodostojan izvor podataka ima visoku razinu i pouzdanosti i stručnosti.⁶

2.1. Uzroci nevjerodostojnosti sadržaja na webu

Za nevjerodostojnost sadržaja na webu postoje različiti uzroci. Prije svega, web ne poznaje kontrolu i nadzor sadržaja objavljivanja. Web je dostupan svakome te bilo tko može izraditi web stranicu i postavljati različite informacije.

Jedan od značajnijih razloga zašto je potrebno procjenjivati vjerodostojnost informacija na webu je taj što često ne postoji subjektivna odgovornost za ono izrečeno. Na webu se falsificira subjektivnost i autorova odgovornost za nastali tekst te se zauzima dispozitiv opretnosti i istine. Nedostatak osobne odgovornosti može negativno utjecati na stvaranje mišljenja i dojma jer pojedinac nije suočen s osobom koja je objavila određenu informaciju, već s cjelokupnim sustavom, što je posebno relevantno u kontekstu medijskih vijesti i informacija koje se šire putem medija.⁷

³ Usp. Fogg, BJ.; Tseng, Hsinag. The elements of computer credibility. // CHI Papers, 15-20 (1999), str. 80

⁴ Usp. Isto

⁵ Usp. Isto

⁶ Usp. Isto

⁷ Usp. Ružić, Boris. Koncept vjerodostojnosti televizijske i internetske vijesti (informacije): Kričkička analiza. // Medijske studije, 1 (2010.), str. 192

Lažne vijesti su pojam koji je posljednjih godinama postao sveprisutan u medijskom prostoru. Lažne vijesti mogu značiti različite stvari, ovisno o kontekstu. Novinska satira često sadrži lažne i neistinite informacije jer se sastoji od parodija. Veliki dio lažnih vijesti koje su potopile Internet tijekom 2016. godine sastojao se od pisanih i snimljenih informacija vezanih uz različite teorije zavjere, o danima izbora u SAD-u 2016. godine itd.⁸

Uzroci nevjerodostojnosti informacija na webu, a posebice u kontekstu medijskih vijesti, su i sljedeći:

- netransparentnost samih izvora
- fragmentiranje informacija i objavljivanje samo njenih pojedinih dijelova na drugim online lokacijama bez navođenja izvora
- kompiliranje vijesti i informativnih činjenica iz više izvora iz kojih se konstruiraju nove priče
- agregiranje vijesti
- plagiranje vijesti
- posredovanje i distribuiranje vijesti putem različitih platformi pri čemu se zamagljuje razlika između izvora i prijenosnika vijesti.⁹

2.2. Vrednovanje sadržaja na webu

Kako bi se moglo procijeniti jesu li sadržaji na webu vjerodostojni, njih je potrebno vrednovati. Vrednovanje sadržaja na webu je zapravo prosuđivanje vjerodostojnosti informacija, što može biti izuzetno problematično. Međutim, postoje utvrđeni načini procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu.

- Kako bi se procijenila vjerodostojnost sadržaja na webu, potrebno je pokušati utvrditi: tko je odgovoran za stranicu
- točnost objavljenih informacija
- koja je motivacija u pozadini web stranice.¹⁰

⁸ Usp. Journalist resource study. Fake news and the spread of misinformation. URL : <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research> (2017-07-05)

⁹ Usp. Car, Viktorija; Turilo, Lejla; Matović, Marijana. Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije. // Zbornik radova s 5. regionalne znanstvene konferencije „Vjerodostojnost medija“, (2015), str. 63

¹⁰ Usp. Tonković, Maša. Korištenje interneta u pretraživanju literature. // Tempus projekt „Developing university counselling and advisory services“. 2014. URL: <http://savjetovaliste.ffzg.unizg.hr/wp-content/uploads/2014/12/koristenje-interneta-u-pretrazivanju-literature.pdf>. (2017-06-10)

Dakle, prilikom vrednovanja sadržaja na webu prvenstveno je potrebno utvrditi postoji li i tko je autor stranice. Autor stranice je od izuzetne važnosti ukoliko se određene informacije žele koristiti prilikom pisanja znanstvenog i stručnog rada. Naime, ako je u znanstvenom i stručnom djelu poput znanstvenih članaka, seminara i sl. navedena referenca bez naznake o autoru tada se informacija vezana uz određenu referencu smatra neistinom. Ako ne postoji autor stranice, to dovodi u pitanje vjerodostojnost objavljenih informacija.

Kada se utvrđuje postoji li autor stranice potrebno je odgovoriti na određena pitanja, a to su:

- Je li posve jasno koja je organizacija odgovorna za informacije navedene na stranici?
- Postoji li na stranici poveznica na informacije o organizaciji i uključenim osobama?
- Postoji li mogućnost da se provjeri postoji li organizacija u stvarnom svijetu?

Ako su se na ova pitanja dali negativni odgovori, vjerojatno se radi o web stranici koja se ne želi uključiti u popis referenci.¹¹

Nadalje, potrebno je utvrditi jesu li objavljene informacije točne. Za utvrđivanje točnosti informacija treba pokušati odgovoriti na sljedeća pitanja:

- Može li se jednostavno odrediti tko je autor?
- Jesu li sve činjenice potkrijepljene citiranom literaturom?
- Ima li tekst očitih gramatičkih i pravopisnih grešaka?
- Može li se procijeniti autorova stručnost?
- Jesu li autorove kvalifikacije na stranici jasno navedene?¹²

Utvrdjivanje vjerodostojnosti sadržaja na webu može se postići provjerom koja je motivacija u pozadini web stranice. Kako bi se utvrdila vrsta motivacije, također je potrebno odgovoriti na određena pitanja, a to su:

- Postoji li očitá pristranost u informacijama?
- Je li tekst napisan uravnoteženo ili jasno naginje određenom stajalištu?
- Odgovara li URL sadržaju stranice?
- Jesu li promidžbeni oglasi jasno odvojeni od sadržaja?

Ako se sumnja u integritet stranice tada treba potražiti drugi izvor informacija.¹³

Osim prethodno navedenog, sadržaj na webu može se vrednovati utvrđivanjem:

- tipa domene, i je li domena prikladna sadržaju
- je li web stranica datirana i ažurirana

¹¹ Usp. Isto

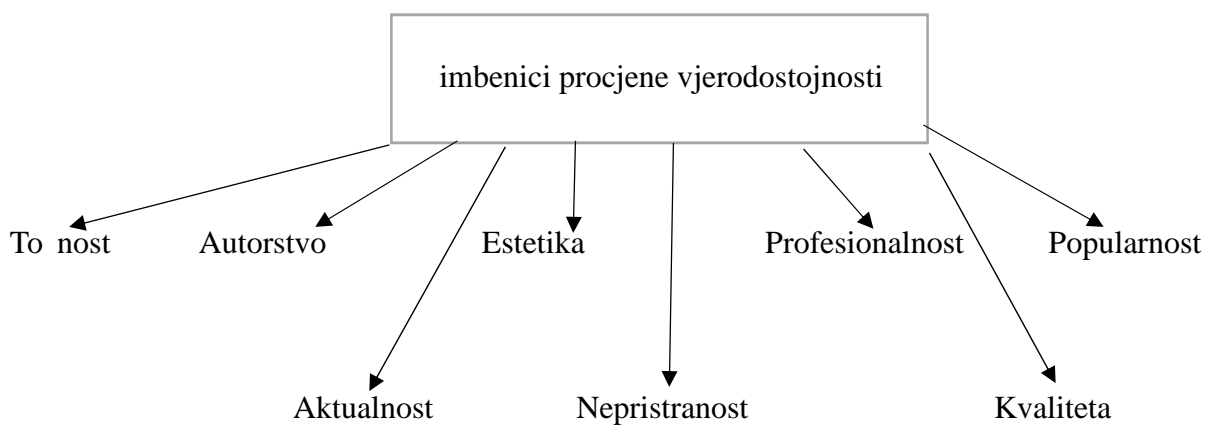
¹² Usp. Isto

¹³ Usp. Isto

- što je svrha web stranice i tko se još veže na tu stranicu
- tko sponzorira web stranicu
- je li određena web stranica ozbiljna, ironična ili parodija.¹⁴

2.3. imbenici procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu

imbenici procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu klasificirani su pomoću određenih kategorija. Sljedeća slika prikazuje postojeće kategorije.



Slika 1: Klasifikacija imbenika za procjenu vjerodostojnosti¹⁵

Vjerodostojnost sadržaja na webu ima određena obilježja, odnosno karakteristike. Naime, kako bi sadržaj na webu bio vjerodostojan, on prvenstveno mora biti točan, istinit i autentičan. Istinite informacije su one koje su točne i koje su u skladu s realnošću.

Autorstvo je imbenik koji označava ne samo postojanje autora, nego i postojanje kvalifikacija autora na webu. Estetika sadržaja na webu je kombinacija boja, slika, video sadržaja, fontova, i sl. na određenoj web stranici. Profesionalizam je imbenik koji se odnosi na dostupnost različitih dodataka na web stranici kao što su mogućnost odabira jezika web

¹⁴ Prirodoslovno matematički fakultet u Zagrebu. Vrednovanje web stranica. URL: <http://prelog.chem.pmf.hr/~tezak/preinin/preinin/Vwwwstr.html> (2017-06-10)

¹⁵ Usp. Shah, Asad Al...[et al.]. Web credibility assessment: affecting factors and assessment techniques. // Information research. 2015. 20 (1). <http://www.webcitation.org/6X3QQGnRu> (2017-06-10)

stranice, mogu nost pretraživanja informacija putem upisa ključnih riječi i itd., dok se popularnost odnosi na sve recenzije koje korisnici ostavljaju na web stranici.

Aktualnost kao obilježje vjerodostojnih sadržaja odnosi se na redovito ažuriranje informacija o događajima u politici, društvenom ili konverzacijskom okolišu uvijek.¹⁶ Nepristranost se odnosi na objektivnost u pristupu sadržaju, tj. nepostojanje pristranosti u samom sadržaju. Kvaliteta označava postojanje različitih elemenata koji doprinose kvaliteti sadržaja poput toga da je članak na web stranici pregledan od strane stručnjaka.¹⁷

2.4. Tehnike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu

Unatoč tome što se vjerodostojnost sadržaja na webu može vrednovati na različite načine i što postoje različiti elementi procjene vjerodostojnosti, korisnicima je ponekad izuzetno teško ocijeniti koje informacije su istinite i autentične, a koje pak nisu. Razlog tome je što korisnicima interneta i weba nedostaju vještine i iskustva u procjeni vjerodostojnosti. Upravo zbog toga predložene su razne evaluacijske tehnike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu.

Postoje dvije kategorije tehnika za procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu. Prva tehnika se odnosi na evaluaciju vjerodostojnosti od strane korisnika, dok se druga tehnika odnosi na procjenu vjerodostojnosti uz korištenje računala. Međutim, unutar završnog rada usredotočeno se na tehnike evaluacije vjerodostojnosti od strane korisnika.

Naime, tehnike korištene od strane korisnika interneta i weba se dijele na:

- pristup „kontrolne liste“
- pristup zapažanja i interpretacije elemenata
- kontekstualni pristup
- kognitivni pristup
- pristup usredotočen na motivaciji
- društveni i heuristički pristup.

Bitno je za naglasiti da se svaka od navedenih tehnika temelji na elementima za procjenu vjerodostojnosti. Naime, prilikom korištenja pojedine tehnike vjerodostojnost mogu se identificirati određeni elementi ključni za procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu. U nastavku završnog rada naglasak će se staviti na tehnike korištene od strane korisnika te će se

¹⁶ Usp. Bauer, Thomas...[et. al.]. Vjerodostojnost novina. Zagreb: Sveučilišna knjižara d.o.o., 2007. Str. 26

¹⁷ Usp. Isto, Str. 25-28

objasniti svaka od prethodno navedenih tehnika procjene vjerodostojnosti, a isto tako se se navesti i imbenici koji su obuhvaćeni pojedinim pristupom, odnosno tehnikom.

2.4.1. Pristup „kontrolne liste“

Pristup „kontrolne liste“ omogućuje korisniku sveobuhvatno ocjenjivanje sadržaja na webu. Ovaj pristup pokriva sve kategorije imbenika procjene vjerodostojnosti.

Za procjenu vjerodostojnosti sadržaja pomoću navedenog pristupa potrebno je uzeti u obzir sljedeće:

- izvor informacija
- vrstu informacija
- kako se informacije uklapaju u određenu web stranicu
- prethodno znanje o određenom sadržaju.

Međutim, ovaj pristup ima veliki nedostatak, a isti se odnosi na to da pristup „kontrolne liste“ zahtjeva puno vremena od korisnika kako bi procijenio vjerodostojnost sadržaja na webu.

U dolje priloženoj tablici prikazani su svi imbenici procjene vjerodostojnosti koji se mogu identificirati navedenim pristupom.

Tablica 1: Imbenici procjene vjerodostojnosti weba putem „kontrolne liste“¹⁸

Kategorija	Identificirani imbenici
Točnost	Mogućnost potvrđivanja navoda u vanjskim izvorima, postojanje citata i referenci
Autorstvo	Mogućnost identifikacije autora, autorove kvalifikacije, kontakt podaci
Estetika	Organiziranost web stranice, jednostavna navigacija, interaktivne značajke (npr. mogućnost pretraživanja, potvrđne poruke, brzi odgovori korisnicima) te profesionalno, privlačno i dosljedno oblikovanje stranica uključujući i grafiku, logotipove, sheme itd.
Profesionalnost	Certifikati ili potvrde provjerenih trećih osoba, nepostojanje reklama, nepostojanje tipografskih pogrešaka i mrtvih poveznica, naziv domene, URL, brzina preuzimanja podataka, višejezična podrška, postavke privatnosti i sigurnosti, sponzorstvo od strane renomiranih organizacija
Popularnost	Prethodna iskustva s izvorom ili organizacijom (reputacija), rangiranje web stranice u tražilicama
Aktualnost	Nadnevak ažuriranja web stranice
Nepriistranost	Relevantnost poruka, argumenti na web stranici

¹⁸ Shah, Asad Ali...[et al.]. Nav. dj.

Kvaliteta	Sveobuhvatnost danih informacija, pla en pristup informacijama, profesionalno, kvalitetno i jasno pisanje
-----------	---

2.4.2. Kognitivni pristup

Kognitivni pristup obuhvaća imbenika koji su vrlo slični pristupu kontrolne liste. On podrazumijeva potvrđivanje informacija o autoru ili informacija o ustanovama, provjeru je li sadržaj recenziran od strane stručnjaka u polju te pruža li dokaze za podršku argumenata, izgled i prezentaciju sadržaja, redovito ažuriranje sadržaja te točnost sadržaja koja se može potvrditi u drugim izvorima. Iako je pristup vrlo sličan pristupu kontrolne liste, razlika je u mehanizmima procjene. Kognitivni pristup podrazumijeva uporabu različitih tehnoloških alata kao što su Whois¹⁹, Traceroute²⁰, and NSlookup²¹ ili Dig koji korisniku pomažu u procjeni vjerodostojnosti prema različitim kriterijima.

Wathen and Burkell²² opisuju kognitivni model procjene vjerodostojnosti koji se odvija u tri faze. Prva faza obuhvaća stvaranje cjelokupnog dojma o web stranici pregledavanjem njezinih svojstava poput izgleda, boja, grafike itd. Nadalje, u drugoj fazi se provjerava vjerodostojnost, točnost i aktualnost dokumenta. Posljednja, odnosno treća faza uzima u obzir imbenike koji se odnose na kognitivno stanje korisnika prilikom ocjenjivanja dokumenata. Stoga se rezultat procjene vjerodostojnosti na temelju kognitivnog pristupa može razlikovati od korisnika do korisnika, ovisno o njegovom iskustvu vezanom uz temu pojedine web stranice.²³ Svaki od identificiranih imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem kognitivnog pristupa prikazan je u sljedećoj tablici.

Tablica 2: Identificiranje imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem kognitivnog pristupa²⁴

Kategorija	Identificirani imbenici
Točnost	Točnost dokumenata nasuprot drugim poznatim dokumentima i teorijama pouzdanost, točnost

¹⁹ Usp. Who is. URL: <https://www.whois.com/whois> (2017-09-01)

²⁰ Usp. Traceroute. URL: <http://whatismyipaddress.com/traceroute-tool> (2017-09-01)

²¹ Usp. NSlookup. URL: <https://www.nslookuptool.com/> (2017-09-01)

²² Usp. Wathen, C. N. & Burkell, J. (2002). Believe it or not: factors influencing credibility on the Web.// Journal of the American Society for Information Science and Technology, 53, 2 (2002), str. 134-144.

²³ Usp. Shah, Asad Ali...[et al.]. Nav. dj.

²⁴ Isto.

	korisnikovo kognitivno stanje
Autorstvo	Provjera informacija o odgovornom autoru ili tijelu
Estetika	Raspored i prezentacije sadržaja, vizualni izgled web stranice, boje, grafike i raspored sadržaja
Profesionalnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Popularnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Aktualnost	Redovito ažuriranje dokumenata
Nepristranost	Sadržaj je recenziran od strane stručnjaka u polju i donosi dokaze o iznesenim tvrdnjama
Kvaliteta	Kategorija nije uključena u navedeni pristup

2.4.3. Pristup zapažanja i interpretacije imbenika

Prva dva opisana pristupa (kontrolna lista i kognitivni pristup) „zadaju“ kriterije na temelju kojih korisnik treba procijeniti vjerodostojnost. Međutim, u praksi korisnici često samostalno postavljaju vlastite kriterije za procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu. Ovaj pristup ne obuhvaća sve imbenike za procjenu vjerodostojnosti, već korisnik uzima u obzir samo imbenike koji su najvažniji za procjenu vjerodostojnosti sadržaja. Dakle, korisnik može ignorirati pojedine kategorije imbenika ako iste ne smatra važnima.

Laboratorij za poticajnu tehnologiju (*The Persuasive Technology Lab*) na Sveučilištu Stanford bavi se kreiranjem uvida u to kako računalna i internet tehnologija poput web stranica i aplikacija na mobilnim telefonima može biti dizajnirana na način da promijeni ljudska vjerovanja i ponašanja te je pristup zapažanja i interpretacije imbenika rezultat upravo istraživanja provedenih u okviru rada navedenoga Laboratorija.²⁵

Dolje priložena tablica prikazuje identificirane kategorije imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem izražajno-interpretativnog pristupa.

Tablica 3: Identificiranje imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem pristupa zapažanja i interpretacije imbenika²⁶

Kategorija	Identificirani imbenici
Točnost	Mogućnost provjere navoda u drugim izvorima, službeno autorstvo izvora, prisutnost znanstvenih citata, vrsta web stranice (npr. časopis vs. forum)
Autorstvo	Pojedinosti o autorima, karakteristike izvora podataka koje su u vezi s autorstvom

²⁵ Usp. Stanford Persuasive Tech Lab. URL: <http://captology.stanford.edu/> (2017-09-01)

²⁶ Usp. Shah, Asad Ali...[et al.]. Nav. dj.

Estetika	Izgled web stranice, raspored sadržaja, strukturalni dizajn, jednostavnost korištenja, motivi na web stranici
Profesionalnost	URL, motivacija web stranice, postojanje višejezičnosti, vrsta izvora (npr. .com, .edu itd.), informacije na stranici
Popularnost	Reputacija web stranice
Aktualnost	Datum ažuriranja sadržaja
Nepriistranost	Iskustvo korisnika, uključenost korisnika, individualne razlike, tema web stranice, zadatak korisnika, korisnikove pretpostavke, vještine i znanja korisnika, procjena konteksta, korisnički motivi, osobna uvjerenja korisnika
Kvaliteta	Kategorija nije uključena u navedeni pristup

2.4.4. Kontekstualni pristup

Kontekstualni pristup za procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu je predložen kako bi se uklonili nedostaci prethodno navedenih pristupa, a iako ključni nedostatak je taj što je potrebno prilično dosta vremena kako bi se procijenila vjerodostojnost sadržaja na webu.

Kontekst kao sustav unutarnjih i vanjskih čimbenika koji mogu utjecati na percepciju i razumijevanje vjerodostojnosti sadržaja na webu generira smisao i značenje vjerodostojnosti sadržaja kroz korelaciju s drugim, vanjskim izvorima.

Kontekstualni pristup predlaže tri tehnike za procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu:

- tehnika korištenja izvora koji su pregledani i recenzirani
- usporedba podataka s vjerodostojnim izvorima
- potkrijepljivanje informacijama iz više različitih izvora.²⁷

Jedna od ključnih prednosti kontekstualnog pristupa je u tome što je isti praktičniji i lakši za korištenje u odnosu na dosada opisane evaluacijske tehnike. Dakle, kontekstualni pristup procjene vjerodostojnosti weba zahtijeva znatno manje vremena za usmjeravanje korisnika na vjerodostojne informacije.

Ovaj pristup uključuje samo pojedine čimbenike za procjenu vjerodostojnosti, a koji su prikazani u Tablici 4.

Tablica 4: Identificiranje čimbenika procjene vjerodostojnosti weba kontekstualnim pristupom²⁸

²⁷ Usp. Isto.

²⁸ Isto.

Kategorija	Identificirani imbenici
Točnost	Podaci se uspoređuju s vjerodostojnim resursima, potvrda podataka na webu iz više različitih izvora
Autorstvo	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Estetika	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Profesionalnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Popularnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Aktualnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Nepriistranost	Primjena recenziranih i urednički revidiranih izvora podataka
Kvaliteta	Primjena recenziranih i urednički revidiranih izvora podataka

2.4.5. Pristup usredotočen na motivaciju

Pristup usredotočen na motivaciju je dvostruki pristup jer on osim sposobnosti procjene vjerodostojnosti od strane korisnika uzima u obzir i njihovu motiviranost prilikom procjene sadržaja na webu.

Pristup usredotočen na motivaciju je koristan onim korisnicima koji traže određene ili ciljane informacije te imaju određeno znanje i iskustvo s temom interesa.

Ovaj pristup je podijeljen u tri faze, a to su:

- faza izloženosti
- faza procjene
- faza prosudbe.²⁹

U fazi izloženosti korisnika se pita o njegovoj motiviranosti i sposobnosti procjene vjerodostojnosti informacija. Nadalje, faza procjene nudi korisnicima mogućnost odlučivanja da ne e vrednovati izvor jer procjenjuju da vrednovanje nije nužno ili vrednovanja vjerodostojnosti informacija putem heurističke ili periferne procjene te sustavne ili središnje procjene. Sustavna ili središnja procjena je za one korisnike koji žele rigoroznu i točnu procjenu vjerodostojnosti. S druge strane, heuristička ili periferna evaluacija u obzir uzima samo jednostavna obilježja poput dizajna ili izgleda web stranice. Konačno, faza prosudbe je zadnja faza u kojoj se donose zaključci vezani uz vjerodostojnost informacija.

Kategorije imbenika procjene vjerodostojnosti uzete u obzir po ovom pristupu prikazane su Tablicom 5.

²⁹ Usp. Isto.

Tablica 5: Identificiranje imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem pristupa usredotočeno na motivaciju³⁰

Kategorija	Identificirani imbenici
Točnost	Sustavna ili središnja procjena
Autorstvo	Sustavna ili središnja procjena
Estetika	Heuristička ili periferna procjena
Profesionalnost	Heuristička ili periferna procjena
Popularnost	Heuristička ili periferna procjena
Aktualnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Nepriistranost	Izloženost korisnika na temelju njegove motivacije i sposobnosti procjene
Kvaliteta	Kategorija nije uključena u navedeni pristup

2.4.6. Društveni i heuristički pristup

Društveni i heuristički pristup predstavlja uključivanje drugih korisnika u procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu. S obzirom da nemaju svi korisnici weba potrebne vještine za učinkovitu procjenu vjerodostojnosti, korisnik kroz komunikaciju s drugim korisnicima koji imaju više znanja i iskustva o ciljanim temama te u procjeni vjerodostojnosti dolazi do traženog odgovora na konkretno pitanje. Pritom važnu ulogu igraju društveni programski alati koji korisnicima omogućuju interakciju.

Potrebno je razlikovati društvene i heurističke imbenike. Naime, društveni imbenici su:

- društvene informacije (dobre i loše recenzije)
- društvena potvrda osobnog mišljenja
- prihvatanje mišljenja entuzijasta na određenu temu
- dijeljenje resursa putem međuljudske razmjene.³¹

S druge strane, heuristički imbenici su:

- ugled
- potvrda
- dosljednost
- povreda očekivanja

³⁰ Usp. Isto.

³¹ Usp. Isto.

- uvjerljiva namjera.³²

U istraživanju iz 2011. godine analizirano je 4.739 poruka objavljenih na 160 različitih foruma u Finskoj kako bi se utvrdilo koji su imbenici procjene kvalitete i vjerodostojnosti informacija. Ovim istraživanjem je utvrđeno da se za procjenu kvalitete sadržaja poruka najviše koriste kriteriji kao što su korisnost, ispravnost i specifičnost informacija, dok je procjena vjerodostojnosti uključivala ugled, stručnost i iskrenost autora poruke.³³

Navedeni pristup obuhvaća određene kategorije imbenika za procjenu vjerodostojnosti koje su prikazane Tablicom 6.

Tablica 6: Identificiranje imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem društvenog i heurističkog pristupa³⁴

Kategorija	Identificirani imbenici
Točnost	Točnost i specifičnost informacija
Autorstvo	Stručnost i ugled autora
Estetičnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Profesionalnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Popularnost	Socijalni imbenici uključuju socijalne informacije (dobre i loše recenzije), društvenu potvrdu osobnog mišljenja, potvrđivanje od strane entuzijasta na određenu temu, dijeljenje izvora podataka, imbenici kognitivne heuristike uključuju reputaciju, potvrđivanje, dosljednost, povreda otkrivanja, uvjerljiva namjera
Aktualnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Nepriistranost	Potvrda od strane entuzijasta na određenu temu, iskrenost autora poruke
Kvaliteta	Korisnost kvalitete poruke

³² Usp. Isto.

³³ Savolainen, R. Judging the quality and credibility of information in Internet discussion forums. // Journal of the American Society for Information Science and Technology, 62 7 (2011) str. 1243-1256

³⁴ Isto.

3. Zaključak

Informacije danas predstavljaju jedan od najvažnijih nematerijalnih resursa. Njihova važnost leži u tome što one povećavaju razinu znanja korisnika, omogućuju pojedincu da stvara dojmove, ideje, nove misli i stavove te da donosi zaključke. Međutim, kako bi informacija bila kvalitetna, ona mora biti točna, pouzdana, pravovremena i korisna. Ubrzani razvoj tehnologije te pojava interneta i weba omogućili su brži i jednostavniji pronalazak potrebnih informacija.

Međutim, s obzirom da web ne poznaje kontrolu kvalitete sadržaja, sadržaji na webu esto nisu u potpunosti točni, niti su postavljeni na web s iskrenim i pozitivnim namjerama. Ukoliko su sadržaji na webu vjerodostojni, tada njih karakterizira istinitost i točnost.

Može se reći da o vjerodostojnosti informacija na webu odlučuje mnogo različitih čimbenika, a kako bi se stvorila idealna web stranica potrebno je dobro suvremeno, dobar dizajn, dobra organizacija, jednostavnost i profesionalne slike te je važno jasno i sažeto prikazati željene informacije. Međutim, mnogi korisnici nemaju dovoljno znanja i iskustva u procjeni vjerodostojnosti sadržaja na webu zbog čega su se i razvile različite evaluacijske tehnike koje znatno pomažu prilikom identificiranja pojedinih čimbenika procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu.

Iako su istraživači došli do određenih rješenja procjene vjerodostojnosti ona se i dalje ne mogu primijeniti na isti način na sve vrste izvora (npr. blogovi, društvene mreže, medicinski i zdravstveni upiti, akademska i znanstvena područja) i formata izvora (HTML, XML, slike, videozapisi itd.). Kriterij za procjenu vjerodostojnosti jednog izvora možda neće biti isti kao i za procjenu drugog. Na primjer, kada bi uspoređivali časopis s blogom, kriteriji koji su potrebni za procjenu vjerodostojnosti časopisa su prilično drugačiji u usporedbi s blogom. Najjednostavniji način procjene je onaj od strane ljudi (u usporedbi s procjenom vjerodostojnosti od strane računala) budući da je jedini preduvjet poznavanje kriterija za vrednovanje dokumenta ili web stranice. Međutim, mnoga istraživanja pokazuju da je izuzetno dugotrajno i teško provjeravati svaki čimbenik vjerodostojnosti putem evaluacijskih tehnika.³⁵ Upravo zbog toga, u praksi se identificiraju samo najvažniji čimbenici, a i ne koriste se sve evaluacijske tehnike, već samo one znatnije.

Većina korisnika interneta najčešće procjenjuje vjerodostojnost web stranica na temelju sveobuhvatnosti i objektivnosti, a manji broj njih procjenjuje vjerodostojnost na temelju

³⁵ Usp. Isto.

identiteta autora. Na temelju rečenog može se zaključiti da korisnici interneta prvenstveno teže jednostavnosti i brzini prilikom procjene vjerodostojnosti sadržaja web stranica.

Literatura

1. Bauer, Thomas...[et. al.]. Vjerodostojnost novina. Zagreb: Sveučilišna knjižara d.o.o., 2007. Str. 25-28
2. Car, Viktorija; Turilo, Lejla; Matović, Marijana. Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije. // Zbornik radova s 5. regionalne znanstvene konferencije „Vjerodostojnost medija“, (2015), str. 62-76
3. Demeterffy Lanić, Renata. Novi mediji i odnosi s javnošću. // Medijske studije, 1-2 (2010), str. 157-169
4. Fogg, B. J.; Tseng, Hsinag. The elements of computer credibility. // CHI Papers, 15-20 (1999), str. 80-87
5. Internet live stats. URL: <http://www.internetlivestats.com> (2017-07-05)
6. Journalists resource studies. Fake news and the spread of misinformation. URL: <https://journalistsresource.org/studies/society/internet/fake-news-conspiracy-theories-journalism-research> (2017-07-05)
7. Lamza-Maroni, Maja; Glavaš, Jerko. Poslovni informacijski sustavi – podloga suvremenom poslovanju. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, 2010.
8. NSlookup. URL: <https://www.nslookuptool.com/> (2017-09-01)
9. Persuasive Technology Lab at Stanford university. URL: www.captology.stanford.edu (2017-07-05).
10. Prirodoslovno matematički fakultet u Zagrebu. Vrednovanje web stranica. URL: <http://prelog.chem.pmf.hr/~tezak/preinin/preinin/Vwwwstr.html> (2017-06-10)
11. Ružić, Boris. Koncept vjerodostojnosti televizijske i internetske vijesti (informacije): Krićka analiza. // Medijske studije, 1 (2010.), str. 184-197
12. Shah, Asad Ali ...[et al.]. Web credibility assessment: affecting factors and assessment techniques. // Information research. 2015. 20 (1). URL: <http://www.webcitation.org/6X3QQGnRu> (2017-06-16)
13. Tonković, Maša. Korištenje interneta u pretraživanju literature. // Tempus projekt „Developing university counselling and advisory services.“ 2014. URL:<http://savjetovaliste.ffzg.unizg.hr/wp-content/uploads/2014/12/koristenje-interneta-u-pretrazivanju-literature.pdf>. (2017-06-10)
14. Traceroute. URL: <http://whatismyipaddress.com/traceroute-tool> (2017-09-01)
15. Who is. URL: <https://www.whois.com/whois> (2017-09-01)