

Procjena vjerodostojnosti sadržaja na web stranicama

Milanović, Dunja

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:497840>

Rights / Prava: [In copyright/Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-14**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveuilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Studij informatologije

Dunja Milanović

Procjena vjerodostojnosti sadržaja na web stranicama

Završni rad

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

Komentor: dr. sc. Snježana Stanarević Katavić

Osijek, 2017.

Sveu ilište 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 podru je: Društvene znanosti, informacijske i komunikacijske znanosti, informacijski sustavi i informatologija

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

Komentor: dr. sc. Snježana Stanarevi Katavi

Osijek, 2017.

Sažetak

Unutar završnog rada razmatra se problematika vjerodostojnosti sadržaja na webu. Razvojem interneta i world wide weba omogu eni su novi na ini komunikacije te izuzetno brzo i jednostavno objavljivanje i pronalaženje traženih informacija. Me utim, na webu ne postoji kontrola objave sadržaja što zna i 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 e se staviti na tuma enje koncepta vjerodostojnosti, uzroka nevjerodostojnosti, na imbenike procjene vjerodostojnosti, vrednovanje sadržaja na webu te na tehnike procjene vjerodostojnosti sadržaja na webu s aspekta korisnika.

Klju ne rije i: 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. Pripust zapažanja i interpretacije imbenika.....	9
2.4.4. Kontekstualni pristup	10
2.4.5. Pripust usredoto en na motivaciju	11
2.4.6. Društveni i heuristi ki pristup.....	12
3. Zaklju ak	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 funkciranja živih bića te su smislene i imaju određenu vrijednost.¹ Porast značaja i važnosti informacija posljedica je naglog razvoja tehnologije.

Naime, kraj 20. stoljeća u tehnološkom smislu obilježen je razvojem multimedijskih i informacijskih tehnologija. Razvojem interneta, kao i world wide weba uspostavljeni su novi načini komuniciranja, pretraživanja te prijenosa i razmijene 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 točna nemačka istinitima, 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 imbenike 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 uklju uje 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 klju ne komponente vjerodostojnosti – pouzdanost i stru nost.⁵

Pouzdanost je klju na komponenta vjerodostojnosti, a podrazumijeva pojmove poput dobromjerno, istinito, nepristrano itd. Pouzdanost podrazumijeva prvenstveno moralnost odre enog izvora. Stru nost kao druga dimenzija vjerodostojnosti je definirana pojmovima poput obrazovanje, iskustvo, kompetentnost itd. Stru nost podrazumijeva znanja i vještine u pozadini odre enog izvora podataka. Dakle, vjerodostojan izvor podataka ima visoku razinu i pouzdanosti i stru nosti.⁶

2.1. Uzroci nevjerodostojnosti sadržaja na webu

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

Jedan od zna ajnijih razloga zašto je potrebno procjenjivati vjerodostojnost informacija na webu je taj što esto ne postoji subjektivna odgovornost za ono izre eno. Na webu se falsificira subjektivnost i autorova odgovornost za nastali tekst te se zauzima dispozitiv op e istine. Nedostatak osobne odgovornosti može negativno utjecati na stvaranje mišljenja i dojma jer pojedinac nije suo en s osobom koja je objavila odre enu informaciju, ve s cijelokupnim 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): Kritička 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 sastoje 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 današnjim 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 objavljuvanje samo njenih pojedinih dijelova na drugim online lokacijama bez navođenja izvora
- kompiliranje vijesti i informativnih injenica 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 proučavanje vjerodostojnosti informacija, što može biti izuzetno problematично. 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. Čar, 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 literaturе. //

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 neistinitom. Ako ne postoji autor stranice, to dovodi u pitanje vjerodostojnost objavljenih informacija.

Kada se utvrdi 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 injenice potkrijepljene citiranim literaturom?
- Ima li tekst očitih gramatičkih i pravopisnih grešaka?
- Može li se procijeniti autorova stručnost?
- Jesu li autorove kvalifikacije na stranici jasno navedene?¹²

Utvrdivanje vjerodostojnosti sadržaja na webu može se postići i 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 očita 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

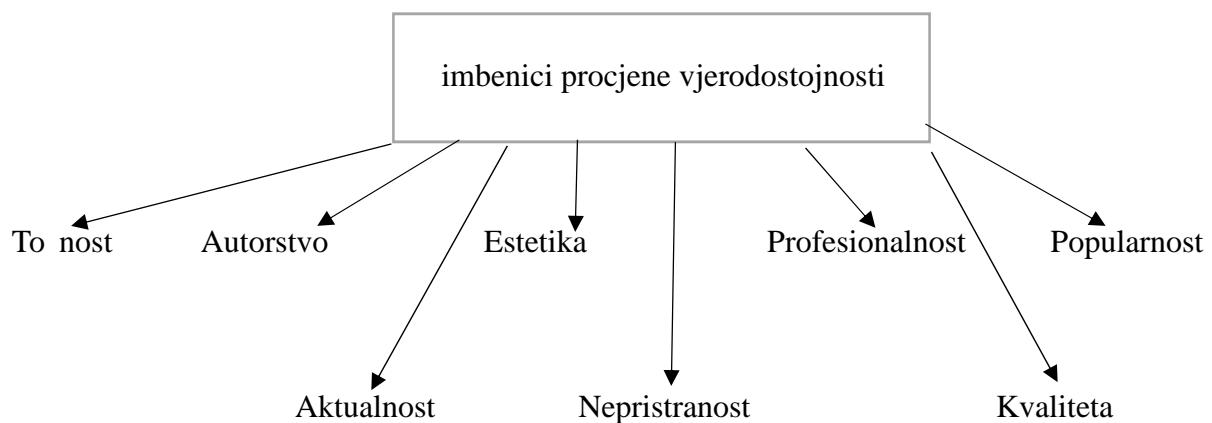
¹² Usp. Isto

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 u održenih kategorija. Sljedeća slika prikazuje postojeće kategorije.



Slika 1: Klasifikacija imbenika za procjenu vjerodostojnosti¹⁵

Vjerodostojnost sadržaja na webu ima održena 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, slike, video sadržaja, fontova, i sl. na održenoj 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 nastati pretraživanja informacija putem upisa ključnih riječi i itd., dok se popularnost odnosi na sve recenzije koje korisnici ostavljaju na web stranici.

Aktualnost kao obilježje vjerodostojnjih sadržaja odnosi se na redovito ažuriranje informacija o događajima u političkom, društvenom ili konverzacijskom okolišu ovjeka.¹⁶ Nepristranost se odnosi na objektivnost u pristupu sadržaju, tj. nepostojanje pristranosti u samom sadržaju. Kvaliteta označava postojanje različitih imbenika koji doprinose kvaliteti sadržaja poput toga da je lanak 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 imbenici 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 različitih tehniki. Međutim, unutar završnog rada usredotočeno je 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 imbenika
- kontekstualni pristup
- kognitivni pristup
- pristup usredotočen na motivaciji
- društveni i heuristički pristup.

Bitno je za naglasiti da se svaka od navedenih tehnika temelji na imbenicima za procjenu vjerodostojnosti. Naime, prilikom korištenja pojedine tehnike vjerodostojnost mogu se identificirati određeni imbenici ključni za procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu. U nastavku završnog rada naglasak je se staviti na tehnike korištene od strane korisnika te je 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 će se navesti i imbenici koji su obuhvaćeni pojedinim pristupom, odnosno tehnikom.

2.4.1. Pristup „kontrolne liste“

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

Za procjenu vjerodostojnosti sadržaja pomoći u 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, potvrđene 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, više jezici na 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
Nepristranost	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 obuhva a imbenika koji su vrlo sli ni pristupu kontrolne liste. On podrazumijeva potvr ivanje informacija o autoru ili informacija o ustanovama, provjeru je li sadržaj recenziran od strane stru njaka u polju te pruža li dokaze za podršku argumenata, izgled i prezentaciju sadržaja, redovito ažuriranje sadržaja te to nost sadržaja koja se može potvrditi u drugim izvorima. Iako je pristup vrlo sli an pristupu kontrolne liste, razlika je u mehanizmima procjene. Kognitivni pristup podrazumijeva uporabu razli itih tehnoloških alata kao što su Who is¹⁹, Traceroute²⁰, and NSlookup²¹ ili Dig koji korisniku pomažu u procjeni vjerodostojnosti prema razli itim kriterijima.

Wathen and Burkell²² opisuju kognitivni model procjene vjerodostojnosti koji se odvija u tri faze. Prva faza obuhva a stvaranje cjelokupnog dojma o web stranici pregledavanjem njezinih svojstava poput izgleda, boja, grafike itd. Nadalje, u drugoj fazi se provjerava vjerodostojnost, to nost i aktualnost dokumenta. Posljednja, odnosno tre a 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 sljede oj tablici.

Tablica 2: Identificiranje imbenika procjene vjerodostojnosti weba putem kognitivnog pristupa²⁴

Kategorija	Identificirani imbenici
To nost	To nost dokumenata nasuprot drugim poznatim dokumentima i teorijama pouzdanost, to nost

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
Nepristrandost	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 esto 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 njemu ključni za procjenu vjerodostojnosti sadržaja. Dakle, korisnik može ignorirati pojedine kategorije imbenika ako iste ne smatra važnim.

Laboratorij za poticajnu tehnologiju (*The Persuasive Technology Lab*) na Sveučilištu Stanford bavi se kreiranjem uvida u to kako razne internet tehnologije 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. asopis vs. forum)
Autorstvo	Pojedinosti o autorima, karakteristike izvora podataka koje su u vezi s autorstvom

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

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

Estetika	Izgled web stranice, raspored sadržaja, stručan 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
Nepristranost	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 koji ključno nedostatak je taj što je potrebno prilično dosta vremena kako bi se procijenila vjerodostojnost sadržaja na webu.

Kontekst kao sustav unutarnjih te vanjskih imbenika 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 informacija 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 imbenike za procjenu vjerodostojnosti, a koji su prikazani u Tablici 4.

Tablica 4: Identificiranje imbenika procjene vjerodostojnosti weba kontekstualnim pristupom²⁸

²⁷ Usp. Isto.

²⁸ Isto.

Kategorija	Identificirani imbenici
To nost	Podaci se uspore uju s vjerodostojnim resursima, potvrda podataka na webu iz više razli itih izvora
Autorstvo	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup
Esteti nost	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup
Profesionalnost	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup
Popularnost	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup
Aktualnost	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup
Nepristranost	Primjena recenziranih i uredni ki revidiranih izvora podataka
Kvaliteta	Primjena recenziranih i uredni ki revidiranih izvora podataka

2.4.5. Pristup usredoto en na motivaciju

Pristup usredoto en 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 usredoto en na motivaciju je koristan onim korisnicima koji traže odre ene ili ciljane informacije te imaju odre eno 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 motiviranost i sposobnosti procjene vjerodostojnosti informacija. Nadalje, faza procjene nudi korisnicima mogu nost odlu ivanja da ne e vrednovati izvor jer procjenjuju da vrednovanje nije nužno ili vrednovanja vjerodostojnosti informacija putem heuristi ke ili periferne procjene te sustavne ili središnje procjene. Sustavna ili središnja procjena je za one korisnike koji žele rigoroznu i to nu procjenu vjerodostojnosti. S druge strane, heuristi ka ili periferna evaluacija u obzir uzima samo jednostavna obilježja poput dizajna ili izgleda web stranice. Kona no, faza prosudbe je zadnja faza u kojoj se donose zaklju ci 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 usredoto enog na motivaciju³⁰

Kategorija	Identificirani imbenici
To nost	Sustavna ili središnja procjena
Autorstvo	Sustavna ili središnja procjena
Esteti nost	Heuristi ka ili periferna procjena
Profesionalnost	Heuristi ka ili periferna procjena
Popularnost	Heuristi ka ili periferna procjena
Aktualnost	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup
Nepristranost	Izloženost korisnika na temelju njegove motivacije i sposobnosti procjene
Kvaliteta	Kategorija nije uklju ena u navedeni pristup

2.4.6. Društveni i heuristi ki pristup

Društveni i heuristi ki pristup predstavlja uklju ivanje drugih korisnika u procjenu vjerodostojnosti sadržaja na webu. S obzirom da nemaju svi korisnici weba potrebne vještine za u inkovitu 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 omogu uju interakciju.

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

- društvene informacije (dobre i loše recenzije)
- društvena potvrda osobnog mišljenja
- prihv anje mišljenja entuzijasta na odre enu temu
- dijeljenje resursa putem me uljudske razmjene.³¹

S druge strane, heuristi ki imbenici su:

- ugled
- potvrda
- dosljednost
- povreda o ekivanja

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
Estetska točnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Profesionalnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Popularnost	Socijalni imbenici uključuju socijalne informacije (dobre i lošе recenzije), društvenu potvrdu osobnog mišljenja, potvrđivanje od strane entuzijasta na određenu temu, dijeljenje izvora podataka, imbenici kognitivne heuristike uključuju reputaciju, potvrđivanje, dosljednost, povreda o ekivanja, uvjerljiva namjera
Aktualnost	Kategorija nije uključena u navedeni pristup
Nepristranost	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 pronašetak potrebnih informacija.

Međutim, s obzirom da web ne pozna kontrolu kvalitete sadržaja, sadržaji na webu često nisu u potpunosti točni, niti su postavljeni na web sa 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 imenika, a kako bi se stvorila idealna web stranica potrebno je dobro sačuvati, 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 razvile različite evaluacijske tehnike koje znaju pomažu prilikom identificiranja pojedinih imenika 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 nije isti kao i za procjenu drugog. Na primjer, kada bi uspoređivali asopis s blogom, kriteriji koji su potrebni za procjenu vjerodostojnosti asopisa 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 imenik vjerodostojnosti putem evaluacijskih tehnika.³⁵ Upravo zbog toga, u praksi se identificiraju samo najvažniji imenici, a i ne koriste se sve evaluacijske tehnike, već samo one značajnije.

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: Sveu ilišna knjižara d.o.o., 2007. Str. 25-28
2. Car, Viktorija; Tur ilo, Lejla; Matovi , Marijana. Medijska pismenost – preuvjet za odgovorne medije. // Zbornik radova s 5. regionalne znanstvene konferencije „Vjerodostojnost medija“, (2015), str. 62-76
3. Demeteriffy Lan i , Renata. Novi mediji i odnosi s javnoš u. // 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 matemati ki fakultet u Zagrebu. Vrednovanje web stranica. URL: <http://prelog.chem.pmf.hr/~tezak/preinin/preinin/Vwwwstr.html> (2017-06-10)
11. Ruži , Boris. Koncept vjerodostojnosti televizijske i internetske vijesti (informacije): Kriti ka 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. Tonkovi , 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)