

Verdensveven og informasjonskvalitet

Da Internet og spesielt verdensveven kom på luften for alvor midt på 90-tallet oppdaget vi raskt hvilke muligheter dette innebar. Vevens store styrke var at alle kunne legge ut informasjon der lettvis. Vevens store svakhet var at alle gjorde det.

Helt fra starten av ble det klart at vurdering av kvaliteten på informasjonen på Internett var en av de store utfordringene. Det viste seg at de som var mest fanatiske også var meget iherdige med å legge ut informasjon om sine sære interesser. Absurde meninger var ingen hemske for å beherske den nye teknikken. For å sitere G. K. Chesterton, "En gal mann er en som har mistet alt unntatt forstanden"

Så ansvaret for å evaluere kildene ble lagt på sluttbrukeren, i langt større grad enn før. Med papirbasert materiale var det to aktører, forfatteren og sammen med ham redaktøren eller forleggeren. Den siste var det som satte prestisje og penger på å markedsføre arbeidene og som hadde alt å tape på formidle uetterretteligheter. Heldigvis kom det også mange vevsider med gode råd om hvordan evaluere kildene. Her er undertegnede lille bidrag til debatten sammen med en del utvalgte vevsteder hvor man kan finne mer om dette.

Ikke noe gratis

Første regel for å evaluere informasjon er: Glem alt snakket om gratis informasjon på verdensveven. Ikke noe er gratis her i verden. Bak all informasjon på veven er det noen som har brukt tid, energi og penger på å legge den ut. Så de første spørsmålene må være: Hvem har lagt ut informasjonen og hvorfor har de gjort det? Hver vevside har et budskap! (Med over 10 milliarder vevsider kan man også si at det motsatte er tilfelle, ethvert budskap har en vevside, men det er en annen diskusjon.)

Andre regel er at informasjon skal føre til handling, så når vi finner noe som er interessant må vi spørre oss selv: Er denne informasjonen så solid at vi vil satse karriere, penger, prestisje, helse eller lykke på at den er solid? Ansatte i undervisning og vitenskap risikerer karrieren hvis de baserer sine resultater på feil bakgrunnsinformasjon. Næringslivet og også vanlige folk risikerer å tape store penger på alle de merkelige tilbudene som finnes der ute eller som kommer som e-post. En bibliotekar har kanskje ikke så mange penger å tape, men prestisjen i å gi korrekt veiledning til kundene er desto større, det er vår viktigste aktivum. Utrolig mange er ute etter å kurere oss for all verdens lidelser, kvakksalvere har store dager på nettet. Og alle mulige kulter fra alle religioner og regioner tilbyr oss evig lykke. Så igjen, vil vi satse på at denne informasjonen er korrekt?

Kvalitet

Det gjør det ikke enklere at det er ikke så lett hva man mener med kvalitet. En bra presisering fant jeg på veven etter å ha søkt på Google etter define:quality: A subjective term for which each person has his or her own definition. In technical

usage, quality can have two meanings: 1) the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs and 2) a product or service free of deficiencies. (www.fastenersources.com/definition.html). Det er i den andre betydningen, et produkt uten feil eller svakheter vi oftest bruker begrepet. Det er et, ganske objektive kriterium. Men den første betydningen, den subjektive er ofte like relevant. Et nynazistisk sted med hårreisende antisemittisme er meget relevant hvis man skal vise frem eksempler på dårlige vevsteder, kvalitet er dermed ganske subjektivt i det tilfellet. Så vi må også vurdere om stedet er konsistent med hva det gir seg ut for. Et vevsted som er en satire over nynazisme ville i dette tilfelle være av dårlig kvalitet, selv om de aller fleste, inklusive jeg, ville i de aller fleste andre sammenhenger sagt det var meget godt.

Søkemotorene plasserer ting øverst etter relevans, et ganske uklart kriterium i denne forbindelse. En del (ganske mange) kjøper seg plass for å komme med på resultatlistene. Dette er å regne som reklame, og er oftest plassert i en egen kategori som "sponsored links" eller et lignende navn. Det kan være nærliggende å tro at de som er villig til å betale for god plassering også har en viss kvalitet i produktene de selger. Ikke stol på det! Det kan også bety at fantatikere som har ressurser til å lage gode nettstedene også har ressurser til å betale for plassering. At noen har mange penger er ikke ensbetydende med at informasjonen fra dem er verd å satse på. Søk på ordene cancer og cure i Google eller en annen søkemaskin og studer vevstedene som dukker opp blant "sponsored links".

Noen enkle kriterier for å vurdere et vevsted:

1) Er det en navngitt forfatter? Hva vet vi eller kan vi finne ut om vedkommende? Andre publikasjoner? Dette kan sjekkes på flere måter. En ting man kan gjøre er å gå inn i faglige vitenskapelige databaser og søke på forfatterens navn. En annen er rett og slett å søke etter navnet på Internett via en av de store søkemotorene. Og en tredje er, hvis det er en kontroversiell forfatter å søke etter vedkommende i usenet via groups.google.com/ for å se om det er kontroverser knyttet til forfatteren.

2) Hvem har lagt opp siden? Er domenet en organisasjon som går god for innholdet eller er det en privat side? Et tips: Er det en ~ i adressen er det en privat hjemmeside på hos en større nettleverandør, som for min side, home.broadpark.no/~evflood/, og da er det forfatteren alene som er ansvarlig for informasjonen.

3) Hvis det er en organisasjon bak siden, hva står de for? Finnes en formålserklæring? Punkt 2 og 3 tilsvarer å se på forlegger eller redaktør i en trykt publikasjon for å se om det er noen andre som også tar ansvar for innholdet i en vevside.

4) Når ble siden sist oppdatert? Dette er meget viktig for å være sikker på om siste informasjon er kommet med. Når man leter etter informasjon om søkemotorer og seneste forandringer som er gjort der, er det liten hensikt å bruke sider som er mer enn et halvt år gamle.

Hans Jørn Nielsen ved Danmark bibliotekskole har på sin kursside www2.db.dk/hjn/checklis.htm disse kriterier for evaluering, med forkortelsen "CARS":

Er materialets informasjon pålitelig og troverdig? (Credibility)

Er informasjonen korrekt og presis? (Accuracy)

Er informasjonen relevant, konsistent, balansert, objektiv? (Reasonableness)

Er informasjonen dokumentert og kildebelagt? (Support)

Bibliotekarer har mye å bidra med på dette feltet. Redaktøren i Scientific American skrev alt i 1997: "For taming this particular frontier, the right people are librarians, not cowboys. The Internet is made of information, and nobody knows more about how

do order information than librarians, who has been pondering that problem for thousands of years." John Rennie, Editor in Chief: Scientific American, mars 1997. Og vi kan ta kampropet fra Terry Pratchett:

"Someone out there was about to find that their worst nightmare was a maddened Librarian."! Terry Pratchett: GUARDS! GUARDS!

Oversikter og bibliografier:

Men det er jo mange vevsteder som gir orientering og gode råd hvordan man skal evaluere kildene. Mange gode tips kommer hvis man i en søkemotor søker på Information quality eller web credibility Her er et lite utvalg av steder jeg selv vil anbefale:

NTUBs veiviser til infomasjonskompetanse, VIKO www.ub.ntnu.no/viko/start.php har en grei veiledning om evaluering. Ellers er det ikke så mange norskspråklige sider om emnet.

En god engelskspråklig veiviser er "Evaluating the Quality of Information on the Internet", www.virtualchase.com/quality/index.html.

Web credibility resources,

www.webcredible.co.uk/user-friendly-resources/web-credibility/ er gode råd rettet mot dem som skal lage vevsider.

Det er mange portaler med oversikt over artikler og vevsider, her er fire som virker omfattende og solide:

Open Directory Project har egen kategori: Web Site Evaluation med 129 innførslser: dmoz.org/Reference/Education/Instructional_Technology/Evaluation/Web_Site_Evaluation/

To portaler knyttet til World Wide Web Virtual Library (WWWVL) prosjektet er: Evaluation of information sources www.vuw.ac.nz/staff/alastair_smith/evaln/evaln.htm og Information Quality WWW VL www.ciolek.com/WWWVL-InfoQuality.html.

Web Credibility Research Literature, credibility.stanford.edu/resources.html er en bibliografi over trykte arbeider. Originalt i disse tider, men mye viktig er også publisert på papir.

Amerikansk consumer webwatch: www.consumerwebwatch.org/ er også verd et besøk..

Wikipedia artikkelen, en.wikipedia.org/wiki/Quality_of_information om dette er meget tynn (for øyeblikket).