

**Wiesław Babik**  
*w.babik@uj.edu.pl*  
**Karolina Piasnik**  
*karolina.piasnik@uj.edu.pl*  
**Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa**  
**Uniwersytet Jagielloński**  
**Kraków**

## **O wiarygodności informacji**

### **Wstęp**

Problem wiarygodności informacji jest bardzo złożony i wieloaspektowy. Wiarygodność jest specyficzną cechą informacji, często niesłusznie utożsamianą z prawdziwością<sup>1</sup> i jakością informacji. W powszechnym odczuciu sprawia ona, że dane informacje są godne zaufania. Ta własność informacji polega na tym, że dana informacja może być zweryfikowana jako prawdziwa i spełnia odpowiednie standardy dokładności, aktualności, kompletności i bezpieczeństwa.

Problem wiarygodności informacji był niedawno prezentowany przez P. Hrabiec [Hrabiec, 2011], J. Boruszewskiego [Boruszewski, 2012] oraz Elżbietę i Grzegorza Kiedrowiczów w aspekcie ilościowego pomiaru wiarygodności informacji w Internecie [Kiedrowicz, Kiedrowicz, 2012]. W opracowaniu zostanie zaprezentowane odmienne podejście do tego problemu, a mianowicie (od strony jakości informacji), a celem jest próba odpowiedzi na pytanie, jakie własności powinna mieć informacja, aby można ją było określić jako wiarygodną.

### **1. Wiarygodność informacji jako element procesu ewaluacji informacji**

Duża liczba źródeł informacji oraz znaczący przyrost danych sprawiają, że umiejętność weryfikacji, selekcji i oceny wiarygodności i jakości informacji są niezbędne, aby nie zginać w informacyjnym chaosie. Określanie jej jakości i wiarygodności to problem akredytacji informacji. Ocena wiarygodności ma pomóc w podjęciu decyzji, czy daną informację uznać za wartościową, czy nie. Gdy w odbiorze informacji pojawia się niespójność komunikatu od nadawcy, wtedy nie wierzymy informacji. Jeśli treść komunikatu przystaje do naszego modelu mentalnego, wówczas akceptujemy daną informację jako wiarygodną. Niewystarczające dopracowanie formalne, brak przejrzystości przekazu, a nawet trywialne błędy potrafią negatywnie wpłynąć na ocenę danej informacji i wręcz zniweczyć zaufanie do takiej informacji. Wiarygodność informacji jest atrybutem relatywnym zarówno w stosunku do nadawcy, jak i odbiorcy, gdyż jest pochodną czynników, które zależą zarówno od nadawcy, jak i odbiorcy [Boruszewski, 2012]. Ocena wiarygodności zależy także od medium, które ją przekazuje. Opinia odbiorcy na temat informacji zależy zwykle od opinii o źródle informacji. Są badania, które pokazują, że współczesny człowiek wyżej ocenia wartość informacji, która pochodzi, czyli jest przekazana przez komputer, niż przez człowieka. W wielu wypadkach młodzi internauci tak wysoko cenią treści znalezione

w Internecie i uważają je za tak wyczerpujące, że rezygnują z pozyskiwania i akredytacji informacji w tradycyjnych źródłach informacji [Stankiewicz, 2004]. Gdy chodzi o ocenę wiarygodności informacji, to umiejętność ta jest traktowana jako podstawowa, szczególnie w przypadku osób prowadzących prace naukowe.

W ocenie wiarygodności pomagają stopień natężenia innych atrybutów informacji. Akceptując takie założenie ludzie bardziej ufają informacji kompletnej niż niekompletnej, przejrzystej niż nieprzejrzystej, weryfikowalnej niż nie. Uważa się również, że informacja fragmentaryczna nie jest wiarygodna, stąd powinno się dążyć do kompletności i całościowego prezentowania informacji.

H. Miller zauważa, że wiarygodność informacji nie jest czynnikiem warunkującym jakość informacji, lecz jej rezultatem. Jakość informacji może być nisko oceniona nawet w sytuacji, gdy dana informacja jest wysoce wiarygodna, a pozostałe atrybuty informacji mają niski stopień [Miller, 1996]. Podczas, gdy dla jakości informacji kluczowy jest atrybut relewancji, to jej wiarygodność jest tylko efektem jakości informacji, ale jej nie powoduje. Poza tym *wiarygodność informacji ma być atrybutem pochodnym względem jej dokładności, aktualności i kompletności, a te atrybuty są zrelatywizowane do odbiorcy informacji* [Boruszewski, 2012, s. 245]. Tymczasem wiarygodność jest atrybutem informacji zrelatywizowanym także do jej źródła – nadawcy informacji. Warto też zauważyć, że wiarygodność nadawcy nie jest pojęciem absolutnym, lecz zrelatywizowanym do określonej dziedziny. Poza tym wiarygodność informacji ocenia się na podstawie wiadomości o nadawcy i sytuacji, w jakiej on działał (jego intencji, wiedzy, kompetencji, umiejętności, wykorzystanych środków technicznych, sytuacji, w której działał). Ocena wiarygodności zależy przede wszystkim od krytycyzmu i kompetencji odbiorcy informacji.

W procesie oceny wiarygodności informacji często przytacza się opinię, że jeśli nie ma możliwości sprawdzenia prawdziwości informacji w świecie realnym, wówczas nie można mieć pewności, co do jej wiarygodności [Delida, 2011]. Tymczasem treści w Internecie są ciągle płynne i rozproszone, co znacznie utrudnia ich wartościowanie. Ocena wiarygodności źródła (w tym informatora) jest niezbędna w sytuacji, gdy z jakichś powodów nie mamy możliwości oceny wiarygodności samej informacji.

Ocena wiarygodności ma charakter subiektywny. Sama cecha „bycia wiarygodną informacją” jest stopniowalna. Stąd błędna ocena wiarygodności informacji może być spowodowana zarówno przez odbiorcę informacji, jak i przez czynniki niezależne od niego. Powodem przekłamań może być na przykład wpływ takich emocji, jak z góry przyjęta niechęć do pewnych źródeł informacji, lub – przeciwnie – nadmierna i niepodważalna sympatia do określonych źródeł, wynikająca z faktu otrzymania dobrej, pożądanej informacji z danego źródła w przeszłości. Dowiedziono w badaniach, że internauci mają skłonność do przejawiania o wiele wyższego stopnia zaufania do informacji pochodzących z Internetu niż do pozostałych, tradycyjnych źródeł informacji [Delida, 2011] oraz, że zwykli internauci są znacznie bardziej ufni wobec treści, które znajdują się w Internecie niż eksperci. Chcąc uniknąć nadmiernego przywiązania do źródeł elektronicznych informacji, trzeba sobie uświadomić, że źródłem każdej informacji jest człowiek, niezależnie od tego, czy jest to biblioteka czy strona internetowa. Ktoś przecież informację tam umieścił, nie wzięła się ona „znikąd”.

Zatem rozsądne jest postępowanie w ocenie wiarygodności informacji według zasady ograniczonego zaufania. Jako dobre rozwiązanie rekomenduje się korzystanie z kilku źródeł informacji i porównywanie uzyskanych wyników.

Dokonując oceny wiarygodności informacji należy przede wszystkim kierować się zdrowym rozsądkiem. Bardzo ważna w tym procesie jest czujność i świadomość zagrożeń i potencjalnych zniekształceń i manipulacji. Zarządzanie wiarygodnością to proces. Nie ulega wątpliwości, że w ocenie wiarygodności informacji powinno dążyć się do wzrostu świadomości wagi tego procesu. Nie ma bowiem źródeł w 100% wiarygodnych. Umiejętność ich weryfikacji jest bardzo ważna, wręcz niezbędna w obecnym świecie. Każda informacja, jeżeli jest pozyskiwana w ważnym celu, powinna być walidowana za pomocą odpowiednich metod i narzędzi. Polsko-szwajcarski zespół badaczy pod kierunkiem prof. Adama Wierzbickiego z Polsko-Japońskiej Wyższej Szkoły Technik Komputerowych w Warszawie oraz badacze z Politechniki Federalnej w Lozannie (Szwajcaria) pracują nad aplikacją o nazwie *Reconcile* (projekt badawczy), która może pomóc użytkownikom Internetu prawidłowo oceniać wiarygodność danej strony w Internecie [www.naukawpolsce.pap.pl, 06.05.2014]. Aplikacja ta już na poziomie wyszukiwarki, bazująca w dużej mierze na bezpośrednich opiniach użytkowników stron WWW, może zmienić dotychczas funkcjonujący algorytm rankingowy przedkładający popularność danej strony nad jej jakość. Program ten ma dostarczać internautom informacje o tym, czy dana strona jest wiarygodna, czy zawiera treści kontrowersyjne. W przyszłości narzędzie to ma pomagać w krytycznym myśleniu i selekcjonowaniu treści w Internecie.

## **2. Postrzeganie wiarygodności informacji przez twórców serwisów o kontrolowanej jakości – badania własne**

Podstawą przeprowadzonego badania było założenie, że istnieją pewne określone cechy informacji, które warunkują jej wiarygodność, a wiarygodność z kolei wpływa na organizację informacji i wiedzy [Piaśnik, 2014].

Wybór procedury badawczej podyktowany został celem badań oraz stopniem wcześniejszego rozpoznania badanych problemów. Zastosowano metodologię jakościową, w której indywidualne wywiady pogłębione pozwalają uzyskać szczegółowe informacje od respondenta, który w chwili rozmowy nie jest narażony na żadne wpływy osób trzecich [Cisek, 2013]. Ankieter zadaje pytania otwarte według przygotowanego wcześniej scenariusza, co pozwala z jednej strony kierować rozmowę na właściwe tory lub doprecyzować pewne kwestie, a z drugiej nie zmusza respondenta do ograniczania swoich wypowiedzi i pozwala mu decydować w jaki sposób będzie odpowiadał na pytania. Zbadano twórców czterech serwisów: Ekonomia online, BazEkon, BazTech i BazHum. Narzędziem badawczym był zestaw dziesięciu pytań do wywiadu. Oto wyniki odpowiedzi na wybrane pytania.

Odpowiedzi respondentów na pytanie „Co to znaczy być wiarygodnym?” ujawniły, że każdy z nich rozumie wiarygodność na własny sposób. Wiarygodność jest definiowana poprzez wylczenie jej składników wewnętrznych. Utożsamiana jest też z prawdziwością, tutaj dochodzi do głosu filozoficzne rozumienie pojęcia prawdy. W odniesieniu do ludzi bycie

wiarygodnym znaczy tyle, co poleganie na słowie tego człowieka. Świadczą o tym następujące wypowiedzi<sup>2</sup>:

*Bycie wiarygodnym oznacza cechę [...] jest cechą człowieka, na którego zdaniu, opinii, słowie można polegać.*

*Ta wiarygodność a akuratność czy dokładność lub punktualność to mogą być zawsze dwie różne rzeczy. Dla mnie wygodniej jest powiedzieć o czymś, co może być jakąś częścią wiarygodności, jak aktualność.*

Respondenci zwrócili też uwagę na rolę intuicji w ocenie wiarygodności i potoczne jej rozumienie. Czasem po prostu mamy świadomość, że czyjeś słowa lub jakaś informacja nie przystają do obecnego stanu wiedzy lub przeczą faktom. Wtedy wiarygodność jest wątpliwa, nawet, jeśli obiekt spełnia wszystkie kryteria formalne, potrzebne do uznania go za wiarygodny.

W odpowiedzi na pytanie: „Jak Pan/i określi (co to znaczy) wiarygodność informacji?” Co się składa na tę wiarygodność? Czy liczy się na przykład forma, poziom szczegółowości, kompletność informacji?” respondenci zwrócili uwagę na trzy elementy wiarygodności informacji: po pierwsze prawdziwość, czyli zgodność ze stanem faktycznym. Informacja wiarygodna to taka, której prawdziwość da się sprawdzić i potwierdzić jakimś źródłem lub po prostu z rzeczywistością. Drugim istotnym elementem jest układ tej informacji, czyli sposób uporządkowania, przedstawienia i przejrzystość. Nie wystarczy zatem, żeby informacja była prawdziwa. Powinno też dać się do niej łatwo dotrzeć, zrozumieć ją, osadzić w szerszym kontekście i dostrzec powiązania pomiędzy różnymi jej elementami, a przede wszystkim wykorzystać we właściwy sposób, w obliczu istniejącej potrzeby informacyjnej:

*Moją definicją, którą teraz wymyśliłem ad hoc może być to, że korzystający z tego serwisu widzi dbałość autora przynajmniej o to, żeby te dane były świeże, aktualne no i prawdziwe, to znaczy strona, którą otwieram, np. katedry jest prawdziwa, więc sądzę, że, gdyby ten link kierował mnie na przykład do sklepu z rakietami tenisowymi, to już byłoby bardzo nieładnie.*

Zatem sposób prezentacji informacji wpływa na postrzeganie jej jako wiarygodnej. Trzecim elementem jest szczegółowość. Tutaj jednak rozpatruje się ją już w kontekście konkretnej potrzeby informacyjnej, wiedzy użytkownika, dla którego jej poszukujemy, mając na uwadze bariery informacyjne, mogące utrudniać odbiór informacji.

W odpowiedzi na pytanie o rodzaje wiarygodności i ich wagę, badani zaprezentowali podobne opinie. Większość respondentów pracuje w środowisku uczelnianym, akademickim, zatem nie dziwi fakt wskazywania wiarygodności instytucjonalnej jako ważnej. Uważana jest ona jako zjawisko pierwotne w stosunku do wiarygodności eksperckiej. Eksperci wywodzą się z instytucji, które z kolei swoją powagą i renomą poświadczają wiarygodność sygnowanych przez nie informacji. Zwrócono również uwagę na to, że przy ocenie wiarygodności informacji kontekst informacji i wyszukiwania mają ogromne znaczenie.

W pytaniu o relacje zachodzące pomiędzy wiarygodnością informacji a jakością informacji opinie były podzielone.

*Dla mnie wiarygodność jest jakby efektem jakości informacji. Jeżeli informacja ma bardzo wysoką jakość, czyli spełnia te najważniejsze funkcje, jest w tym momencie dla mnie*

*wiarygodna. Jeżeli chodzi o jakość, sposoby i kryteria oceny, to najważniejsza jest dla mnie relewancja, obiektywizm, dokładność, aktualność, kompletność i spójność tej informacji.*

*Wydaje mi się, że podstawową cechą informacji, jest jej wiarygodność. Jeżeli informacja nie jest wiarygodna, no to jej jakość dramatycznie spada.*

W pierwszej wypowiedzi wiarygodność jest efektem jakości, w drugiej – to wiarygodność warunkuje jakość. Nie ma jednak wątpliwości co do tego, że aby informacja cechowała się wysoką jakością, powinna być dokładnie opisana, tak, aby łatwo było do niej dotrzeć oraz by szybko dało się ocenić jej treść i przydatność.

Zdaniem badanych wiarygodność można oceniać poprzez sprawdzenie afiliacji informacji (kto ją wyprodukował, kto bierze za nią odpowiedzialność). Dużą wagę przywiązują respondenci do aktualności informacji.

*Zawsze patrzę kto jest autorem, jak nie znam autora, nie jest to polski autor, no to też sprawdzam co jest tam napisane, jakie informacje zawarte, czy są źródła czy nie – no to też jest ważne. Czy to jest informacja aktualna, czy to są rzeczy, które podają bieżący stan wiedzy, a nie na przykład jak ja chcę na czymś pracować, to muszę sprawdzić, że kogoś zacytuję tam sprzed paru lat, a już później ta informacja została przetworzona i po prostu coś dalej się posunęło w tym temacie, który mnie interesuje.*

Warto zauważyć, że aktualność nie zawsze jest ważna, ponieważ użytkownik może potrzebować informacji na przykład o charakterze historycznym. Bardziej odpowiednim w tym przypadku byłoby określenie: adekwatność w czasie – w zależności od potrzeby.

W serwisach, tworzonych przez badanych, organizacja treści opiera się prawie wyłącznie na kryteriach formalnych.

*U mnie jest o tyle łatwiej, że bez trudu przecież jestem w stanie odróżnić czasopismo polskie od zagranicznych, wiem co to jest organizacja, a co to jest katedra lub instytucja naukowa, wiem co to są na przykład strony tematyczne i tak dalej.*

Brany jest pod uwagę typ dokumentu, przynależność do określonej kategorii formalnej. Następnie informacje prezentowane są w rozbiciu na mniejsze jednostki, na przykład artykuły w przypadku czasopism. Najmniejsza jednostka, czyli na przykład artykuł, opisywana jest szczegółowo. Podawane są informacje takie, jak autor, tytuł, zakres stron, literatura.

Analogicznie do poprzedniego pytania, odrzuca się te czasopisma czy informacje, które nie mieszczą się w zakresie tematycznym bazy lub serwisu.

*[...] ja podejmuję decyzję o wyborze źródeł. Także wiele takich decyzji podejmuje się często na nosa, ponieważ nie zawsze jest czas, żeby dokładnie to przestudiować – podejmuje się decyzje arbitralne.*

*Głównie nie chcemy współpracować z czasopismami, które nie są związane z naszą tematyką [...]. Także to głównie tematyka i też czasami się zdarza, że czasopisma są po prostu mało wiarygodne, w tym sensie, że widzimy, że na przykład są przedrukowywane artykuły, że autorzy w różnych czasopismach zamieszczają artykuły o podobnym temacie, czy coś tam no i my widzimy, że to jest na przykład ten sam artykuł. I jeżeli widzimy, że są jakieś artykuły podejrzane, no to też się temu przyglądamy i niechętnie z tego korzystamy.*

Rozwiązaniem stosowanym najczęściej w takiej sytuacji jest kontakt z redakcją czasopisma i informowanie o tym, że istnieje inna baza, do której dane czasopismo bardziej przystaje zakresem tematycznym. Oznacza to, że twórcy nie są skupieni wyłącznie na swoim projekcie. Mają szerokie spojrzenie i wiedzę o pozostałych projektach, podobnych do swojego.

W odpowiedzi na pytanie dotyczące powodów i celowości organizowania informacji w bazie lub serwisie, jednoznacznie wskazywano na chęć pełnego zaspokojenia potrzeb użytkowników.

*Dla nas najważniejszy jest użytkownik. Wszystko jest pod użytkownika tak naprawdę. Nawet mamy podpisane odesłania do katalogu po to, żeby oni widzieli, że przynajmniej te biblioteki, które współpracują, żeby wiedzieli, że to czasopismo jest u nich w bibliotece i żeby nie musieli go szukać, także dla nas głównie jest tutaj użytkownik: zarówno pracownik naukowy jak i student.*

Przeprowadza się ekspertyzy, analizy, dokonuje obserwacji, aby zapewnić użyteczność i funkcjonalność prezentowanych zasobów do zapotrzebowania i oczekiwań korzystających z baz danych studentów i pracowników naukowych, a także innych kategorii użytkowników.

## **Podsumowanie**

Wiarygodność informacji odgrywa ważną rolę w organizacji wiedzy. Z badań wynika, że wiarygodność jest intuicyjnie rozumiana jako coś abstrakcyjnego. Jednak, gdy mowa o „wiarygodności informacji”, mamy do czynienia z przedmiotem tej abstrakcyjnej wiarygodności, a więc pojęcie to konkretyzuje się. W opinii praktyków wiarygodność ma wiele wspólnego z jakością. Kolejny wniosek to taki, że tak naprawdę nie jest ważne z jakim rodzajem wiarygodności mamy do czynienia. Ważniejsze jest to, że w ogóle ktoś lub coś nam tę informację potwierdza oraz czy jest ona relewantna dla użytkownika. Tak naprawdę to użytkownik jest najważniejszy, to dla niego dokonuje się selekcji źródeł, oceny wiarygodności, dla niego istnieją systemy organizacji wiedzy, aby ułatwić mu tak pracę naukową, jak i życie codzienne.

Twórcy baz danych oraz serwisów tematycznych o kontrolowanej jakości przywiązują dużą wagę do wiarygodności dostarczanych użytkownikom informacji oraz do zapewniania jej poprzez dobrą organizację informacji w strukturach swoich zasobów. Wiarygodność jest bardzo ważna w badaniach naukowych. Respondenci pracują w środowisku akademickim, zatem użytkownikami, z którymi spotykają się najczęściej, są studenci lub pracownicy naukowcy, albo samodzielni badacze. Nie dziwi więc fakt przywoływania wagi badań naukowych dla zobrazowania, jak ważna jest aktualność danych.

W potocznym znaczeniu wiarygodność jest pojmowana na wiele różnych sposobów, w zależności od kontekstu, w jakim się poruszamy. Sposoby jej realizacji w praktyce są podobne u wszystkich badanych. Kryteria formalne oceny wiarygodności w serwisach ułatwiają twórcom pracę z treścią, a użytkownikom – wykorzystanie informacji. Jeśli każda informacja pochodząca ze źródła jest opisana w podobny sposób, wydzielone są dla niej takie same pola danych, charakteryzujących zasób, to łatwo można je ze sobą porównywać

i łatwiej oceniać. Idealna sytuacja to taka, w której zakres tematyczny źródła jest wąski, przez to dokładny i rozłączny w stosunku do zakresów innych źródeł.

We współczesnej nauce ważną rolę odgrywają takie instytucje, jak uczelnie, biblioteki oraz ośrodki naukowo-badawcze, a ponadto pracujący w nich naukowcy-eksperti, gdyż to oni akredytują informację i zapewniają wiarygodność wielu informacji. I w wiarygodności i w organizacji wiedzy, tak naprawdę najważniejszy jest użytkownik i jego potrzeby informacyjne. Wszyscy respondenci byli zgodni co do tego, że ich działania mają sens i wartość tylko wtedy, jeśli użytkownicy są chętni do korzystania z tworzonych przez nich źródeł.

## Przypisy

<sup>1</sup> Problem prawdziwości informacji w praktyce sprowadza się do problemów wiarygodności, rzetelności, kompletności, trafności, relewancji, pertynencji i efektywnego wyszukiwania informacji.

<sup>2</sup> Wypowiedzi ankietowanych przytoczono w oryginalnym brzmieniu.

## Bibliografia

- Boruszewski J.: *Jakość i wiarygodność informacji w infobrokerstwie*. „Lingua ac Communitas” 2012, vol. 22, s. 241-250. [http://www.lingua.amu.edu.pl/Lingua\\_22/13\\_Jaroslav%20Boruszewski.pdf](http://www.lingua.amu.edu.pl/Lingua_22/13_Jaroslav%20Boruszewski.pdf) [dostęp 20.06.2014]
- Cisek S.: *Metodologia jakościowa we współczesnej informatologii. Wybrane aspekty*. „Przegląd Biblioteczny” 2013, nr 3, s. 299-310
- Delida R.: *Wiarygodność informacji w Internecie: wiarygodne czy niewiarygodne?* „Bibliotekarz Zachodnio-Pomorski” 2011, nr 1-2, s. 5-21
- Hrabiec P.: *Zarządzanie informacją naukową w Internecie – dobre praktyki*. „Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej” 2011, nr 1-2, s. 20-24
- Kiedrowicz E., Kiedrowicz G.: *Problem ilościowego pomiaru wiarygodności informacji w Internecie*. [W:] *Człowiek – Media – Edukacja*. Pod red. J. Morbitzera i E. Musiał. Wydawca: Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2012, s. 193-211
- Miller H.: *The multiple dimensions of information quality*. “Information Systems Management” 1996, No. 13(2), p. 79-82
- Piaśnik K.: *Wiarygodność informacji jako element organizacji wiedzy*. Praca magisterska pod kierunkiem prof. dr. hab. Wiesława Babika. Instytut INiB UJ, Kraków 2014
- Stankiewicz K.: *Wpływ Internetu na percepcję wiarygodności informacji*. [W:] *Spółczesność informacyjna. Wizja czy rzeczywistość?* T. 2. Red. L. H. Haber. AGH, Kraków 2004, s. 407-415
- [www.naukawpolsce.pap.pl](http://www.naukawpolsce.pap.pl) [dostęp 06.05.2014]