

Analyse af websider >>> kildekritik !!

En webside er bygget op af mange forskellige dele, som dels skal levere **indhold, grafiske effekter og navigation**. Der kan være tale om både tekst, farver, billeder, film og lyd, som alt sammen bidrager til **BUDSKABET !!**

Som webdesigner har man stor frihed, når man skal udforme en hjemmeside. Men mange websider ser alligevel relativt ens ud og minder til dels om opbygningen af siderne i en avis eller et magasin. Det er vi vant til ... og trykke ved. Hvis websiden har en meget anderledes opbygning og måde at navigere på, så kan man godt blive forvirret. Og resultatet er ofte, at man forlader websitet uden at få gavn af det egentlige indhold.

Mange websider er **opbygget** således:

- Øverst: logo, titel (firmanavn eller hjemmesidens titel) og/eller reklamer
- I midten: indholdet med tekst og billeder
- Til venstre: navigation (tekst-links eller ”knapper”)
- Til højre: f.eks. korte nyheder, afstemninger eller mere navigation
- Nederst: kontaktoplysninger til hjemmesidens ejer eller webmaster

Nedenstående forside (www.politiken.dk) er bygget op fortrinsvis efter denne ”traditionelle” model:

The screenshot shows the homepage of Politiken.dk in a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar shows the URL: http://politiken.dk/VisArtikel.aspx?PageID=1. The page layout is as follows:

- Header:** A red banner for "Køb din rejseforsikring online og spar op til 20% - klik ind på IHI.COM". Below it is a navigation menu with links: Abonnement, PLUS, PolitikenBillet, Annoncer, Weekly, Galleriet, and Kontakt.
- Main Content:** A large article titled "Blev Kursk sænket af USA?" with a sub-headline "9. maj 16:47 En dokumentarfilm hævder, at den russiske ubåd Kursk blev sænket af amerikanere. Ifølge filmen blev hændelsen fortiet, efter USA og Rusland indgik aftale om kompensation." The article includes a photo of the submarine Kursk and a "Læs mere | Udland" link.
- Left Sidebar:** A "Nyheder" section with a "Forside" link and a "Fokus på Hitlers fald" section with a "Manden bag højhuse på Krøyers Plads" link.
- Right Sidebar:** A search box for "Søg i" with options for "Danmark", "Hele verden", and "Billedsøg". Below it is an "ENIRO" advertisement and a "Seneste nyt" section with a "16:47 Teori: Kursk sænket" link.
- Bottom:** A taskbar showing the Windows XP desktop with several open applications and a system tray with the time 17:05.

OPGAVE:

Find en anden hjemmeside, som er opbygget på denne traditionelle måde – og find også en hjemmeside, som er opbygget på utraditionelle måder.

Sammenlign dit indtryk af de to forskellige hjemmesider – og find fordele og ulemper.



Hjemmesider kan (ligesom de trykte medier) inddeles i **forskellige genrer** – men meget ofte ser man, at der indgår elementer fra mere end en enkelt genre.

Her er en liste over nogle af de vigtigste:

- Portaler, søgemaskiner, link-samlinger
- Firmahjemmesider, produkthjemmesider
- Netbutikker (e-handel)
- Netbanker
- Private hjemmesider
- Officielle og offentlige institutioner
- Undervisning
- Foreningers hjemmesider
- Chat-sider, internetsamfund (communities)
- Emne-hjemmesider, hobby sider, fansider
- Download-sider hvor man kan hente programmer, spil, musik o.lign.

OPGAVE:

Find et eksempel på hver af disse genrer – og læg mærke til måde at kommunikere på i hvert tilfælde. Hvilke virkemidler benyttes? Er der nogle særlige forskelle, der springer i øjnene?



Det er yderst vigtigt, at en hjemmeside er **brugervenlig**:

- Det skal være forholdsvis let at finde rundt på den, og ...
- **Kvaliteten** af indholdet skal være i orden.

Men det er desværre ikke altid tilfældet. Derfor er det temmelig vigtigt at kunne vurdere indholdet, så man ikke hopper på hvad som helst. Det er ikke sandt, **bare** fordi det står på Internet !!

På de næste sider får du nogle ideer til, hvordan du kan gribe det an, når du skal vurdere troværdigheden af **kommunikationen** på en hjemmeside.

Som i al anden kommunikation er der tale om et forhold mellem en **afsender** af budskabet og en **modtager** af dette.

- HVEM kommunikerer HVAD til HVEM ?
- HVORDAN, HVORFOR og med hvilken VIRKNING ?

HVEM er afsenderen ?

Er det et kommercielt firma, en offentlig institution, en forening, en privatperson eller ? Det er altid vigtigt at vide, hvem der er afsender. Det har stor betydning for de forventninger, man kan stille til hjemmesiden. F.eks. bør du have mere tillid til en offentlig institution end til en privatperson (som du ikke ved noget om) eller et firma (som med alle kneb vil reklamere og sælge sin vare).

HVAD siges ?

Svaret er hjemmesidens emne, dens indhold og budskab. Måske er hjemmesiden først og fremmest en reklame for et produkt, og budskabet er kort og godt: Køb produktet. Måske fortæller hjemmesiden om en politisk holdning eller om en hobby. Der er mange muligheder.

HVEM er modtageren ?

Alle med adgang til Internettet kan læse hjemmesiden, men hvem henvender den sig især til ? Prøv at karakterisere målgruppen. Er den smal eller bred ? Består målgruppen af en bestemt aldersgruppe, køn, folk med særlige interesser o.s.v.

Hvis afsenderen har været omhyggelig, så kan du aflæse, hvilken målgruppe de forsøger at ramme, ved at kigge på både indhold (HVAD) og form (HVORDAN).

HVORDAN er (udtryks)formen ?

Afviger formen fra hjemmesiders normale opbygning ? Hvilke farver og grafiske virkemidler er der brugt ? Er der meget eller lidt tekst ? Hvordan er billeder/fotos brugt på hjemmesiden ? Hvordan navigerer man rundt på siden ? Er der særlige funktioner (afstemninger, chat, nyhedsbrev, diskussionsforum o.s.v.) og særlige medietyper (video og lyd) ?

Farver har en vældig **signalværdi**. De betyder meget for, hvordan du oplever hjemmesiden. De fortæller ikke noget præcist, men de sætter en "stemning". Officielle institutioner bruger farver på en helt anden måde end private. Og større virksomheder har ofte et vedtaget **designkoncept**, som fastlægger brugen af grafik og farver på deres materialer inkl. hjemmesiden.

Hvis en hjemmeside er fyldt med billeder og knapper og ting, der blinker og snurrer rundt, så signalerer den ikke seriøsitet. Ofte bliver der sat lighedstegn mellem seriøsitet og et "kedeligt" design, men sådan *behøver* det ikke at være !!

HVORFOR siger afsenderen det ?

Hvad er afsenderens **MOTIV** ? Det hænger normalt meget sammen med, hvem afsenderen er (HVEM). Man kan skelne mellem mange former for motiver, hvor nogle af de vigtigste er:

- at informere
- at undervise
- at overbevise
- at underholde

Der vil næsten altid være tale om en blanding af flere motiver. Et firma's hjemmeside, som reklamerer for et produkt, prøver at overbevise modtageren om, at produktet er godt, men ofte giver den også saglig information – måske ligefrem undervisning omkring emnet. Samtidig prøver firmaet måske også at gøre det på en underholdende måde – nogen gange så det kan blive for popsmart ...

En hjemmeside, hvis mål (MOTIV) er at undervise, vil måske også gerne undgå at virke for kedelig, og den bruger derfor også mere underholdende elementer. Den prøver måske også at overbevise én om bestemte holdninger.

Det drejer sig altså sjældent om at fastslå ét enkelt formål eller motiv, men snarere om hvordan hjemmesiden "vægter" (prioriterer) forskellige motiver. Et vigtigt spørgsmål er, om hjemmesiden prøver at skjule det virkelige motiv for på den måde at narre modtageren !

VIRKNING ?

Hvilken virkning har hjemmesiden ? Ligesom i spørgsmålet om, hvem modtageren er, så er der i virkeligheden to spørgsmål:

- hvilken virkning **ønsker** hjemmesiden at opnå ? og
- hvilken virkning **har** den faktisk på dig eller en gruppe af modtagere ?



OPGAVE:

Tag udgangspunkt i ovenstående model, og lav en sammenlignende analyse af to hjemmesider med det samme emne.

Kildekritik og troværdighed på nettet

Når du bruger oplysninger fra nettet i en opgave, så er det vigtigt, at du angiver, hvor oplysningerne kommer fra: websidens adresse ! Men det er sværere at henvise til Internettet end til en bog, fordi oplysningerne på nettet kan ændre sig fra dag til dag – eller måske pludselig forsvinde helt. Hvis du vil sikre dig 100%, så er det nødvendigt at printe websiderne ud (men det kan også virke som fråds og spild af papir).

Kildekritik handler om at vurdere, om en kilde er troværdig – kan man stole på det, der står ? En **analyse** af hjemmesiden kan være en god start på en vurdering af troværdigheden. Og her er det meget vigtigt at finde ud af, hvad afsenderens **motiv** er – **hvorfor** har nogen mon lavet denne hjemmeside ?

Hvis det er en kommerciel eller politisk hjemmeside, så kan man roligt regne med, at det har en vis indflydelse på, hvad der bliver sagt – og hvordan. Det behøver ikke at være usandt, men der er visse hensyn, som spiller ind.

I den senere tid har der været forskellige sager fremme, hvor visse grupper har forsøgt at efterligne/forfalske bestemte hjemmesider – for at få deres (skjulte) budskab igennem ved hjælp af andres ”gode navn”.

Det kan bl.a. ske ved at få en web-adresse, som er næsten magen til originalen. Og dernæst laver man design og layout på ”snyde-siden”, så de besøgende næsten ikke kan se forskel. Man kunne måske bruge adressen www.laanogsparnetbank.dk (hvis den ikke allerede var snuppet af den rigtige bank) – og så forsøge at lokke kunder til at udlevere kreditkortoplysninger inkl. pinkode samt andre personlige oplysninger. F.eks. ved at e-maile til kunder og bede dem klikke på et link til den falske side o.s.v.

Begrebet kaldes ”**phishing**” og er et voksende problem i udlandet. Og et problem som sikkert også vil dukke op i Danmark i et eller andet omfang. Her handler det om ”kontante” svindelnumre og/eller afpresning, men det kunne lige så godt dreje sig om at videregive fordrejede eller falske informationer om et eller andet (historisk, politisk eller kommercielt) emne ... !!

Når du har svaret på spørgsmålene vedr. analyse (side 3-4), så er du godt rustet til at gå videre med følgende overvejelser:

- Svarer hjemmesidens web-adresse til dens navn ?
- Giver hjemmesiden rent visuelt et gennemarbejdet og troværdigt indtryk (eller virker det ærligt talt noget amatøragtigt) ?
- Er siden opdateret for nylig ? Bliver den vedligeholdt løbende ?
- Er der ordentlige oplysninger om, hvem der står bag (=afsenderen) ? Det er et dårligt tegn, hvis ingen rigtig vil stå ved hjemmesiden.
- Er teksterne sprogligt i orden ? En seriøs afsender vil sørge for, at der bliver læst korrektur på teksterne !
- Hvilke andre hjemmesider henviser siden til ?
- Hvilke andre hjemmesider henviser evt. til denne hjemmeside ?

De to sidste spørgsmål kan være vigtige, fordi det normalt er et **kvalitetsstempel**, hvis en anden hjemmeside af (anerkendt) høj kvalitet har et link til siden. Ved at se på, hvilke sider der i øvrigt linkes til, kan man afgøre, hvilken "omgangskreds" hjemmesiden tilhører.

Nedenstående artikel er skrevet af **Danmark's Biblioteksskole** (marts 2004)

Pas på kvaliteten på www!

På www er der ikke de samme kvalitetsfiltre i form af forlæggere og redaktører, som vi kender fra det trykte univers. Alle kan oprette en side på nettet og få deres synspunkter udbredt, landsbytosserne blander sig med misinformatørerne, og revl og krat kommer frem, når man laver en søgning.

Problemet opstår ikke, hvis man bruger en af de mange kvalitetsvurderede indgange til nettets ressourcer; men benytter man en søgemaskine bør man være kildekritisk og kvalitetsvurdere informationerne. Man bør stille nøjagtig de samme krav til dokumentation af synspunkter, som man vil gøre i et trykt univers (f.eks. en avis eller en bog).

Der lurder farer alle vegne

Meget på www giver sig ud for at være noget andet end det er. Misinformation - det bevidste forsøg på at føre andre bag lyset - kan antage forskellige former:

Falske sider med ondsindet intention

Udgiver sig for at være en officiel hjemmeside for en person eller organisation. Én af de mest berømte - eller berygtede - er Martin Luther King Jr. - A True Historical Examination (www.martinlutherking.org/); på overfladen en side med indhold til brug i undervisningen om MLK og den amerikanske borgerrettighedsbevægelse, men ved nærmere eftersyn en tilsvining af MLK udgivet af White Pride organisationen Stormfront (www.stormfront.org).

Parodier og fupsteder

Har til hensigt at gøre grin med eksisterende sider. De forskellige variationer over "Welcome to the White House" (www.whitehouse.gov = den ægte) er gode eksempler. "Welcome to the White House" med domænenavnene org og net (www.whitehouse.org/, www.whitehouse.net) er begge satiriske anti- Bush hjemmesider, mens "Whitehouse.com" er en såkaldt "voksen"-side (læs: porno).

Et andet eksempel er www.gatt.org, som giver sig ud for at være World Trade Organizations hjemmeside. Det er den ikke - den er nemlig lavet af antiglobaliseringsbevægelsen "The Yes Men", som har modtaget mange henvendelser om at tale på konferencer som repræsentanter for WTO!

Skjulte dagsordener

Sammenblander facts og holdninger. En af nettets kvaliteter er, at alle kan få udtrykt deres meninger; men meninger forklædt som facts er problematisk. Hvis der er tale om et partsindlæg bør det fremgå eksplicit af siden. Islaminfo.dk (www.islaminfo.dk) er sponsoreret af Foreningen Dansk Kultur og stærkt islamkritisk. Det er der ikke noget galt i; problemet kommer, når man på siden anfører at "formidle regulær vidensinformation på et videnskabeligt, informativt grundlag" og retter sin information mod elever, som ønsker at skrive opgaver om emnet.

Hadesider

Hadesider er der mange af. Racisme, white power, Ku Klux Klan, nazisme etc er stærkt repræsenterede på www. Det kan man få et indtryk af ved at konsultere The Hate Directory (www.bcpl.net/~rfrankli/hatedir.pdf).

Skjult produktinformation

Giver sig ud for forskning eller undervisning, men er i virkeligheden ren reklame. Desuden er www kvaksalvernes paradis. Man bør altid være på vagt overfor medicinsk information og sikre sig, at informationen kommer fra en vederhæftig kilde. The Endometriosis Research Center (www.endocenter.org/) ser måske troværdigt ud, men ifølge Quackwatch (www.quackwatch.org/), som overvåger nettets kvaksalvere er informationerne aldeles uvidenskabelige.

Hvad skal jeg være opmærksom på?

Nogle kriterier er selvfølgelig vigtigere end andre; som regel vil ophavets troværdighed, informationernes korrekthed og sidens opdatering være centrale elementer.

Ophavets troværdighed

Hvem står bag siden? er det muligt at identificere vedkommende person eller institution? har ophavet kvalifikationer, der er relevante for sidens emne? Er der en kontaktadresse? Det kan da godt være at jamesbond.dk er ekspert i paleontologi, men hvor skulle vi vide det fra? (www.paleontology.arsmatrix.dk/)

Indhold

Er der tale om unik information? Meget information på www er "vanity publishing" - forfængelighedspublicering, trivielt eller plagiat af andre sider, som kun en mor vil finde interessant. Spændvidden på www er enorm, den samme søgning kan resultere i dokumenter af vidt forskellig kvalitet og omfang. Tag ikke det første og det bedste! Er informationen korrekt? Det kan være svært at vurdere, men hvis der er den mindste tvivl, bør man altid checke informationerne i en autoritativ kilde som f.eks. et pålideligt leksikon. Man bør også være opmærksom på, at Internet ikke altid er den bedste kilde til informationer. Det er tidsspilde at forsøge at grave noget ud af nettet, som kunne være fundet på mindre end et minut ved at slå op i en bog eller tage telefonen. Er der tale om meninger eller facts? Er der litteraturhenvvisninger eller anden dokumentation, som underbygger udsagnene? Kan eventuel reklamefinansiering eller sponsorering påvirke indholdet af siden?

Opdatering

En kvalitetsside bør have oplysninger om datoer for oprettelse og opdatering (hvis relevant). Der ligger utallige sider på nettet, som er blevet oprettet af entusiastiske forfattere, som efterfølgende har fundet ud af, hvor lang tid det tager at vedligeholde en hjemmeside - de gav op, og glemte at fjerne deres produkt. Måske er forfatteren til WWW Virtual Library's hjemmeside AstroWeb: Astronomy/Astrophysics on the Internet (www.astroweb.com.ar/) én af dem; siden er ikke opdateret siden 1995!

Det kunstneriske indtryk

Stavefejl i hobetal og sjuksket design gør de fleste mistroiske på forhånd; det kan der ofte være grund til, men det er på den anden side også værd at ihukomme én af Shakespeares samtidige - Thomas Dekkers ord: "En guldmaske skjuler alle misdannelser - A mask of gold hides all deformities".

Hvad kan jeg gøre?

Hvis man ikke umiddelbart kan afgøre en sides troværdighed, bør man som regel vende tommelfingeren nedad med det samme. Imidlertid kan der være situationer, hvor oplysning om ophav eller ophavets troværdighed mangler, men hvor den pågældende side alligevel har sådanne kvaliteter, at det er værd at lave lidt detektivarbejde. I disse tilfælde kan følgende forsøges:

Check link

Se om der er et link til en hjemmeside på et ophav eller en institution, som kan føre videre til en opklaring af identiteten.

Prøv søgemaskine

Søg navn på ophav/institution i en søgemaskine (som frase med angivelse af " omkring navnet). Vi har f.eks. lavet en søgning på "holocaust" og fundet et dokument om "A short introduction to the study of Holocaust revisionism" skrevet af Arthur R. Butz (<http://pubweb.acns.nwu.edu/~abutz/di/intro.html>). Siden ligger på et edudomæne, dvs. et domæne ejet af en amerikansk videregående uddannelse, i dette tilfælde Northwestern University i Illinois. Tilden (~) angiver at der er tale om en personlig hjemmeside. Hvis man afkorter URL'en til ~abutz/ fremgår det, at han er Associate Professor of Electrical and Computer Engineering. Gør det ham kvalificeret til at udtale sig om holocaust? En søgning i f.eks. Google på "arthur r. butz" viser at han er en af verdens førende holocaust**benægttere**.

Prøv WHOIS

Søgning på domænenavn i WHOIS-databasen (www.whois.net/) er nok det mest effektive middel til at afsløre ejerskabet bag en side. Når man køber et domæne skal ejerens kontaktinformationer gøres offentlig tilgængelige. I eksemplet med www.gatt.org er det nemt at finde frem ejeren. Domænenavnet indtastes i WHOIS-databasens søgefunktion, og frem kommer WHOIS's oplysninger om sitet: Ejeren hedder Andy Bichlbaum, og en videre søgning i f.eks. Google på hans navn giver tilknytningen til The Yes Men. WHOIS kan

også afsløre sammenhængen mellem www.martinlutherking.org og Stormfront. I Danmark findes oplysninger om DK-domæner på DK-Hostmaster (www.dk-hostmaster.dk/). Man bør dog være opmærksom på, at registranter af domænenavne kan få blændet deres oplysninger.

Se på topdomænet

Top-domænenavnet kan give en vis idé om sidens karakter, men den er langt fra sikker. Ikke alt på et edu-domæne er troværdigt eller seriøst som ovenstående eksempel med holocaust og Arthur R. Butz viser, og ikke alt på et com-domæne er specielt kommercielt. F.eks. ligger den mest kvalificerede indgang til viden om søgemaskiner på <http://searchenginewatch.com>.

Hvem linker til siden?

En søgning på sider, der har links til den side, man er interesseret i at finde information om, kan også være nyttig i opklaringsarbejdet. Tanken bygger på at der må være en sammenhæng mellem en side og de sider der har links til den. Er det kvalitetssider, der har links til den pågældende side? Bliver der afsløret en emnemæssig sammenhæng? I Martin Luther Kings tilfælde er sagen klar: halvdelen af links kommer fra white pride-organisationer, mens den anden halvdel kommer fra sider, som beskæftiger sig med kvalitetsproblemer på www.whois.com. De fleste søgemaskiner tilbyder denne facilitet i avanceret søgning. Søgmaskinen www.AlltheWeb.com har en speciel facilitet: når man indtaster et domænenavn i søgefeltet får man oplysninger om såvel ejerskab fra WHOISdatabasen som hvilke sider, der har links til domænet.

(Kilde: Danmarks Biblioteksskole, marts 2004)



Pålidelige samlinger af links og oplysninger:

- Danmarks Biblioteksskole: <http://www.db.dk>
- Bibliotekernes Netguide: <http://www.fng.dk>
- Handelsskolernes Internetvejviser: <http://www.internetvejviseren.dk>
- Fagenes InfoGuide: <http://www.infoguide.dk>
- Forbrugerombudsmanden, Forbrugerstyrelsen og Forbrugerklagenævnet: <http://www.forbrug.dk>

:-) Søren Noah (maj 2005)