

MANIPULACJA DOSTĘPEM DO INFORMACJI Z PERSPEKTYWY ARCHITEKTURY INFORMACJI

Wstęp

Architektura informacji jako sztuka „nadawania struktur i klasyfikowania serwisów (stron) internetowych i intranetowych, mająca na celu ułatwienie ludziom znajdowanie informacji i ich wykorzystanie”, a także rozumiana jako „połączenie sposobu organizacji informacji, nadawania nazw rozpoznawczych (etykietowania elementów informacyjnych) i schematów przeszukiwania w systemie informacyjnym” jest wykorzystywana przez projektantów serwisów internetowych do zapewnienia im jak najwyższego stopnia funkcjonalności (Rosenfeld, Morville, 2003, s. 20). Wypracowane przez architektów informacji narzędzia i techniki służą obniżaniu kosztów poszukiwania i znajdowania potrzebnych danych przez potencjalnych klientów instytucji mających swoje strony w Internecie, w tym także obniżaniu kosztów szkolenia użytkowników różnych systemów informacyjnych, dla których ich obsługa jest nazbyt skomplikowana i niezrozumiała. Najcenniejsza dla właścicieli stron domowych jest jednak możliwość takiej prezentacji swojej firmy, która zapewni jej prestiż, umocni wizerunek na rynku, spowoduje identyfikację klientów z ich marką, zapewni sukces. Równocześnie ta sama strona domowa może być źródłem fałszywej informacji o produktach konkurencji, które ze względu na ich „gorszą jakość”, nie mogą się równać z ceną, profesjonalizmem, poziomem, popularnością, komfortem wytworów i usług reklamującej się firmy. Wystarczy zamieścić na własnej stronie dużą liczbę pozytywnych postów od niezidentyfikowanych klientów czy tzw. polubień użytkowników portali społecznościowych promujących daną markę, wskazać na dużą popularność własnej strony wynikającą z częstotliwości „wejść na nią” internautów, o czym świadczy

¹ Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Instytut Nauk Społecznych i Bezpieczeństwa.

wyższe pozycjonowanie przez wyszukiwarki wskazanej witryny. Strony www instytucji, sponsorowane przez nie serwisy informacyjne, prowadzone blogi, fora dyskusyjne, tworzone wokół marki społeczności internetowe konsumentów itp. wykorzystywane są przez dominującą instytucję (organizację) w walce konkurencyjnej. W rywalizacji tej liczy się zysk, dążenie do dominacji i usunięcie konkurencji. Konkurent jest nieprzyjacielem, w związku z tym stosowane narzędzia do zwalczania konkurencji stanowią broń mogącą wyrządzić atakowanej stronie dotkliwe straty, doprowadzić do kryzysu, a w konsekwencji do upadku, czyli do wyeliminowania z rynku. Stąd coraz większe zainteresowanie decydentów, szefów korporacji, przedstawicieli jednostek usługowych warsztatem pracy architektów informacji, w którym ważne miejsce zajmują techniki pozycjonowania i optymalizacji stron www, a także sposoby prezentacji własnych aktywów. Każda jednostka oferująca jakieś usługi czy produkt pragnie podkreślić swoje walory, zwiększyć popularność, ukryć wady przed klientami. Dlatego każda główna witryna internetowa jednostki jest zbudowana w sposób służący uwypukleniu zalet tejże jednostki i nakłonienia odbiorców do skorzystania z jej usług. Z drugiej strony zawiera elementy pozwalające na eliminację konkurencji. Takie działania stanowią codzienną praktykę firm konkurujących na rynku, a wykorzystywanie narzędzi i technik służących świadomemu zniekształcaniu odbioru informacji przez manipulowanych konsumentów sprzyja osiągnięciu celu, jakim jest odniesienie sukcesu danej korporacji lub instytucji.

Zjawisko manipulacji dostępem do informacji w świadomych i nieświadomych działaniach projektantów źródeł informacji

Manipulacja informacją związana jest z przekłamaniami, fragmentaryzacją komunikatu, natychmiastowością przekazu, tendencyjnym (selektywnym) doбором treści i ich nieobiektywnym komentarzem. Może być ukryta między innymi w sposobie prezentacji informacji, w ograniczeniu możliwości dotarcia do pełnych tekstów, w sugerowaniu ważności komunikatów, ukrywaniu danych niekorzystnych dla podmiotu, w prezentowaniu konkurentów w niekorzystnym dla nich świetle oraz w tworzeniu fałszywego wizerunku rywali. Może objawiać się także w zmianie treści informacji, zmianie jej formy czy w ukrywaniu części informacji (zwłaszcza tych negatywnych dla podmiotu). Manipulacja w postaci świadomego zniekształcania informacji na stronie www może przejawiać się:

- opisem niepełnej instrukcji realizacji usługi,
- nieaktualnymi danymi o produkcie, celowym podawaniem mylnej ceny,
- przypisywaniem wytworom cech, których one nie posiadają,
- reklamowaniem wyrobu nieistniejącego,

- preparowaniem danych nieważnych z pominięciem danych najważniejszych,
- prezentowaniem jako marginalnych danych o dużym znaczeniu,
- zamieszczeniem danych wieloznacznych, celowo utrudniających zrozumienie sensu przekazu,
- kamuflowaniem danych,
- zamieszczeniem spreparowanych opinii klientów o produktach i usługach własnej lub konkurencyjnej jednostki,
- kreowaniem fałszywego obrazu konkurencyjnego podmiotu, ukrywaniem sukcesu konkurencji, zawyżaniem strat konkurencji,
- ujednolicaniem upodobań klientów związanych z daną marką,
- przejawianiem własnych zalet i sukcesów,
- pomijaniem informacji niewygodnych dla firmy (np. dotyczących własnych strat lub porażek),
- przekazywaniem danych nieprawdziwych, jednak takich, które powinny utkwić w podświadomości jako możliwe do wystąpienia (Materska, 2007, s. 231-234).

Efektom manipulacji może być tworzenie negatywnych postaw odbiorców wobec podmiotu przedstawionego w niekorzystny sposób przez konkurencję, czy tworzenie środowiska sprzyjającego powstawaniu grup wykluczonych, np. klientów niedoinformowanych o możliwości skorzystania z lepszej oferty (Kaczmarek, 2013, s. 69).

Oznacza to, że architektura informacji może stać się narzędziem wykorzystanym do osiągnięcia celów ekonomicznych czy gospodarczych nie tylko przez różne korporacje, firmy usługowe i jednostki pozarządowe, ale również przez decydentów czy władze samorządowe do osiągania celów politycznych i społecznych. Decydenci oferując zbiór wyselekcjonowanych informacji o sobie i o swoich działaniach, przekazują równocześnie informację obywatelom o podjętych przez siebie inwestycjach i osiągnięciach. Komunikaty te są zazwyczaj zamieszczane na głównych stronach internetowych organów decyzyjnych i służą podnoszeniu poziomu zadowolenia obywateli z przedsięwzięć podejmowanych przez władze w środowisku lokalnym. A to sprzyja zwiększeniu popularności określonych kandydatów podczas kolejnych wyborów. Celem pośrednim odpowiednio zaprojektowanych stron domowych jest kreowanie postaw obywateli i ich preferencji zgodnie z oczekiwaniami lokalnych decydentów. Nawiązanie dialogu z wyborcami i budowanie korzystnego dla siebie wizerunku w serwisach internetowych osiągają poprzez odpowiedni sposób prezentacji wiadomości, ich dobór, selekcję, etykietowanie komunikatów (Januszek-Szkiel, 2010, s. 216).

Związek między manipulacją informacją i architekturą informacji można przedstawić jako proces przyczynowo-skutkowy. W procesie tym głównymi etapami, na których dochodzi do świadomego zniekształcania informacji jest etap gromadzenia, selekcji, opracowania, przetwarzania

nia, wyszukiwania, prezentacji i udostępniania informacji. Czyli obejmuje on wszystkie podstawowe etapy każdego procesu informacyjnego, może z pominięciem etapu przechowywania i magazynowania informacji, chociaż i ten etap może podlegać interwencji dysponentów strony www, np. poprzez ustalenie limitu czasu archiwizowania danych.

Teoria i praktyka architektury informacji może być wykorzystywana w procesie manipulacji informacją. Równocześnie brak specjalistycznej wiedzy z zakresu projektowania i optymalizacji witryn internetowych, niewystarczająca znajomość potrzeb użytkowników serwisów www i ich kompetencji informacyjnych może przyczyniać się do wprowadzania kolejnych nieświadomych deformacji informacji.

Poniżej omówione zostaną przykłady sterowania dostępem do informacji na wybranych stronach internetowych urzędów w powiecie suskim (województwo małopolskie). Oparto się na analizie literatury przedmiotu oraz analizie zawartości stron internetowych: Starostwa Powiatowego w Suchoj Beskidzkiej, Urzędu Miasta Sucha Beskidzka, Oficjalnego Serwisu Gminy Maków Podhalański i serwisu PowiatSuski24.pl.

Funkcje i narzędzia architektury informacji

Osoby odpowiadające za poprawność struktury stron internetowych muszą doskonale znać potrzeby informacyjne ich użytkowników oraz środowisko, w którym funkcjonują. Architekt informacji powinien brać pod uwagę również odmienne sposoby wyszukiwania informacji przez użytkowników, wynikające z ich pochodzenia, poziomu wykształcenia, wieku, upodobań. Musi również uwzględnić sposób postrzegania i percepcji rzeczywistości, sposób zapamiętywania informacji przez użytkownika, formę i rodzaj informacji, która skupia jego uwagę. Architekt powinien pamiętać, że użytkownik może kierować się w swoich wyborach wcześniejszym doświadczeniem wynikającym z przeszukiwania innych stron www lub tylko znanymi mu technikami (Weinschenk, 2011, s. 2-15). Użytkownik kieruje się zawsze w swoich poszukiwaniach zasadą oszczędzania czasu i wysiłku na odnalezienie potrzebnej informacji. Stąd projektanci portali dążą do tego, aby klient nie musiał się zastanawiać jak poruszać się po stronie, tylko trafiał na informację w sposób intuicyjny (Krug, 2018, s. 20). Użytkownik wyszukuje informacje, przegląda dostępne dane i zadaje pytania, następnie wybiera potrzebne wiadomości (Rosenfeld, Morville, 2003, s. 50-52). Architekt informacji musi umieć „podsunąć” potrzebną informację za pomocą doskonale zaprojektowanego interfejsu pozwalającego uzyskać odpowiedź na zadane przez użytkownika pytanie.

Do ważnych funkcji strony domowej instytucji należy funkcja informacyjna i reklamowa. Bardzo istotną jest też funkcja społeczna. Za pomocą odpowiednich narzędzi, architektury informacji można wpływać na postawy

użytkowników, ich emocje i zachowania. Można kreować postawy obywatelskie, prospołeczne, proekologiczne, ale i destrukcyjne. Ważną funkcją jest funkcja komunikacyjna i wizerunkowa związana z promowaniem pożądanego wizerunku jednostki i sterowania zadowoleniem użytkowników z oferowanych usług (jakie funkcje spełnia strona internetowa).

W celu realizacji tych funkcji architekt informacji wykorzystuje szereg technik i narzędzi. Do podstawowych narzędzi architekta informacji zaliczyć należy: programy komputerowe ułatwiające architektowi opracowanie tabel, schematów, wykresów; programy do wizualizacji zadań i oczekiwań; programy graficzne ze szczególnym uwzględnieniem projektowania komunikacji wizualnej (logo, kolorystyka i wielkość czcionki, układ strony). W jego pracy najważniejsze są jednak narzędzia inżynierii użyteczności, czyli narzędzia komputerowe wykorzystywane do poprawy komunikacji użytkownika ze stroną internetową. Służą one do nawigacji, poruszania się użytkownika po witrynie (Lange-Sadzińska, 2011, s. 93-95). Niezbędne w jego pracy są także narzędzia służące do śledzenia ruchów użytkowników na portalu. W tym celu wykorzystuje on systemy statystyczne lub aplikacje typu Eye Capture, pozwalające na śledzenie zainteresowania czytelników publikacji zamieszczanych na konkretnej stronie internetowej (e-commerce, filmy, strony na Facebooku, kanały Twittera, własne strony internetowe) i uzyskanie przez użytkownika konkretnych informacji na urządzenia mobilne o zawartości wybranej publikacji, bez konieczności logowania się do komputera i przeszukiwania Internetu (Eye Capture). Narzędzia wykorzystywane przez architekta informacji muszą być dostosowane do charakteru strony i jednostki, której ona dotyczy oraz do celów stawianych przez właścicieli witryn (pozyskiwanie zwolenników, klientów, dezinformowanie, dzielenie się wiedzą, współpraca, indoktrynacja itd.).

Manipulacja dostępem do informacji

Manipulacja dostępem do informacji związana jest zawsze z działaniami intencjonalnymi. Niektóre zniekształcenia informacji mogą mieć jednak charakter niezamierzony i wynikać z błędów językowych lub błędów technicznych oraz z niezajomości potrzeb i preferencji użytkowników, a także z niewłaściwego doboru narzędzi zastosowanych do prezentacji informacji na stronie internetowej. Błędem bywa również projektowanie strony www, w którym nie bierze się pod uwagę braku kompetencji cyfrowych docelowej grupy użytkowników (zbyt skomplikowana nawigacja lub sposób wyszukiwania, niedobre narzędzia do grup wiekowych) co powoduje odizolowanie jej od określonych informacji (Kaczmarek, 2013, s. 68). Intencjonalna manipulacja dostępem do informacji może polegać w tym wypadku na adresowaniu określonych treści wyłącznie do określonej grupy użytkowników, która zna hasła dostępu pozwalające na otwarcie preferowanych treści i ma

powiązania z osobami mającymi wgląd do informacji zamieszczanych na forach i zamkniętych grupach dyskusyjnych (Facebook, Twitter) (Kaczmarek, 2013, s. 73).

Z kolei niezamierzone utrudnienia dostępu klientom do informacji mogą być spowodowane również błędnym doбором słów kluczowych umieszczanych w nagłówkach, w paskach nawigacyjnych, w menu. Słowa kluczowe powinny wskazywać kierunek nawigacji i być drogowskazem dla poszukujących informacji. Jeżeli nie pełnią tej funkcji, wprowadzają poszukującego w błąd. Dobrze dobrane słowa kluczowe odzwierciedlają treść publikowanych komunikatów i strukturę serwisu, pozwalając samemu odbiorcy ocenić przydatność informacji i zdecydować o wyborze materiału do lektury (Danowska, Makaruk, 2009, s. 144-145). Do wymienionych błędów językowych zaliczyć można także: duplikowanie treści, stosowanie niejasnych skrótów myślowych, używanie kolokwializmów lub zbyt formalny styl komunikatów sprawiający, że część odbiorców nie zrozumie w pełni prezentowanych treści. Bariery językowe często związane są z używaniem przez nadawców informacji terminów wieloznacznych. Zastosowanie nieodpowiedniego słownictwa może być błędem zarówno podczas tworzenia etykiet jak i wyrażeń wyszukiwawczych i może utrudniać dostęp do informacji poszukiwanej przez użytkownika (Enge, Spencer, Stricchiola, Fishkin, 2012, s. 72-73). Za przykład manipulacji technicznej uznaje się celowe zaprojektowanie wadliwej konstrukcji strony, złej nawigacji utrudniającej dotarcie i wydłużenie czasu odszukania poszukiwanych informacji, niejasno sprecyzowanych reguł strony (Danowska, Makaruk, 2009, s. 148). Ale większość zniekształceń informacji wynika nie tyle z niecelowo wprowadzanych błędów konstrukcyjnych, co z niedostatecznych kompetencji technologicznych projektantów witryn.

Ograniczenie dostępu do informacji może być spowodowane także nieodpowiednim wyborem technologii, gdy architekt informacji nie wie czy odbiorcy będą odbierać informacje za pomocą laptopa czy telefonu komórkowego. Niejednokrotnie można zaobserwować, że strona internetowa o poprawnej nawigacji odbierana za pomocą laptopa nie działa tak efektywnie przy wykorzystaniu telefonu komórkowego. Architekt informacji musi być świadomy poziomu zaawansowania technologicznego swoich odbiorców, by nie odmówić im dostępu do informacji. Narażonymi na wykluczenie społeczne są również osoby bez stałego dostępu do sieci.

Wymienione powyżej przykłady utrudnień w dostępie do informacji zaobserwowano podczas analizowania stron www instytucji publicznych w powiecie suskim. Przykładowo strona internetowa Starostwa Powiatowego w Suchej Beskidzkiej składa się z takich elementów, jak:

- nawigacja górna, gdzie etykiety zawierają takie słowa kluczowe jak: „strona główna”, „starostwo”, „zarząd i rada powiatu”, „powiat”, „wydziały”, „e-urząd”, „BIP” czy „kontakt”,

- odnośniki do komentarzy aktualnych wydarzeń z regionu,
- odnośniki do związanych z powiatem stron internetowych,
- pasek nawigacji dolnej, gdzie można znaleźć pola o etykietach: „najczęściej czytane”, „przetargi”, „zapytania ofertowe” i „konkursy ofert” (Starostwo Powiatowe w Suchej Beskidzkiej).

Chociaż strona internetowa jest przejrzysta, a etykiety zawierają słowa kluczowe oddające treść informacji w nich zawartych, jednak dolny pasek nawigacji może zostać niezauważony przez użytkownika, poprzez co dotarcie do znajdujących się tam informacji może być niemożliwe. Ponadto czas wyszukiwania informacji jest zbyt długi, także w wyniku braku wewnętrznej wyszukiwarki, która mogłaby uściślić wynik wyszukiwania. Strona główna Starostwa Powiatowego jest poprawna językowo, lecz nie technicznie. Układ strony jest niekompletny: brak wyszukiwarki, linku do Facebooka i innych mediów społecznościowych, forów dyskusyjnych, umożliwiających szybki kontakt i pozyskanie dodatkowych danych.

Z kolei strona główna Urzędu Miasta Sucha Beskidzka zawiera górny pasek nawigacji o etykietach: „miasto”, „samorząd”, „gospodarka”, oraz dolny pasek nawigacji z etykietami: „zamówienia publiczne”, „prawo” oraz nawigację boczną. Chociaż strona została wyposażona w linki do e-PUAP i e-urząd oraz BIP, lecz nie zawiera wyszukiwarki oraz odniesień do znanych lokalnych forów i mediów społecznościowych (Urząd Miasta Sucha Beskidzka, Facebook). Natomiast główne dane kontaktowe zostały zamieszczone w dolnej części strony, co może być powodem utrudnień dla użytkowników przyzwyczajonych do pobierania danych adresowych z zakładki „Kontakt” (Urząd Miasta Sucha Beskidzka). Głównym mankamentem jest jednak niedopracowana struktura strony oraz obarczenie jej barierami językowymi i technicznymi.

Natomiast Oficjalny Serwis Gminy Maków Podhalański wyposażony został w pasek nawigacji górnej, różniący się od pozostałych analizowanych stron. Składa się on z trzech zakładek o etykietach: „dla mieszkańców”, „dla turystów”, „dla przedsiębiorców” oraz z paska nawigacji mieszczącego się pośrodku strony, gdzie zakładki zatytułowano: „aktualności”, „wszystko”, „inne”. W zakładce „dla mieszkańców” można zauważyć takie etykiety jak: „aktualności”, „urząd miejski”, „rada miejska” lub „ogłoszenia”, które dla potencjalnego użytkownika mogą być niezrozumiałe. Przykładowo jak można ustalić, co zawierają „aktualności” w pasku nawigacji głównej, a co „aktualności” – w zakładce „dla mieszkańców”. Nie jest jasno określone kryterium doboru danych zamieszczanych w poszczególnych zakładkach. Kolejnym zarzutem może być etykieta „wszystko” i „inne” w środkowym pasku nawigacji. Sam układ strony może powodować dezinformację i problemy dla użytkownika. Pozytywny akcent stanowi wyszukiwarka oraz linki usytuowane z boku strony głównej (Oficjalny Serwis Gminy Maków Podhalański).

Podsumowując, najczęstszymi błędami popełnianymi przez projektantów stron są błędy językowe i techniczne. Struktura witryn nie spełnia oczekiwań użytkowników odwiedzających je po raz pierwszy i nie mających wiedzy o instytucji. Najbardziej funkcjonalne okazują się wyszukiwarki pionowe. Natomiast nawigacje umieszczone w górnej i dolnej części strony, najczęściej są ukryte i wymagają „najechania na nie” kursorem, aby się pokazały. Komunikacji z użytkownikiem nie poprawia brak wewnętrznych wyszukiwarek oraz zbiorów linków odsyłających do portali społecznościowych (Enge i in., 2012, s. 86-90). Przedstawione utrudnienia w dostępie do informacji powstają zazwyczaj w wyniku niedopatrzenia i działań nieintencjonalnych twórców serwisów internetowych. Stanowią bariery w przepływie informacji szczególnie dla użytkowników nie związanych z regionem i nieobitych w strukturze jednostki oraz narażają ich na wykluczenie z grona osób „poinformowanych”. Manipulacja dostępem do informacji – w tym przypadku – opiera się na braku alternatywnych źródeł informacji oraz zbyt chaotycznej strukturze stron, co utrudnia wyszukiwanie i selekcję danych. Architekt informacji ma obowiązek tak przygotować witrynę i interfejs, aby były zrozumiałe pod względem merytorycznym i technicznym dla wszystkich docelowych odbiorców (Inglot-Brzęk, 2011, s. 375-377), a ich układ i zawartość treściowa powinny być czytelne i intuicyjne (Weinschenk, 2011, s. 127).

Manipulacja informacją

Zniekształcenia informacji mogą wynikać także z manipulacji emocjami odbiorców. W takim przypadku stosowane jest projektowanie perswazyjne stron www, tendencyjne ich pozycjonowanie, dezinformowanie czy celowa „nadprodukcja informacji”. Manipulacja informacją to działanie mające na celu osiągnięcie przewagi nad konkurencją, pozyskanie przychylności wybranych grup odbiorców lub osiągnięcie zysków. Najłatwiej można to urzeczywistnić poprzez odpowiednie zaplanowanie rozmieszczenia elektronicznych źródeł informacji zgodnie z algorytmem projektanta decydującego o tym, do jakich treści odbiorca będzie miał dostęp, a które zostaną poza jego zasięgiem (Belza, 2011, s. 127-128).

Manipulacja informacją może polegać również na budowaniu środowiska zaufania składającego się z odbiorców określonej strony internetowej. Środowisko zaufania może być budowane dzięki ukierunkowywaniu dysput na forach dyskusyjnych, zapraszaniu ściśle określonych gości do portali społecznościowych, zakładaniu fanclubów wokół domeny, którą zainteresowani są decydenci. Działania perswazyjne w projektowaniu stron internetowych związane są z tworzeniem strony w taki sposób, aby użytkownik odczuwał pozytywne emocje związane z korzystaniem z niej. Celem jest zmiana zachowania i postaw użytkownika i nakłonienie do realizacji określonych celów, np. preferowanie usług oferowanych przez decydenta

strony (Koszur, 2014, s. 131-134). Można więc stwierdzić, że manipulacja informacją może polegać na symulowaniu interakcji, wzajemnych relacji między adresatem a odbiorcą informacji. Wykorzystywana jest również technika społecznego dowodu słuszności, polegająca na reakcji człowieka na daną sytuację w sposób zbliżony do reakcji innych ludzi. Przykładem są komentarze usług, opinie na temat danej osoby zamieszczane na stronach internetowych czy forach. Odbiorca w myśl zasady dowodu słuszności opowie się za opinią osoby komentującej. W Internecie można znaleźć wiele przykładów stosowania takiej techniki perswazji, np. dotyczących opinii o lekarzu, produkcie, usłudze (Weinschenk, 2011, s. 135-140). Także manipulacja informacją przez zastosowanie symulacji dialogu jest ważną techniką, gdyż użytkownik pełni rolę zarówno nadawcy, jak i odbiorcy treści. Wymiana informacji i komentarzy jest powszechna, a ustalenie wiarygodności przekazywanych treści jest utrudnione, najczęściej z powodu ich nadmiarowości (Filipkowski, Mądrzejowski, 2012, s. 199-201).

Powracając do analizowanych stron instytucji zauważono, że na witrynie głównej Powiatu Suskiego wprowadzono dodatkową część paska nawigacji, na którym są umieszczone odnośniki do krótkich komentarzy z aktualnych wydarzeń regionu wraz ze zdjęciami. Nagłówki komentarzy mają na celu zwiększenie zainteresowania tematyką wśród odbiorców, np. „podsumowanie kadencji” zostało napisane dużymi literami w celu wyróżnienia na tle innych komunikatów, z kolei grafikę przedstawiającą piłkę do gry wklejono do etykiety „sport w powiecie suskim”, co ma przyciągnąć uwagę lokalnych kibiców. Pomimo takich zabiegów omawiana strona WWW została zaprojektowana w sposób mało atrakcyjny, gdyż nie zachęcają one do skorzystania z oferowanych usług oraz systematycznego jej odwiedzania (Starostwo Powiatowe w Suchej Beskidzkiej). Ma ona charakter użytkowy, a techniki manipulacji informacją są prawie niezauważalne. Dzięki szacie graficznej, strukturze oraz prostej w użyciu nawigacji budzi zaufanie wśród użytkowników i wywołuje pozytywne emocje. Jednakże nie stosuje się do zasady wzajemności ani społecznego dowodu słuszności, co sprawia, że spełnia jedynie funkcję informacyjną.

Natomiast na portalu informacyjnym powiatu suskiego o nazwie PowiatSuski24.pl, można zaobserwować liczne reklamy usług oraz „migające” banery, które mają na celu przyciągnięcie wzroku użytkownika strony i wzbudzają potrzebę zaznajomienia się z treścią. Czcionka, litery i słowa kluczowe zachęcają internautę do skorzystania ze strony. Każdemu komentarzowi towarzyszy zdjęcie. Liczne grafiki przytłaczają kolorystyką i wizualizacją oferty usług. Po prawej stronie witryny znajduje się pole oznaczone nagłówkiem „komentarze”, które zawiera opinie innych użytkowników. Dzięki temu odbiorca odnosi wrażenie, że ma możliwość nawiązania dialogu, co sprzyja personalizacji strony i podnosi zaufanie względem prezentowanych treści. W zakładce „kontakt” znajdują się szczegółowe dane adresowe

redakcji wpływające na ocenę wiarygodności zamieszczanych komunikatów. Zastosowane przez projektantów techniki oddziaływania sprawiają, że użytkownik w sposób przyjazny i prosty zdobywa potrzebne informacje. Zostały zastosowane zarówno techniki społecznego dowodu słuszności jak i zasada wzajemności, wzbudzające pozytywne emocje wśród internautów. Portal ten pełni funkcję informacyjną, reklamową, komunikacyjną i wizerunkową. Jednak manipulacji informacją może służyć dostarczanie przez redaktorów zbyt dużej liczby różnorodnych treści, sprawiających wrażenie niespójnego i przypadkowego zbioru faktów i komentarzy. Także niedopracowana forma szaty graficznej działa na niekorzyść tego źródła informacji (Powiat Suski 24).

Z kolei na stronie głównej Urzędu Miasta Sucha Beskidzka można zaobserwować proces umniejszania znaczenia podawanych faktów przez dominację komentarzy i gadżetów graficznych. Struktura witryny jest zbudowana poprawnie i wzbudza zaufanie użytkownika. Może stanowić przykład projektowania perswazyjnego, kreowania wizerunku i marki, podnoszenia poziomu zaufania do niej oraz wywoływania pozytywnych emocji sprzyjających pozyskiwaniu nowych użytkowników. Zastosowana nawigacja pozwalająca na sprawne korzystanie z oferowanych usług urzędu sprawia, że dla osoby obeznej z technologią informacyjną i sprawnej cyfrowo, staje się skutecznym i efektywnym narzędziem załatwiania spraw administracyjnych w sposób mobilny (Urząd Miasta Sucha Beskidzka).

Natomiast w przypadku strony głównej gminy Maków Podhalański, należy zwrócić szczególną uwagę na nawigację i szatę graficzną oraz na wprowadzone odnośniki do pokrewnych tematycznie portali. Elementy te sprawiają, że należy zakwalifikować ją do grupy serwisów charakteryzujących się perswazją użyteczności, pozwalających na nawiązanie dialogu i stosujących zasadę wzajemności. Ponadto zachęca odbiorców do korzystania z rozbudowanego i wielotematycznego zasobu prezentowanych wiadomości (Oficjalny Serwis Gminy Maków Podhalański).

Zakończenie

Manipulacja dostępem do informacji, na którą duży wpływ może wywierać architekt informacji, związana jest z pozycjonowaniem stron www, perswazją użyteczności i projektowania, wzbudzaniem emocji i kształtowaniem postaw użytkowników. Z przeprowadzonej analizy stron domowych można wnioskować, że większość z nich ma charakter perswazji użyteczności polegającej w głównej mierze na intuicyjnej nawigacji, łatwym dostępie do szukanych informacji oraz przejrzystości i zapewnieniu satysfakcji z korzystania ze strony, a w mniejszym stopniu perswazji projektowania. Twórcy analizowanych stron sporadycznie stosują technikę manipulacji, jaką jest społeczny dowód słuszności, w ramach której internauta otrzy-

muje spersonalizowane komentarze i ma poczucie kontaktu, dialogu i więzi z innymi użytkownikami. Uwidacznia się on na portalach informacyjnych i w mediach społecznościowych, lecz rzadko na oficjalnych stronach WWW urzędów. Manipulacja informacją polega więc na wywoływaniu przez architektów pozytywnego wizerunku jednostki, wzbudzaniu poczucia profesjonalizmu i zaufania względem instytucji w wyniku dostarczania wyselekcjonowanej, niepełnej informacji (bo pomijającej niewygodne dla decydenta fakty) o usługach. Projektant strony stosując takie techniki odwołuje się do zasady wzajemności skutkującej potrzebą odwzajemnienia się i skorzystania z oferowanych usług, a także wykorzystując technikę społecznego dowodu słuszności, doprowadza do podniesienia poziomu zaufania wobec zaprojektowanego źródła informacji. Analiza zawartości wybranych stron pozwala stwierdzić, że ich twórcy wykorzystując te same metody, przykładają większą wagę do wizualizacji usług, „wabięcia użytkowników” różnorodnością ciekawych treści i kreowania u nich pozytywnych emocji, a mniejszą do jakości treści i wartości merytorycznej witryny. Manipulacja informacją staje się skuteczna, gdyż tworząc środowisko wzajemnego zaufania, profesjonalizmu i wiarygodności treści, skutecznie eliminują konkurencję (np. poprzez nieinformowanie o istnieniu alternatywnych źródeł informacji). W ten sposób architektura informacji może zostać wykorzystana w procesie manipulacji informacją.

Architekt informacji jest odpowiedzialny za obiektywne, rzetelne, wiarygodne, sprawne pośredniczenie pomiędzy nadawcami i odbiorcami przekazywanych treści (Bałos, 2016, s. 49-55). Tworząc struktury wiedzy dla projektowanych serwisów informacyjnych nie może ulegać pokusie „reglamentacji” dostępu do wiadomości. Będąc profesjonalistą w zakresie korzystania z najnowszych technologii informacyjnych, nie powinien wykorzystywać aplikacji w celu manipulowania zarówno dostępem do informacji, jak i treścią. Musi dbać o dostarczanie rzetelnych informacji, przekazywać je w sposób jasny i zrozumiały dla wszystkich grup odbiorców. Jego misją jest stanie na straży dobrego imienia wykonywanej profesji. Dlatego powinien swoją działalność opierać na zasadach etycznych zebranych w kodeksie etyki architekta informacji, zwracając uwagę na dbałość o prawdziwość dostarczanych danych, zachowanie zasady równości względem wszystkich grup odbiorców z poszanowaniem przysługujących im praw, a poprzez swoją pracę propagować prawo do nieograniczonego dostępu do informacji i wiedzy (Pengal-Irlik, 2016, s. 43). Zasady etyki architekta informacji opisane w kodeksach etycznych dla profesjonalistów informacji są nieodzowne dla utrzymania jakości informacji oraz niedopuszczenia do manipulacji nią w sposób intencjonalny lub nieświadomy (Pengal-Irlik, 2016, s. 42).

Bibliografia

- Bałos, I. (2016). Prawo w działalności infobrokerskiej. W: S. Cisek, A. Januszko-Szakiel (red.), *Zawód infobroker. Polski rynek informacji* (s. 46-108). Piaseczno: Wydawnictwo Nieoczywiste.
- Belza, L. (2011). Główne zagrożenie w obecnym i przyszłym środowisku bezpieczeństwa pozamilitarnego. *Bezpieczeństwo Narodowe*, 18, 121-137.
- Cisek, S. (2015). Wyszukiwanie informacji o firmach w Internecie – wybrane aspekty. W: M. Kowalska, T. Wojewódzki (red.), *Infobrokerstwo. Idee, koncepcje, rozwiązania praktyczne* (s. 315-327). Gdańsk: Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej.
- Danowska, B., Makaruk, M. (2009). *Ćwiczenia praktyczne. Pozycjonowanie i optymalizacja stron www*. Gliwice: Helion.
- Enge, E., Spencer, S., Stricchiola, J., Fishkin, R. (2012). *Sztuka SEO optymalizacja witryn internetowych*. Gliwice: Helion.
- Eye Capture. Pobrane 3 listopada 2018, z: <http://www.eyecapture.net/>
- Filipkowski, W., Mądrzejowski, W. (red.) (2012). *Biały wywiad. Otwarte źródła informacji – wokół teorii i praktyki*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Inglot-Brzęk, E. (2011). Brak dostępu do Internetu jako wskaźnik wykluczenia społecznego. *Nierówność społeczna a wzrost gospodarczy*, 19, 374-385.
- Jakie funkcje spełnia strona internetowa. W: BlogR. Pobrane 15 marca 2019, z: <http://blogr.gr/jakie-funkcje-spelnia-strona-internetowa.html>.
- Januszko-Szakiel, A. (2010). Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością. W: J. Aksman (red.), *Manipulacja – pedagogiczno-społeczne aspekty* (cz. 1: *Interdyscyplinarne aspekty manipulacji*) (s. 209-216). Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.
- Kaczmarek, A. (2013). Edukacja medialna wobec zagrożeń cyberprzemocy i cyfrowego wykluczenia. *Kultura Media Teologia*, 13, 68-81.
- Koszur, J. (2014). Wykorzystanie wiedzy psychologicznej, w tym mechanizmów wpływu społecznego, w projektowaniu serwisów internetowych. W: D. Doliński, M. Gamian-Wilk (red.), *Przestrzenie manipulacji społecznej* (s. 131-155). Warszawa: PWN.
- Krug, S. (2018). *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*. Wydanie III. Gliwice: Helion.
- Lange-Sadzińska, K. (2011). Architektura informacji w praktyce. *Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management*, 53, 93-103.
- Materska, K. (2007). *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo SBP.
- Oficjalny Serwis Gminy Maków Podhalański. Pobrane 3 listopada 2018, z: <http://www.makow-podhalanski.pl>
- Pengal-Irlik, A. (2016). Etyka w firmie infobrokerskiej. W: S. Cisek, A. Januszko-Szakiel (red.), *Zawód infobroker. Polski rynek informacji* (s. 29-45). Piaseczno: Wydawnictwo Nieoczywiste.
- Powiat Suski 24. Pobrane 3 listopada 2018, z: <https://www.powiatsuski24.pl>
- Rosenfeld, L., Morville, P. (2003). *Architektura informacji w serwisach internetowych*. Gliwice: Helion.

- Starostwo Powiatowe w Suchej Beskidzkiej. Pobrane 3 listopada 2018, z: <http://www.powiatsuski.pl>
- Urząd Miasta Sucha Beskidzka. Pobrane 3 listopada 2018, z: <http://sucha-beskidzka.pl>
- Urząd Miasta Sucha Beskidzka, Facebook. Pobrane 3 listopada 2018, z: <https://www.facebook.com/pages/Urzad-Miasta-Sucha-Beskidzka/1021581274682618>
- Weinschenk, S., M. (2011). *100 rzeczy które każdy projektant powinien wiedzieć o potencjalnych klientach*. Gliwice: Helion.

Katarzyna Batorowska

Manipulation of access to information from the information architecture perspective

Abstract

The article discusses the problem of disrupting access to relevant information on the home pages of selected public institutions. It was presented in the context of the use of the information architect's workshop by the designers of these websites. It was recognized that information distortions may arise as a result of the conscious operation of the web designer. It can also be a source of unintended distortion of information resulting from lack of competence and professionalism. The aim of the article is to reflect on the problem of information manipulation at the stage of creating electronic sources of information and show the relationship between web designing and shaping the desired image of a public institution and relations with the local community. The article is based on the analysis of selected websites addressed to the inhabitants of the Suski powiat.

Keywords: manipulation, information architecture, user interface, information distortion, public offices, information distortion, suski powiat

Katarzyna Batorowska

Manipulacja dostępem do informacji z perspektywy architektury informacji

Streszczenie

W artykule poruszono problem zakłócenia dostępu do relewantnych informacji na stronach domowych wybranych instytucji publicznych. Przedstawiono go w kontekście wykorzystania przez projektantów tych stron warsztatu architekta informacji. Uznano, że zniekształcenia informacji mogą powstawać w wyniku świadomego działania projektanta stron www. Może być on także źródłem niezamierzonego zniekształcenia informacji, będącego skutkiem braku kompetencji i profesjonalizmu. Celem artykułu jest refleksja nad problemem manipulacji informacją na etapie tworzenia elektronicznych źródeł informacji i ukazanie związku pomiędzy projektowaniem stron internetowych a kształtowaniem pożądanego wizerunku instytucji publicznej i relacji ze społecznością lokalną. W artykule oparto się na analizie wybranych stron www adresowanych do mieszkańców powiatu suskiego.

Słowa kluczowe: manipulacja, architektura informacji, interfejs użytkownika, zniekształcenia informacji, urzędy publiczne, powiat suski