

Kriteriji za vrednovanje obrazovnih sadržaja na Internetu

Mr.sc. Radovan Vrana (rvrana@ffzg.hr)

Mr.sc. Sanja Seljan (sseljan@ffzg.hr)

Kristina Vučković (kvuckovi@ffzg.hr)

Odsjek za informacijske znanosti, Filozofski fakultet Zagreb

Sažetak

Kako se u tom virtualnom svijetu, prepunom različitih (dez)informacija odlučiti za onu «pravu» stranicu? Koji kriteriji trebaju biti zadovoljeni da bi korisnik web stranica s punim povjerenjem upotrijebio dati sadržaj i što je to što bi ga vraćalo na te iste stranice? Pretraživanje i kreiranje stranica dvije su osnovne upotrebe Weba, no bez obzira radi li se o jednoj ili drugoj upotrebi, stranica kao takva mora zadovoljavati određene forme, odnosno zadovoljiti neke kriterije kako bi njezino postojanje bilo opravdano. Svaki korisnik Interneta svjestan je činjenice da svi izvori nisu jednake vrijednosti niti su dovoljno pouzdani. Sve to otežava potragu za pravim informacijama pogotovo ako se radi o specijaliziranoj vrsti informacije podobnoj za određeni uzrast. Imajući to na umu mi smo pokušali odrediti kriterije (koji se ne mogu uzeti niti kao konačni niti kao jedini) nadajući se da ćemo na taj način barem jednim dijelom olakšati izbor «prave» stranice.

1 Uvod

Internet je jedan od medija kojeg se najviše hvali, ali i osporava. Dok jedni ističu neograničene mogućnosti komunikacije i dostupa do informacija, drugi ističu otuđenje, međuljudsku nekomunikaciju i nedovoljnu opću kulturu. Na jednoj strani govori se o univerzalnim principima ljudskoga rada i globalizaciji, a na drugoj o dominaciji američkih ideja. Iako se neprestano ističe važnost informatičke pismenosti i govori o Internetu u životu i u poslovanju, postoji veliki jaz između potreba za korištenjem novih tehnologija i primjenu obrazovanju. Pored problema nabave opreme, obrazovanja predavača i nemotiviranosti, obrazovni sadržaji srednjih škola na Internetu tek ponegdje izviruju na površinu. Osim što mali broj škola ima svoju Web stranicu, obrazovni sadržaji uglavnom su neodgovarajući ili ne postoje, a informacije nedostupne i nepregledne.

Količina informacija koja se nudi, kao i njihova kvaliteta, čine se kao nepregledno mnoštvo iz kojeg treba znati odabrati. Nepostojanje kontrole i ideja slobodnog objavljivanja na Internetu, dovela je do inflacije informacije, pada kvalitete Interneta kao medija, te dovodi u pitanje autorska prava, točnost i provjerenost informacija, kao i brojne druge poteškoće na koje i običan korisnik redovno nailazi.

2 Veličina Interneta

World Wide Web kao jedan od servisa Interneta danas nudi nevjerojatne količine informacija, koje treba selektirati, evaluirati i korisno upotrijebiti. Istraživanja u NEC Research Institute (1999)¹ kažu da postoji oko 16 milijuna Web servera, od čega su 2,8 milijuna javno dostupna i sadrže indeksirane informacije do kojih pretraživači mogu doprijeti. WWW ili 3W ili W3 danas sadrži preko 1 milijarde stranica od čega je 50-60% indeksirano i katalogizirano, pa prema tome i pretražljivo. 30% čine duplicirane ili kopirane stranice postavljene na način da budu lakše dohvatljive. Osim navedenog postoji i tzv. "deep Web" koji sadrži stranice koje nisu izravno povezane ili ugasle linkove čija se veličina procjenjuje na 500 puta veću od "pravoga" Weba². Ovisno o sadržaju, danas 83% Weba čine komercijalne stranice, 6% znanstvene ili obrazovne, 2,8% su stranice o zdravlju, 2,3% osobne, 1,9% društvene, 1,5% pornografske itd..

U takvome mnoštvu potrebno je znati odabrati pravu informaciju. Navedena se situacija istodobno javlja u visoko i u nisko razvijenim zemljama, u obrazovnim i istraživačkim ustanovama, u kulturnim, političkim i gospodarskim institucijama, itd. Upravo ovakva situacija glavni je razlog za stvaranje kriterija za kritičko promatranje Web sadržaja.

2.1 Kriteriji za vrednovanje Interneta

Osim tradicionalnih, potrebno je i uvođenje novih kriterija zbog svojstava karakterističnih za novi medij. Informacije dostupne na Internetu nisu stalne, često se mijenjaju, a postavlja se i pitanje njihove pouzdanosti. Objavljuju se šale, govori predsjednika, akademski radovi, rezultati istraživanja, vlastiti radovi, novosti itd. ne provjeravajući pri tome kvalitetu i točnost informacija. Ne provjerava se autor (koji se vrlo često niti ne navodi) niti njegove kvalifikacije, kao niti ugled izdavača i točnost informacija. Također ne postoje standardi za objavljivanje dokumenata, a vrlo često nije jasna niti svrha objavljivanja.

Navodi se da uz tradicionalne kriterije (točnost informacija, autorstvo, objektivnost, ažurnosti i raširenost, pokrivenost područja), Internet kao novi medij posjeduje i neka nova svojstva: korištenje linkova na druge dokumente i sa drugih na dotični dokument, korištenje

¹ Feldman, Susan: New Study of WWW Search Engine Coverage Published <http://www.infoday.com/newsbreaks/nb0712-1.htm> (26.9.2001.)

² Complete Planet http://www.completeplanet.com/help/help_deepwebFAQs.asp (11.10.2001.)

okvira (eng. frame), upotreba pretraživača, marketinška orijentiranost, kao i istovremenost zabave, informiranja i oglašavanja. Često se ističe da je potrebno utvrditi pravi izvor informacija i otići na njihov "home page" kao i koristiti tekstove renomiranih autora i izdavača određenoga područja. Boyd Collins kao posebne kriterije ističe i pretražljivost, grafički dizajn i inovativnost, a Hope Tillman navodi stabilnost informacija, odgovarajući format i dodatne multimedijske zahtjeve. Internet Detective – online tutorial za vrednovanje informacija na Internetu predlaže sljedeće kriterije:

- sadržaja (važnost informacije, ispravnost, reputacija autora, jedinstvenost, samostalnost, kompletnost, širina)
- forme (svojstva navigacije, korisnička podrška, odgovarajuća tehnologija)
- procesa (potpunost informacije, sitea i sistema).

Upravo zbog navedenih razloga, napravili smo ispitivanje Web stranica osnovnih i srednjih škola, kao i utvrdili neke od kriterija za moguću analizu Web sadržaja.

3 Oblikovanje sadržaja na Internetu

Sadržaji koji su ponuđeni na Internetu dostupni su u velikom broju organizacijskih oblika podijeljenih prema Internet servisima koje predstavljaju. Tako među oblicima prepoznajemo servise poput e-maila, IRCa, FTPa, WWWa i drugih. Žarište ovoga rada biti će na World Wide Webu, točnije na onome servisu ili organizacijskom obliku koji se najbrže razvija i koji svojim utjecajem mijenja i razvija i druge servise poput e-maila, kojim je danas moguće prenositi razne vrste multimedijskih sadržaja.

Sa preko 1 milijardom³ Web stranica, što je vrlo gruba procjena s obzirom na brzinu kojom postojeće Web stranice nestaju, a nove nastaju, vrlo je teško odrediti kategorije u koje bismo uspješno svrstali sve pojavne oblike Web stranica. Prema jednoj od postojećih kategorizacija Web siteova⁴ (skupa Web stranica koje čine jednu cjelinu na nekoj Internet adresi) pogled na World Wide Web stranice, prema kriteriju sadržaja, mogao bi izgledati ovako:

1. osobne Web stranice: sadrže biografske podatke
2. promotivne: oblikovane radi prodaje nekog proizvoda

³ <http://www.searchenginewatch.com>

⁴ Evaluating Web site content. <http://www.iss.stthomas.edu/webtruth/evaluate.htm> (29.4.2001.)

3. stranice s vijestima: donose najsvježije informacije
4. informativne: donose informacije vezane uz neku temu ili hobi
5. propagandne: promoviraju stajalište ili pogled na neku temu sa svrhom promjene mišljenja onoga tko ih posjećuje
6. instrukcijske (obrazovne): sadrže obrazovne informacije ili neku gotovu nastavnu jedinicu
7. registracijske: akumuliraju informacije i prijave za sudjelovanje na skupovima, prikupljaju informacije o pojedinim proizvodima u obliku baza podataka ili na neki drugi način omogućavaju kontakt prikupljanjem registracijskih informacija
8. zabavne

Osim ovih, zasigurno postoje i druge vrste Web stranica koje bismo mogli svrstati u neku od postojećih ili oblikovati novu kategoriju, no to nije svrha ovoga rada. Za potrebe ovoga rada orijentirati ćemo se na stranice koje donose instrukcijske odnosno obrazovne sadržaje, bilo da su njihovi stvaratelji nastavnici, učenici, škole, društva koja nude sadržaje vezane uz školske predmete (npr. zvjezdarnice), izdavači koji pripremaju tiskana i druga izdanja obrazovnih sadržaja ili netko izvan ovog relativno uskog kruga.

S gledišta oblikovanja strukture Web stranica i povezivanja hipervezama⁵, Web siteove možemo promatrati s više gledišta od kojih su sljedeća tri prihvatljiva za potrebe ovoga rada. To su:

1. s gledišta autoriteta: sadržaj koji predstavlja velike ustanove, organizacije ili tvrtke koje svojim imenom i položajem nameću pogled na određeno područje ili temu strukturom Web stranica, postavljanjem hiperveza i izborom sadržaja koji će biti povezivani. Takve velike ustanove ili tvrtke zbog svoga položaja na svoje stranice ne stavljaju hiperveze prema sličnim ustanovama ili autoritativnim tvrtkama
2. s tematskog gledišta: Web siteovi koji povezuju različite Web stranice ili siteove koji pokrivaju istu ili sličnu temu. Vrlo popularni način organiziranja sadržaja na Internetu.
3. s gledišta zajednice: strukture Web siteova međusobno povezanih istom temom (skupine tematskih središta) nastalih najčešće spontano kao posljedica načina na koji su Web stranice međusobno povezane u okviru teme koju pokrivaju.

⁵ Gibson, David; Kleinberg, Jon; Raghavan, Prabhakar. Structural Analysis of the World Wide Web. <http://www.w3.org/1998/11/05/WC-workshop/Papers/kleinber1.html> (29.4.2001.)

Za svaku od ovih kategorija moguće je navesti i primjere.

Za prvu kategoriju su to najčešće proizvođači hardvera i softvera koji brinu isključivo o svojim Web stranicama na kojima promoviraju vlastite proizvode i nemaju nikakvih poveznih točaka sa sličnim tvrtkama.

U drugu kategoriju možemo ubrojiti one Web siteove koji su nastali oko neke teme, bilo da je riječ o Web imenicima poput Yahoo!-a ili nekim manjim tematskim Web siteovima koji predstavljaju središnju organizacijsku točku za sve ostale manje Web siteove koji se okupljaju oko te središnje točke radi zajedničke teme npr. Web siteovi o jedrenju. Te tematske Web siteove možemo susresti na velikom broju Internet adresa i predstavljaju jednu od najvrjednijih kategorija na Internetu.

Zajednice Web siteova predstavljaju pojavu novijeg datuma nastalu zbog potrebe povezivanja više tematskih središta u jednu veću, gusto povezanu strukturu. Primjeri za ovu kategoriju mogu se naći u raznim znanstvenim disciplinama u kojima se pojedini sadržaji povezuju radi bolje vidljivosti.

4 Izbor glavnih kriterija za vrednovanje sadržaja na Internetu

Broj metoda i kriterija vrednovanja sadržaja dostupnih putem World Wide Weba danas je vrlo velik, te je s toga teško uspješno odabrati onaj skup kriterija koji odgovara svim oblicima i vrstama sadržaja na World Wide Webu. Svaka metoda ima svoje prednosti i nedostatke ovisno o predmetu promatranja i načinu na koji se metoda primjenjuje i ocjenjuje (da li je korisnik/ispitanik istovremeno i ocjenjivač koji vrednuje sadržaj, ili su te dvije funkcije odvojene).

Jedna od vrlo čestih metoda je anketa kojom je moguće utvrditi činjenice vezane uz upotrebu Interneta i neke njegove servise. Anketa može biti provedena nakon nekog kraćeg ili dužeg razdoblja upotrebe Interneta. U tom slučaju rezultati ovise o samom ispitaniku koji može odlučiti promijeniti svoj stav o nekom svom ponašanju tokom upotrebe Interneta jer se pojedina pitanja mogu odnositi na društveno prihvatljivije ponašanje zbog kojeg bi ispitanik mogao modificirati svoj odgovor. Osim anketa koje se provode nakon upotrebe Interneta, moguće je pripremiti i ankete u elektroničkom obliku koje su dostupne na Internetu radi bolje ocjene sadržaja Web stranica. Problem koji se javlja pri upotrebi ove metode je oslanjanje na dobru volju posjetitelja da sudjeluju u anketi.

Analiza transakcijskih logova uz anketu predstavlja još jednu popularnu metodu promatranja ponašanja korisnika. Uvidom u stranice koje je neki posjetitelj posjetio moguće je utvrditi na kojim se sadržajima najviše zadržao. Ova metoda nam, na žalost ne ukazuje na identitet, spol, starosnu grupu, ni stupanj obrazovanja posjetitelja. Ukoliko izostavimo korisnika kao glavnog sudionika vrednovanja i usredotočimo se na vrednovanje koje mogu obaviti nastavnici prilikom odabira Internet izvora koje bi htjeli upotrijebiti u nastavi, mogu to učiniti uz pomoć skupa kriterija koji će im pomoći u vrednovanju strukture i sadržaja Web stranica.

Opća rasprostranjenost kriterija za vrednovanje sadržaja na Internetu može se protumačiti kao želja za oblikovanjem i primjenom kvalitetnih sadržaja u različitim segmentima obrazovanja ali i kao potreba za kvalitetnijim organiziranjem informacija općeg karaktera u upotrebi izvan obrazovnih ustanova.

Međutim, s obzirom na prevelik broj Web stranica na Internetu koje su potpuno neklasificirane prema sadržaju i neindeksirane u bazama podataka velikih pretraživača, te im je glavna karakteristika anonimnost autora, postavlja se pitanje svrhovitosti primjene detaljno razrađenih kriterija na Web stranice koje nisu povezane s nekom od obrazovnih ustanova koje svojim autoritetom jamče kakvu takvu kvalitetu sadržaja.

Jedan od problema koji se pojavljuju u postupku vrednovanja elektroničkih izvora informacija općenito je i pokušaj prenošenja kriterija za vrednovanje tiskanih izvora informacija.⁶ Ponekad su neki od kriterija koji se odnose na enciklopedije, rječnike, atlase i slične izvore informacija primjenjivi i na izvore na Internetu poput Web stranica, no vrlo često zahtijevaju i dopunu ako ne i potpunu preinaku. Primjer nejednake primjenjivosti kriterija za vrednovanje izvora informacije može biti npr. trajnost. U svijetu tiska trajnost se odnosi na trajnost samoga medija na kojem je tiskana informacija. U ovisnosti o njegovoj kvaliteti ovisi i trajnost informacije. U svijetu elektroničkog izdavaštva trajnost je za sada prilično nejasan kriterij jer je zbog neprestane promjene medija i njihove za sada nedokazane postojanosti nemoguće izvesti zaključak o njihovoj stvarnoj trajnosti. Trajnost informacije na elektroničkom mediju se pak produžuje na drugi način, a to je da u elektroničkom svijetu zapravo ne postoji original nego tek više kopija, pa nestajanjem jedne od tih kopija ne nestaje sama informacija nego se ona može ponovo pronaći na nekoj drugoj lokaciji.

5 Rezultati analize

Nekoliko je *razloga* zbog kojih se pristupilo ispitivanju Web stranica osnovnih i srednjih škola: veličina Interneta, potreba za selekcijom informacija, mala vidljivost obrazovnih sadržaja, tj. nepostojanje *.edu* domene u *.hr* Internet prostoru i kvaliteta Web obrazovnih sadržaja, odnosno njihova primjenjivost u nastavi.

Iako se nudi mnoštvo kriterija, ispitivanje se temeljilo na nekoliko osnovnih *kriterija* razrađenih u podskupine (vidi prilog):

- autoritet Web sadržaja
- točnost podataka
- namjena Web sitea
- svježina informacija
- alternativni oblici sadržaja
- opseg
- pomoć
- organizacija sadržaja
- grafički izgled
- navigacija
- opća ocjena sadržaja

U postojećem pilot projektu slučajnim odabirom analizirano je 13 srednjih škola i 13 stranica koje nisu izravno povezane s nastavom, tj. stranice Harry Potter. Iako pri ocjenjivanju postoji problem subjektivnosti i nejasnoće granica između pojedinih kategorija kriterija (npr. da li je autor ujedno i osoba koja održava stranice ili kontakt-osoba, razlika između eksplicitne i prividne namjene itd.) , utvrđeno je sljedeće:

Na Web stranicama srednjih škola gotovo uvijek se može identificirati autor sadržaja ili osoba koja održava stranice s kojom je moguće kontaktirati putem elektronske pošte ili postoji i poseban obrazac za primjedbe. U 80% slučajeva postoji povezanosti između autora ili osobe koja održava stranice sa ustanovom, čiji je naziv i adresa u pravilu jasno istaknut na prvoj stranici. Na naslovnoj stranici se najčešće pojavljuju podnaslovi cjelina ili ključne riječi, dok se pregled sadržaja navodi u 60% slučajeva.

⁶ Rettig, James. Beyond «Cool»: analog models for reviewing digital resources. // Online, 1996. <http://www.onlineinc.com/onlinemag/SeptOL/rettig9.html> (29.4.2001.)

Ako se govori o točnosti podataka, tek u 15% slučajeva jasno je naveden izvor podataka radi provjere točnosti, koji se na navodi konzistentno na svim stranicama. U 90% slučajeva tekst se kombinira sa grafičkim prikazima koji su jasno označeni. U većini slučajeva grafički prikazi služe kao dopuna tekstu, a i sam tekst se prikazuje u kombinaciji više oblika i veličina slova zbog isticanja pojedinih dijelova sadržaja. U 38,4% slučajeva grafički elementi služe za navigaciju.

U 38,4% slučajeva postoji ciljna grupa korisnika, a u 46% eksplicitno se navodi podatak o namjeni.

Tek u 23% slučajeva koriste se reklame koje su jasno odijeljene od sadržaja. Niti u jednom slučaju nije korištena prethodna animacija.

Što se tiče svježine informacija, tek se u 15% slučajeva navodi datum nastanka sadržaja, dok se datum zadnje preinake navodi u 53,8% slučajeva, iako su preinake vrlo često stare i do dvije godine. Mrtve veze i stranice u nastajanju postoje u 30% slučajeva. Škole koje tiskaju vlastite novine ili plakate, najčešće nude isti sadržaj i u elektronskom obliku.

Škole uglavnom ne nude opću pomoć za korisnike (tzv. help), niti upute za upotrebu pojedinih sadržaja. Sadržaj se u pravilu organizira po temama, a u 40% slučajeva i po vrsti korisnika, dok je organizacija prema Web servisima, abecedi, uzrastu korisnika ili putem pretraživača zanemarena. Pretraživač sadržaja uglavnom se ne koristi, kao niti oznake kretanja po stablu stranica (npr. home>>gradovi>>zagreb).

Poseban problem predstavlja odgovarajući odnos sadržaja i naslova stranice, ali i pitanje do koje je mjere sadržaj razrađen obzirom na namjenu, preglednost i opširnost. Na skali od 1-5, opća ocjena sadržaja u odnosu na namjenu je 3,4, opća ocjena sadržaja po preglednosti je 3,6, a opća ocjena po opširnosti 3,5.

Jedan od najvećih problema jest što sadržaj ne odgovara namjeni 3,5% (ako se govori o školi očekuje se prikaz vodiča kroz nastavu sa popisom predmeta i stečenom titulom, popis izvanškolskih aktivnosti, popis nastavnika i dr.), sadržaji nisu pregledni (3,5%) i nemaju potrebnu opširnost (3,5%). Pozitivna strana jest organizacija Web stranica po temama što je postignuto na 92,3% Web obrazovnih stranica hrvatskih srednjih škola.

Uglavnom ne postoje dodatni sadržaji za skidanje s mreže. Stranice koje imaju relativno zadovoljavajuću ocjenu, organizirane su na način da se do određenog sadržaja može doći u 3 klika mišem.

Iz navedenoga se može zaključiti da tek nekolicina škola ima vlastite Web stranice, ali i izrazito nepostojanje standarda vezanih uz obavezne podatke (autor ili dogovorna osoba), datum objave, korišteni izvori, meta-podaci, korištenje pretraživača.

6 Zaključak

Jedan od ciljeva brojnih različitih kriterija koji su danas dostupni putem Interneta između ostalog imaju cilj povezati one koji izrađuju Web stranice s onima koji pripremaju sadržaj koji će se naći na tim stranicama. Na taj je način moguće postići bolju organizaciju sadržaja na Web stranicama, ali i unaprijediti sami prikaz stranica uz pomoć novih softverskih rješenja namijenjenim World Wide Webu. Zbog sve veće složenosti Web siteova na Internetu potrebno je jasno razdvojiti *upravljanje sadržajem* od *upravljanja tehničkom stranom* izrade Web stranica, te utvrditi zasebne kriterije za obje kategorije. Neka od rješenja predstavljenih u literaturi⁷ predlažu razdvajanje sadržaja Web stranica već kod pristupa korisnika određenom sadržaju, pri čemu bi različiti strojevi prikazivali različite vrste sadržaja pregledavajući zaglavlje zahtjeva za pojedinim Web dokumentom.

Nadalje, veliki problem predstavlja *nepostojanje .edu domene* u .hr Internet prostoru, zbog čega su obrazovne ustanove nevidljive, a time i obrazovni sadržaji teže dostupni, zbog čega se korisnici u pretraživanju više oslanjaju na sljedeće:

- na opće Web imenike (www.hr = 24 adrese u kategoriji obrazovanja, 23 osnovne škole, 36 srednjih škola, 3 e-škole, 27 knjižnica, što je znatno manje od ukupnog broja škola i knjižnica u Hrvatskoj),
- na stranice nadležnih ministarstava
- ili na specijalizirane servere (npr. WWW server hrvatskih osnovnih i srednjih škola (skola.sys.hr = 108 adresa, www.skola.hr = nema Web škola)

Do informacija o obrazovnim stranicama dolazi se preko privatnih popisa koji sadrže adrese škola i drugih obrazovnih ustanova ili preko općih pretraživača, pri čemu se prilikom pretraživanja, npr. riječi *obrazovanje*, dolazi do stranica o školama općenito, o najrazličitijim institucijama, o predškolskom obrazovanju, o nastavnim planovima itd.. Dakle, postoji potreba za izradom smjernica u izradi Web stranica (meta podaci, autor, datum, izvori), kao i potreba za stalnim osvježavanjem školskih stranica. Također nema nikakve ujednačenosti što se tiče namjene, preglednosti i opširnosti.

Kao poticaj stvaranju vlastitih kreativnih sadržaja i razmjeni iskustava sa vršnjacima jest natjecanje ThinkQuest (<http://thinkquest.carnet.hr>).

⁷ Yerxa, Gregory; Hutchinson, James. Web content switching. // Network Computing, (2000), 46-54.

7 Prilog1: Kriteriji za vrednovanje

Kriteriji za vrednovanje sadržaja na Webu:

Br.	Kriterij	Kategorija	Svojstva kriterija
1.	Autoritet iza Web sadržaja	opći	-
1.1	Može li se identificirati autor sadržaja		da/ne
1.1.1	Može li se identificirati osoba koja održava stranice		da/ne
1.2	Povezanost s ustanovom (škola, knjižnica...)		da/ne
1.3	Postoji li jasno istaknuta adresa ustanove		da/ne
1.4	Postoji li e-mail adresa za kontakt s autorom sadržaja		da/ne
1.4.1	Postoji li e-mail adresa za kontakt s osobom koja održava stranice		da/ne
1.5	Postoji li online obrazac za komentare ili primjedbe		da/ne
2	Točnost podataka	opći	
2.1	Postoji li jasno naznačen izvor podataka radi provjere točnosti		da/ne
2.2	Postoje li gramatičke pogreške i pogreške u pisanju		da/ne
2.3	Konzistentnost navođenja izvora podataka na svim stranicama		da/ne
2.4	Jesu li svi podaci na stranicama lako čitljivi		da/ne
2.5	Jesu li tablice i grafički prikazi podataka jasno označeni i čitljivi		da/ne
3	Namjena	opći	
3.1	Postoji li podatak o namjeni stranica		da/ne
3.2	Je li navedena ciljna grupa korisnika		da/ne
3.2.1	Odgovara li sadržaj navedenoj namjeni		1-5
3.3	Nalaze li se na stranici reklame		da/ne
3.3.1	Jesu li reklame jasno odvojene od glavnog sadržaja		da/ne
4	Svježina informacija	opći	
4.1	Postoji li jasno naznačen datum nastanka sadržaja		da/ne
4.2	Postoji li jasno naznačen datum zadnje promjene sadržaja		da/ne
4.2.1	Postoji li naznačena frekvencija obnavljanja sadržaja		da/ne
4.3	Postoje li posebne oznake za nove (dodane) sadržaje		da/ne
4.4	Postoji li naznaka je li stranicu još uvijek u nastajanju		da/ne
4.5	Postoje li unutar Web sitea nedostupne stranice (mrtvi linkovi)		da/ne
5	Alternativni oblici sadržaja	posebni	
5.1	Postoji li tiskani ekvivalent sadržaja		da/ne
5.2	Postoji li ekvivalent sadržaja na CD-ROMu		da/ne
6	Opseg	opći	
6.1	Je li jasno istaknut naslov		da/ne
6.2	Postoji li kratki opis sadržaja Web stranica		da/ne

6.3	Postoje li podnaslovi cjelina ili ključne riječi		da/ne
6.4	Postoji pregled sadržaja (table of contents, content outline)		da/ne
7	Pomoć	opći	
7.1	Postoji li opća pomoć za korisnike		da/ne
7.1.1	Ocjena opće pomoći		1-5
7.2	Postoje li posebne upute za upotrebu pojedinih sadržaja		da/ne
7.2.1	Ocjena uputa		1-5
8	Organizacija sadržaja	opći	
8.1	Sadržaj je organiziran prema temama		da/ne
8.2	Sadržaj je organiziran prema Web servisima		da/ne
8.3	Sadržaj je organiziran prema abecedi		da/ne
8.4	Sadržaj je organiziran prema vrsti korisnika		da/ne
8.5	Sadržaj je organiziran prema uzrastu korisnika		da/ne
8.6	Sadržaj je organiziran putem pretraživača		da/ne
8.7	Sadržaj je organiziran prema više kriterija		da/ne
9.	Grafički izgled		
9.1	Omjer teksta i grafičkih elemenata (ujednačenost)		1-5
9.2	Služe li grafički elementi kao dopuna tekstu		da/ne
9.2.1	Ocjena funkcionalnosti dopune teksta		1-5
9.3	Prethodi li učitavanju glavnog sadržaja neka animacija (Flash)		da/ne
9.3.1	Ukoliko postoji, može li se uvodna animacija preskočiti		da/ne
9.3.2	Ocijenite funkcionalnost uvodne animacije		1-5
9.4	Koristi li autor stranice više oblika i veličina slova zbog isticanja pojedinih dijelova sadržaja		da/ne
9.4.1	Ocjena funkcionalnosti upotrebe različitih vrsta slova		1-5
10	Navigacija		
10.1	Služe li grafički elementi za navigaciju stranicama		da/ne
10.2	Ocjena lakoće navigacije uz pomoć grafike		1-5
10.2.1	Postoji li objašnjenje sadržaja grafičkih elemenata		1-5
10.3	Postoji li karta Web stranica (site map)		da/ne

10.3.1	Ocjena lakoće navigacije uz pomoć karte		1-5
10.4	Postoje li uvijek vidljivi izbornici (horizontalni ili vertikalni) za kretanje stranicama		da/ne
10.4.1	Ocjena lakoće navigacije uz pomoć izbornika		1-5 😊
10.5	Postoji li pretraživač sadržaja		da/ne
10.5.1	Postoje li primjeri pretraživanja		da/ne
10.5.2	Jasnoća primjera		1-5
10.6	Postoji li oznaka kretanja po stablu stranica (home >> gradovi >> zagreb)		da/ne
10.7	Može li se do određenog sadržaja doći u 5 max. klikova		da
11	Sadržaj		
11.1	Odgovara li sadržaj naslovu stranice		da/ne
11.2	Odgovara li sadržaj uzrastu kojem je namijenjen		da/ne
11.3	Postoji li posebno upozorenje o namjeni sadržaja za posebnu kategoriju korisnika		da/ne
11.4	Ocjena sadržaja u odnosu na namjenu		1-5
11.5	Ocjena sadržaja po preglednosti		1-5
11.6	Ocjena sadržaja po opširnosti		1-5
11.7	Postoji li kratki pregled sadržaja (vodič)		da/ne
11.8	Postoje li sadržaji za download		da/ne

References:

Alexander, J.; Tate, M.A. *Evaluating Web Resources* <http://www2.widener.edu/Wolfgang-Memorial-Library/webevaluation/webeval.htm> (26.4.2001.)

Checklist for Evaluating Web Resources. <http://library.usm.maine.edu/guides/webeval.html> (29.4.2001.)

Complete Planet: Discover and Search 90.000 searchable databases and speciality search engines http://www.completeplanet.com/help/help_deepwebFAQs.asp (11.10.2001.)

Evaluating Web Sites: Criteria and Tools. <http://www.library.cornell.edu/okuref/research/webeval.html>

Evaluating Web site content. <http://www.iss.stthomas.edu/webtruth/evaluate.htm> (29.4.2001.)

Feldman, Susan; New Study of WWW Search Engine Coverage Published. <http://www.infotoday.com/newsbreaks/nb0712-1.htm> (26.9.2001.)

Gibson, David; Kleinberg, Jon; Raghavan, Prabhakar. Structural Analysis of the World Wide Web. <http://www.w3.org/1998/11/05/WC-workshop/Papers/kleinber1.html> (29.4.2001.)

Grassian, Esther. Thinking Critically about World Wide Web Resources. <http://www.library.ucla.edu/libraries/college/help/critical/index.htm> (29.4.2001.)

Internet Detective – an interactive tutorial on evaluating the quality of Internet resources

[http:// www.sosig.ac.uk/desire/internet-detective.html](http://www.sosig.ac.uk/desire/internet-detective.html)

Kevin, Oliver., Evaluating the Quality of Internet Information. Virginia Tech.
<http://www.edtech.vt.edu/edtech/kmoliver/webeval/webeval.html> (29.4.2001.)

Rettig, James. Beyond «Cool»: analog models for reviewing digital resources. // Online, 1996.
<http://www.onlineinc.com/onlinemag/SeptOL/reutig9.html> (29.4.2001.)

Smith, Alastair. Criteria for evaluation of Internet Information Resources.
<http://www.vuw.ac.nz/~agsmith/evaln/index.htm> (29.4.2001.)

Try Evaluating this Electronic Journal http://www.sosig.ac.uk/desire/offline/6_1.htm (26.4.2001.)

Yerxa, Gregory; Hutchinson, James. Web content switching. // Network Computing 11, 15(2000), 46-54.