

# Ovrednotenje spletnih predstavitev Vlade Republike Slovenije

## UVOD

Z internetom so se odprle nove možnosti za komuniciranje, ki so v nasprotju s tradicionalnimi mediji vsaj teoretično dostopne vsem. Podjetja, organizacije in tudi posamezniki so dobili možnost, da se prek spletnih predstavitev predstavijo v globalnem svetu – svetovnem spletu.

V začetnem obdobju svetovnega spleta je pomembno vlogo igrala že sama prisotnost na njem. Trud za pozornost tedaj še maloštevilnega občinstva je temeljil zgolj na kreativnosti oblikovnih rešitev spletnih predstavitev. Kasneje, z zavedanjem širšega potenciala interneta (možnosti dvosmerne komunikacije in interakcije), pa se je pozornost spletnih predstavitev s področja kreativno-oblikovnih rešitev preusmerila k načrtovanim komunikacijskim akcijam z jasnim ciljem. S tem je prišlo do resnejše obravnave spletnih predstavitev in z razvojem elektronskih trgovin in drugih e-storitev je postajalo čedalje pomembnejše vprašanje ustreznosti spletnih predstavitev za doseganje natančno določenih ciljev. Kakovost spletnih predstavitev tako ni več opredeljena v smislu, katera od njih je bolj obiskana, temveč predvsem v smislu, ali izpolnjuje zadane komunikacijske cilje. Ključna vloga spletnih predstavitev s tem postaja opravljanje določenih funkcij za uporabnika in hkrati uresničevanje ciljev lastnika te spletne predstavitev.

S premikom od *nastopa* k *načrtovani komunikacijski akciji* se je torej spremenilo merilo kakovosti spletnih predstavitev, hkrati pa je nastopila potreba po primernejšem načinu njihovega vrednotenja (obiskanost je izgubila svojo relevantnost). V naslednjem prispevku je prikazan poskus sodobnim smernicam na področju novega medija primernega vrednotenja spletnih predstavitev za oceno kakovosti spletnih predstavitev Vlade RS. Pri tem nas vodijo naslednja vprašanja: Ali slovenske vladne spletne predstavitve izpolnjujejo svoje zastavljene cilje? V kolikšni meri izkoriščajo širok potencial novega medija? Ali je vladna politika vodenja spletnih predstavitev ustrežna? Ali imajo vlada in državljani od njih korist in

kakšna je ta korist? Pri iskanju odgovorov na slednja vprašanja izhajamo iz analize stanja celotnega sistema slovenskih vladnih spletnih predstavitev, ki je bil opravljen konec leta 2001<sup>1</sup>.

### KONTEKST NOVEGA MEDIJA IN SODOBNA OBRAVNAVA SPLETNIH PREDSTAVITEV

“Nastal je nov medij za medosebno komunikacijo, ki bi lahko v svojem vplivu na gospodarsko in družbeno življenje presegel vse predhodne medijske revolucije (tisk, radio in televizijo)” (Davis, 1999, str. 9). Davis (1999) z novim medijem v širšem pomenu misli na internet, v ožjem pa na svetovni splet, čeprav oba pojma uporablja enakovredno, izmenično. Pod nov medij se pogosto uvrščajo tudi nove medijske oblike, ki še vedno temeljijo na tradicionalni tehnologiji (televizijski tabloidi, televizijska in radijska soočanja, MTV ...) (Davis in Owen, 1998, str. 3–28) in pa tudi nove informacijsko-komunikacijske tehnologije oziroma njihove aplikacije (WAP, UMTS, SMS, WebTV). V pričujočem prispevku pa se pojem *nov medij* nanaša izključno in samo na medij, ki temelji na tehnologiji računalniškega omrežja internet in je edini množični medij, ki združuje značilnosti ter premaguje ovire množične in medosebne komunikacije – t.j. *svetovni splet*.

Novi medij oziroma svetovni splet v največji meri determinira komunikacija, ki je posredovana prek računalniškega omrežja. Računalniško posredovanje, ki omogoča komunikacijo med dvema posameznikoma prek storitev računalniškega omrežja (npr. elektronske konference, elektronska pošta, elektronski forumi ...), je prav posebnost novega medija v primerjavi s tradicionalnimi mediji (Rada, 1995, str. 215). Računalniško posredovana komunikacija ali CMC (angl. *Computer Mediated Communication*) je proces, v katerem ljudje ustvarjajo, si izmenjujejo in razumevajo informacije s pomočjo računalniškega sistema, ki omogoča kodiranje, prenos in dekodiranje sporočil. Nanaša se na postopek izvajanja nalog na računalniku in medosebno komunikacijo, ki je vodeno prek računalnika, ter kot tak vključuje tako komunikacijo z računalnikom kot tudi skozi njega (Ferris, 1997).

CMC v okviru novega medija bi lahko definirali kot proces medčloveške komunikacije prek računalnikov, vključujoč posameznike, ki se nahajajo v posebnem kontekstu in se vključujejo v procese oblikovanja medija z različnimi cilji

<sup>1</sup> Konec leta 2001 je bila po naročilu Urada vlade za informiranje in Ministrstva za informacijsko družbo izvedena natančna analiza stanja 53 vladnih spletnih predstavitev, med njimi so bile spletne predstavitve ministrstev, vladnih služb, uradov, upravnih enot in predsednika vlade. Analizo spletnih strani vladnih služb in ministrstev RS, kot se je uradno imenovala raziskava, sta po javnem razpisu skupaj izvedla raziskovalna družba CATI in podjetje za interaktivno komuniciranje Profano, sodelovali pa so še: podjetje Dotični.net (spletne meritve), Studio Maligoj (uporabniški vmesniki) in Fakulteta za družbene vede v Ljubljani. Raziskava je javna, njeni rezultati v obliki poročila pa so dostopni na spletni predstavitvi Ministrstva za informacijsko družbo RS ([www.gov.si/mid/Analiza\\_spletisc/Analiza\\_spletisc.zip](http://www.gov.si/mid/Analiza_spletisc/Analiza_spletisc.zip), 25.6.2002) Ob tem je pomembno opozoriti, da se rezultati nanašajo na obdobje izvedbe raziskave in je zato stanje spletnih strani Vlade RS v tem trenutku lahko že drugačno.

oziroma nameni (December, 1996; 1997). Slednja definicija je dovolj široka, da zajame vse različne oblike komunikacije in interakcije na svetovnem spletu: asinhrono komunikacijo prek elektronske pošte in forumov, sinhrono komunikacijo v obliki klepeta (angl. *chat*), igranje mrežnih iger, kot tudi upravljanje informacij (vodenje, dostopanje in skladiščenje elektronskih baz podatkov prek računalniškega omrežja) (Ferris, 1997).

Svetovni splet je torej spretna združitev večjega števila različnih funkcij (različni načini prenosa informacij, obravnavanje in prikazovanje različnih tipov podatkov, komunikacija med posamezniki ...), ki jih omogoča internet v enem samem programskem paketu (Kalin, 1998, str. 10–17). Sestavljen je iz množice vseh spletnih predstavitev na internetu skupaj. Spletna predstavitev (angl. *web site*) kot vsebinsko zaključena enota svetovnega spleta pa je sestavljena iz posameznih spletnih strani (angl. *web page*), dokumentov v posebnem standardiziranem formatu (HTML), ki imajo na svetovnem spletu svoj enoličen (URL) naslov in so elementarni del, katerega je mogoče pregledovati, iskati in razvrščati. Posamezna spletna stran je torej ponavadi le ena od strani v okviru celotne spletne predstavitve, s katero označujemo večji in kompleksnejši prikaz podjetja, organizacije ali projekta na svetovnem spletu (RIS 2000, str. 5–9).

Nielsen (2000, str. 11) ločuje dva temeljna pristopa izdelave spletnih predstavitev: skozi iskanje umetniškega izraza in skozi iskanje ustreznih rešitev za uporabnika spletne predstavitve. Lahko bi trdili, da je za začetno obdobje izdelave spletnih predstavitev, ko je bila s konkurenčnega vidika dovolj že sama prisotnost na spletu, bolj značilen prvi pristop. Z začetkom izkoriščanja glavnih prednosti novega medija v primerjavi s tradicionalnimi (dvosmerna komunikacija in interakcija) pa se čedalje bolj uveljavlja drugi pristop. Skrajnost prvega pristopa se je končala v spletni umetnosti, skrajnost drugega pa v preprostih uporabniških spletnih servisih.

Spoznanje, da novi medij ponuja nove možnosti poslovanja (npr. elektronska prodaja, elektronsko bančništvo ...), kjer bi bilo neupoštevanje samih uporabnikov avtomatično povezano z izgubo, je dodatno pospešilo ločitev in razkol obeh izdelovalskih pristopov, med katerima je začel prevladovati slednji, v prid uporabnikom. S tem se je začelo obdobje resnejšega obravnavanja spletnih predstavitev kot potenciala za doseganje strateških komunikacijskih ciljev, ki presegajo zgolj predstavljanje.

## **POSEBNOST VLADNIH SPLETNIH PREDSTAVITEV**

Vladne in tudi druge javne službe imajo glede na svoje cilje in delovanje različne možnosti uporabe novega medija, pri čemer je njihova posebnost v tem, da niso obremenjene z izpolnjevanjem poslovnih ciljev, temveč lahko služijo izključno uporabnikom in njihovim potrebam (Cunliff, 2000, str. 301). Vladne

spletne predstavitve hkrati omogočajo posredovanje in dostop do vladnih informacij različnim ciljnim skupinam (državljanom, javnim službam in vladnim organom, poslovnim partnerjem, zaposlenim v javni upravi ...). Ponujajo možnost za hiter in učinkovit dostop do velikih baz vladnih podatkov, shranjenih v različnih elektronskih formatih. Z uporabo elektronskih storitev vladne službe lahko izboljšajo učinkovitost svojega delovanja (delujejo hitreje in ceneje).

Poleg samega posredovanja informacij in storitev pa vladne spletne predstavitve omogočajo tudi možnosti za neposredno komunikacijo med državljani in vlado ter s tem pripomorejo k vzpostavitvi boljših odnosov med institucijami oblasti in državljani. V novem mediju, z različnimi načini informiranja in neposrednega komuniciranja med političnimi akterji in državljani, nekateri (Dertouzos, Negroponte v Norris in Jones, 1998; Dijk, 1996; Hacker in Todino, 1996) vidijo velik demokratični potencial in revolucionarne možnosti za politično odločanje.

Zaradi možnosti, ki jih spletne predstavitve odpirajo v javnem sektorju, je ta med vsemi sektorji po deležu naložb v internet celo na drugem mestu<sup>2</sup>, takoj za finančnim sektorjem (Layne in Lee, 2001, str. 123). Upoštevajoč vse navedene lastnosti in možnosti vladnih spletnih predstavitev imajo te tako velik informacijsko-komunikacijski potencial, da lahko postanejo celo prevladujoč vir posredovanja vladnih informacij in storitev (Eschenfelder in Beachboard, 1997, str. 173).

Na podlagi različnih strategij razvoja informatizacije vladnih služb so nastali različni sistemi vladnih spletnih predstavitev. Stopnja centraliziranosti (enoten sistem vseh vladnih spletnih predstavitev vs. neenotna, posamična organiziranost spletnih predstavitev po posameznih vladnih službah), stopnja demokratizacije (možnosti interakcije in sodelovanja državljanov prek spletnih predstavitev), odprtost sistema (interna naravnost vladnih spletnih predstavitev v smislu komunikacije država-država vs. eksterna v smislu država-okolica) in kakovost informiranja v razmerju do propagande so osnovni dejavniki razlik med sistemi vladnih spletnih predstavitev v različnih državah (Kramberger in drugi, 1998).

S hitro in nekontrolirano tranzicijo vladnih informacij in storitev na svetovni splet je razvoj vladnih spletnih predstavitev marsikje že prerasel uveljavljeno politiko vladnih služb na področju odnosov z javnostmi in poslovanja z državljani, ki je bila vzpostavljena še v tradicionalnih medijih. Določila, ki so veljala za informiranje javnosti prek tradicionalnih medijev, niso več ustrezna, saj ne upoštevajo potenciala novega medija in številnih možnosti, ki jih le-ta ponujajo. V zvezi z uporabo novega medija se tako pri vladnih službah kar sama postavljajo naslednja legitimna vprašanja (Eschenfelder in Beachboard, 1997, str. 174):

- Ali je uveljavljena politika obveščanja in poslovanja vlade z državljani primerno zastavljena in smiselna tudi za novi medij?

- Ali so potrebne spremembe v obstoječi politiki informiranja in poslovanja z državljanji, ki bi v večji meri upoštevale in izkoriščale možnosti novega medija? Če da, na katerem področju?
- Ali vladne spletne predstavitve sploh delujejo in so vodene v skladu z obstoječo vladno politiko?
- Ali vladne službe učinkovito uporabljajo spletne predstavitve kot medij za posredovanje informacij in ponujanje storitev?

Zgornja vprašanja so tudi splošna izhodišča za vrednotenje vladnih spletnih predstavitev. Da bi nanje lahko odgovorili in sodobnim smernicam na področju novega medija ustrezno izboljšali kakovost vladnih spletnih predstavitev, sta potrebna celovit pregled obstoječe vladne politike na področju obveščanja javnosti in poslovanja z državljanji in smiselna ocena sistema vladnih spletnih predstavitev na njegovi podlagi – t.j. evalvacija vladnih spletnih predstavitev. Evalvacijska študija kot posebna metoda družboslovnega raziskovanja lahko posreduje odgovore na vsa zgornja vprašanja in pri oceni kakovosti spletnih predstavitev izhaja iz ciljev letih, kar je temeljna zahteva sodobne obravnave spletnih predstavitev.

### **METODOLOGIJA: EVALVACIJSKA ŠTUDIJA**

Iz prakse je znanih več različnih pristopov k vrednotenju vladnih spletnih predstavitev. V posameznih primerih (državah) so bili uporabljeni tako različni načini ocenjevanja kot tudi različna merila kakovosti (Eschenfelder in Beachboard, 1997; Herson, 1998; Stowers, 1999; West, 2000, 2001, 2001a; Smith, 2001; Fagan in Fagan, 2001). Prednost pristopa evalvacijske študije, ki ga v nadaljevanju uporabimo za ovrednotenje slovenskih vladnih spletnih predstavitev, pa je prav v tem, da pri oceni kakovosti izhaja iz ciljev in strategije delovanja vlade na področju novega medija. Evalvacijski pristop za vrednotenje spletnih predstavitev s tem neposredno upošteva sodobne smernice v njihovi obravnavi, poleg tega pa posredno prinaša veliko koristnih informacij za vodenje in uspešen razvoj spletnih predstavitev v prihodnje: kakšne spremembe so potrebne za uspešnejše uresničevanje vladne politike na področju novega medija in kakšne spremembe so potrebne v sami vladni politiki na področju novega medija.

Evalvacijska študija je v osnovi sistematična uporaba postopkov, metodologij in pristopov družboslovnega raziskovanja za ocenjevanje ideje, načrta, izvedbe, rezultatov in učinka javnih družbenih programov (Rossi in Freeman, 1993, str. 5). Vendar pa pri tem ne gre zgolj za samo vrednotenje v smislu kritike doseženih rezultatov, temveč že v samem izhodišču tudi za iskanje boljših programskih rešitev. Evalvacijo lahko razumemo kot način pregleda delovanja projekta oziroma

<sup>2</sup> Momentum Research Group of Cunningham Communication (2000).

ocene napredka programa (angl. *program monitoring* oziroma *process evaluation*) (Macur, 1995, str. 298). Namen evalvacijske študije je poskus ovrednotenja, koliko so učinki določenih političnih programov izpolnili cilje, in je namenjena predvsem vrednotenju javnih in političnih programov. Ker pa vladno politiko vodenja spletnih predstavitev na področju novega medija v širšem okviru računalniško posredovane komunikacije med državo in državljani nekako lahko razumemo tudi kot javni program, je evalvacijska študija hkrati primeren pristop tudi za vrednotenje in oceno kakovosti vladnih spletnih predstavitev.

Ocena vsakega javnega programa in s tem tudi vladnih spletnih predstavitev temelji na kriterijih evalvacije, katerim mora program (vladnih spletnih predstavitev) v čim večji meri zadoščati. Dunn (1994) opredeljuje naslednje kriterije za evalvacijo političnih programov:

KRITERIJ	MERILO, OPIS KRITERIJA	APLIKACIJA KRITERIJA NA VLADNE SPLETNE STRANI
USPEŠNOST (angl. <i>Effectiveness</i> )	Ali je bil želeni učinek dosežen?	Ali je bil želeni učinek vladnih spletnih predstavitev dosežen?
UČINKOVITOST (angl. <i>Efficiency</i> )	Kolikšno prizadevanje je bilo potrebno za to, da je bil dosežen učinek?	Kolikšno prizadevanje je bilo potrebno za to, da je bil dosežen učinek vladnih spletnih predstavitev?
USTREZNOST (angl. <i>Adequacy</i> )	Do katere mere je bil z učinkom rešen problem?	Do katere mere je bil z učinkom vladnih spletnih predstavitev rešen problem?
ENAKOST (angl. <i>Equity</i> )	Ali so stroški in koristi enako razporejeni med različne skupine?	Ali so stroški in koristi vladnih spletnih predstavitev enako razporejeni med različne skupine?
ODZIVNOST (angl. <i>Responsiveness</i> )	Ali politični učinki zadovoljujejo potrebe, preference ali vrednote določenih skupin?	Ali učinki vladnih spletnih predstavitev zadovoljujejo potrebe, preference ali vrednote določenih skupin (npr. uporabnikov)?
PRIMERNOST (angl. <i>Appropriateness</i> )	Ali so želeni učinki dejansko pomembni?	Ali so želeni učinki vladnih spletnih predstavitev dejansko pomembni?
EKONOMIČNOST <sup>3</sup> (angl. <i>Economy</i> )	Ali so bila sredstva porabljena na pravi način?	Ali so bila sredstva vladnih spletnih predstavitev porabljena na pravi način?

Tabela 1: Kriteriji (evalvacijskih študij) za ovrednotenje vladnih spletnih predstavitev, vir: Povzeto po Dunn (1994, str. 405–406).

<sup>3</sup> Čeprav ga Dunn (1994) eksplicitno ne navaja med svojimi kriteriji (upoštevata ga znotraj kriterija učinkovitosti), pa ekonomičnost mnogi drugi avtorji (Day, Burton, Macur v Macur, 1995, 304) upoštevajo kot poseben kriterij, zato je posebej dodan Dunnovi klasifikaciji.

Šele upoštevanje vseh kriterijev za evalvacijo skupaj posreduje relevantno oceno določenega programa (npr. vladnih spletnih predstavitev) ter odgovarja na naslednja smiselna vprašanja (Graham in Hays v Macur, 1995, str. 297, poudarki dodani):

- *Kako dobro je program (vladnih spletnih predstavitev) voden?*
- *Ali program (vladnih spletnih predstavitev) počne to, čemur je namenjen?*
- *Kako dobro program (vladnih spletnih predstavitev) dosega zastavljene cilje?*
- *Zakaj načrtovani cilji (vladnih spletnih predstavitev) niso bili doseženi, kako jih je mogoče doseči?*
- *Kakšne spremembe je program (vladnih spletnih predstavitev) dosegel in kakšni so njegovi učinki?*

Cilj evalvacijske študije v konkretnem primeru je ovrednotiti slovenske vladne spletne predstavitve v kontekstu sodobne obravnave spletnih predstavitev in novega medija. To vključuje tako identifikacijo neustreznih spletnih rešitev glede na komunikacijske cilje Vlade RS na svetovnem spletu, kot tudi iskanje možnosti za njihovo učinkovitejše uresničevanje. Pri realizaciji tega cilja se držimo natančno določenega postopka, ki ga narekuje teorija evalvacijskih študij: najprej je treba jasno opredeliti komunikacijske cilje spletnih predstavitev Vlade RS, nato na njihovi podlagi oceniti spletne predstavitve, končno pa te ocene izpostaviti merilom evalvacije.

Prva faza vrednotenja spletnih predstavitev Vlade RS je tako namenjena predvsem razumevanju komunikacijskih ciljev slovenskih vladnih spletnih predstavitev. Gre za iskanje meril, na podlagi katerih v nadaljevanju ugotavljamo ustreznost spletnih predstavitev Vlade RS (ali spletne predstavitve uresničujejo vladno politiko na področju novega medija?). V drugi fazi so opredeljeni vsi elementi spletnih predstavitev (vsebina, uporabnost, varnost ...), ki jih je v okviru vrednotenja treba oceniti glede na komunikacijske cilje Vlade RS. Izdelane so vse potrebne ocene, ki so izhodišče za končno ovrednotenje. Ocene nekaterih vidikov spletnih predstavitev (vsebina, uporabnost, varnost ...) so le kazalec stanja in same zase še nimajo prave vrednosti, dokler niso postavljene v širši okvir uresničevanja komunikacijskih ciljev. Zato v zadnji fazi ocene umestimo v okvir komunikacijskih ciljev Vlade RS na področju novega medija in sistem slovenskih vladnih spletnih predstavitev ovrednotimo po merilih evalvacijskih študij. Rezultat tekega načina vrednotenja ni samo relevantna ocena kakovosti slovenskih vladnih spletnih predstavitev upoštevajoč sodobne smernice na področju novega medija, ampak tudi prepoznavanje problemov pri uresničevanju njihovih ciljev in posredovanje smiselnih smernic za njihov nadaljnji razvoj.

## **EVALVACIJA SPLETNIH PREDSTAVITEV VLADE RS**

### **a) Cilji spletnih predstavitev Vlade RS**

Za določanje komunikacijskih ciljev slovenskih vladnih spletnih predstavitev oziroma vladne politike na področju informiranja, poslovanja z državljanji in vodenja spletnih predstavitev so bili upoštevani tako formalni kot neformalni viri, ki pa so, na to moramo posebej opozoriti, zelo skromni in splošni, ter brez jasnih ciljev in načrtov, ki bi bili neposredno vezani na delovanje vladnih spletnih predstavitev. V Sloveniji torej še nimamo posebej izdelanega načrta vladne politike za informiranje in poslovanje vlade z javnostmi prek novega medija. Uradno vladno politiko za vodenje spletnih predstavitev tako lahko za silo opredelimo le na podlagi določil iz sorodnih vladnih dokumentov in splošnih določil za vodenje vladnih odnosov z javnostmi, ki so vezani na tradicionalne medije. Na njihovi podlagi lahko določimo naslednje cilje spletnih predstavitev Vlade RS:

Splošna pravica vsakega državljana do obveščenosti oziroma dostopa do informacij javne narave (Ustave RS: 39. člen).

Državni organi in posamezniki, ki opravljajo javne funkcije, morajo dajati resnične, popolne in pravočasne informacije o vprašanih s svojega področja za objavo v medijih (Zakon o medijih RS: 45. člen).

Delo vlade je javno, javnost dela pa se zagotavlja s sporočili, poslanimi po različnih informacijsko-telekomunikacijskih sredstvih (Predpisi o Vladi RS in ministrstvih, Poslovník o delu vlade: 50. člen).

Sicer neuradni, vendar bolj na nov medij vezani cilji, ki opredeljujejo delovanje vladnih spletnih predstavitev, pa so:

1. predstavljanje najpomembnejših informacij o svojem delu, objavljanje vladnih predpisov v polnem besedilu ter posredovanje obrazcev in navodil za uveljavljanje posameznih pravic (Model organiziranosti vladnih odnosov z javnostmi v Sloveniji (Serajnik in Vidrih, 2001, str. 667)),
2. spodbujati in omogočati čim večji obseg upravnih in drugih javnih storitev prek elektronskega poslovanja ter spodbujati projekte, ki zmanjšujejo digitalno ločnico (del poslanstva in javno zastavljenih ciljev Ministrstva za informacijsko družbo)<sup>4</sup>.

### **b) Ocena stanja spletnih predstavitev Vlade RS**

Z namenom, da bi ovrednotili spletne predstavitve Vlade RS, smo glede na njihove cilje izdelali naslednjo oceno trenutnega stanja:

Iz slednjih ocen sledijo naslednje ključne ugotovitve o stanju spletnih predstavitev Vlade RS:

<sup>4</sup> Dostopno na <http://www.gov.si/mid>, 25. 6. 2002.



<b>VIDIK SPLETNE PREDSTAVITVE</b>	<b>MERILO KAKOVOSTI</b>	<b>REZULTAT, OGENA</b>
<b>VSEBINA</b> spletne predstavitev 14 ministrstev	Ali je posredovana ustrezna vsebina glede na izhodišča in politiko (informacije o delu vlade, obvestila za javnost, zapisniki vladnih sej, sklepi vlade, vladni dokumenti ...) in ali je vsebina posredovana pravočasno (ažurnost)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- informacije o tekočem delu vlade (14/14); uradni vladni dokumenti (13/14); zapisniki sej vlade (3/14); sklepi vlade (2/14); sporočila za javnost (9/14)</li> <li>- novice (11/14)</li> <li>- informacije o vladnih projektih, načrtih (14/14)</li> <li>- le manjšina (5/14) načrtno skrbi za ažurnost strani in pravočasnost posredovanja informacij, od tega tri ministrstva ažurirajo svoje strani vsak teden, le dve pa vsak dan</li> </ul>
<b>DOSTOPNOST</b> vsebine vladnih spletnih predstavitev	Ali so omogočene enake možnosti uporabe in dostopa do vsebine spletnih predstavitev vsem državljanom (omejitve za ljudi s posebnimi potrebami)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- samo dobra četrtina (14/54) spletnih predstavitev vladnih služb ustreza merilom splošne dostopnosti (za ljudi s posebnimi potrebami)</li> </ul>
<b>UPORABNOST</b> celotnega sistema vladnih spletnih predstavitev	Ali je uporaba preprosta in ali je omogočena univerzalnost uporabe spletne predstavitev? Ali pripomore k zmanjšanju digitalne ločnice?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nobenemu testnemu uporabniku (kljub izkušnjam in pomoči vodje testiranja) v predvidenem času ni uspelo rešiti več kot pol nalog na vladnih spletnih predstavitvah</li> <li>- pol vseh nalog v okviru testiranja brez resnih težav ni opravil noben uporabnik, ene naloge pa sploh ni uspelo rešiti nikomur</li> <li>- ugotovljene so bile velike pomanjkljivosti, ki preprečujejo uspešno uporabo spletnih predstavitev (nepripravljenost vsebine novemu mediju, neenotna in nestandardna navigacija, prekompleksna struktura ...)</li> </ul>
<b>OBISKANOST</b> celotnega sistema in posameznih vladnih spletnih predstavitev	Koliko uporabnikov uporablja njihove storitve? (Gre za obseg uporabe spletnih predstavitev, ki priča o učinkovitosti spletnih predstavitev).?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- v slabem mesecu dni je vladne predstavitve obiskalo dobrih 10 % vseh slovenskih uporabnikov interneta<sup>5</sup>, v povprečju je vsak od njih v tem času opravil 10 obiskov</li> <li>- razen vstopne točke, ki jo obišče 50 % vseh obiskovalcev vladnih predstavitev, je obisk drugih vladnih služb zelo razpršen</li> <li>- najpogostejši razlog obiska je iskanje informacij o tekočem delu in aktivnostih vladne službe (70 % uporabnikov), le 20 % pa jih kot razlog obiska navaja vzpostavitev stika z vladno službo</li> </ul>

<b>VIDIK SPLETNE PREDSTAVITVE</b>	<b>MERILNA KAKOVOST</b>	<b>REZULTAT, OCENA</b>
<b>ODZIVNOST</b> spletnih predstavitev vladnih služb in njihovih uslužbencev	Ali so storitve vladnih služb in javnih uslužbencev prek spletnih predstavitev kakovostne in delujejo brezhibno (hitro in kakovostno posredovanje odgovorov na vprašanja prek elektronske pošte)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- približno pol (48 %) vladnih služb zadovoljivo odgovarja na elektronska sporočila oziroma se odziva na stike prek spletnih strani</li> <li>- dobra tretjina (35 %) vladnih služb se slabo odziva</li> <li>- veliko vladnih služb (17 %) se ne odziva ali pa sploh nima možnosti vzpostaviti stika</li> <li>- posebne možnosti interakcije (poleg elektronske pošte) ponuja samo nekaj ministrstev (3/14)</li> </ul>
<b>VARNOST in ZASEBNOST</b> podatkov na vladnih spletnih straneh	Ali so pri uporabi vladnih spletnih predstavitev ustrezno zaščitene pravice do zasebnosti in varnosti osebnih podatkov? Zaupnost pri uporabi vladnih spletnih strani je nujni pogoj za spodbujanje vladnih storitev prek elektronskega poslovanja!	<ul style="list-style-type: none"> <li>- izjemno nizka raven varovanja zasebnosti, nobena vladna služba ni opremljena z izjavo o varovanju zasebnosti</li> <li>- za varnost pri prenosu osebnih podatkov (čeprav je malo storitev, ki bi to zahtevale) ni posebej poskrbljeno</li> </ul>
<b>ZADOVOLJSTVO</b> s celotnim sistemom vladnih spletnih predstavitev	Ali so spletne strani vodene po željah, pričakovanih in potrebah uporabnikov (vprašanje primernosti vladne politike vodenja spletnih predstavitev, upoštevanje interesov uporabnikov)? Vladne predstavitve morajo služiti državljanom!	<ul style="list-style-type: none"> <li>- manj kot pol uporabnikov (44 %) je popolnoma zadovoljnih s spletnimi predstavitevami, nadaljnjih 40 % je bilo sicer zadovoljnih, vendar so predlagali popravke, 16 % pa jih sploh ni zadovoljnih z vladnimi predstavitevami</li> <li>- najpomembnejši dejavniki zadovoljstva so zanesljivost informacij in razumljivost vsebin ter možnost komunikacije z vladno službo in vladnimi uslužbenci</li> </ul>

Tablica 2: Ocene spletnih predstavitev Vlade RS, vir: Analiza spletnih strani vladnih služb in ministrstev Republike Slovenije, poročilo<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Dostopno na [www.gov.si/mid/Analiza\\_spletisc/Analiza\\_spletisc.zip](http://www.gov.si/mid/Analiza_spletisc/Analiza_spletisc.zip), 25.6.2002.

- Pri vsebini izstopa zelo slaba ažurnost: neredno osveževanje strani in pomanjkanje najbolj ažurne vsebine (redni zapisniki sej in sklepi vlade).
- Spletne predstavitve niso preprosto uporabne, saj brez večjih težav skorajda ni mogoče izkoriščati njihove vsebine.
- Celoten sistem vladnih spletnih predstavitev skupaj ima kar nekaj uporabnikov (več kot 10 odstotkov vseh slovenskih uporabnikov interneta), kar pa ne velja za posamezne spletne predstavitve znotraj njega (1 odstotek).
- Za uporabnike s posebnimi potrebami je dostopnih samo četrtnina vseh vladnih spletnih predstavitev.
- Samo polovica (48 odstotkov) vladnih predstavitev se ustrezno odziva na svoje kontaktne naslove, ki so na voljo za komunikacijo z uporabniki, državljani.
- Ker je eden ključnih dejavnikov zadovoljstva prav komunikacija z vladnimi službami, ni čudno, da je le manj kot pol (delež 44 odstotkov je skoraj enak deležu vladnih služb, ki se ustrezno odzivajo) uporabnikov popolnoma zadovoljna s vladnimi predstavitvami. Drugi razlogi nizkega zadovoljstva pa so (ne)razumljivost vsebin (povezano s preveč kompleksno strukturo spletnih predstavitev) in pa (ne)zanesljivost informacij (povezano s slabo ažurnostjo).
- Najslabše je na področju varnosti in zasebnosti, kjer bi prav vlada morala biti zgled preostalim spletnim predstavitvam in postaviti splošne standarde, saj je poslovanje državljanov z oblastjo skrajno občutljivo področje za varnost osebnih podatkov in zasebnost mnenj.

### **c) Ovrednotenje spletnih predstavitev Vlade RS**

Ovrednotenje spletnih predstavitev Vlade RS (aplikacija meril evalvacijske študije na zgornje ocene upoštevajoč njihove cilje) je v nadaljevanju razdeljeno na tri dele:

1. celostna ocena kakovosti slovenskih vladnih spletnih predstavitev,
2. problemi in rešitve slovenskih vladnih spletnih predstavitev,
3. priporočila in smernice za nadaljnji razvoj slovenskih vladnih spletnih predstavitev.

#### **č) Celostna ocena kakovosti**

Ocene vladnih spletnih predstavitev, upoštevajoč merila evalvacije, posredujejo naslednjo oceno njihove ustreznosti:

Ker spletne predstavitve niso dostopne vsem državljanom, pravica enakosti do obveščenosti iz Ustave RS ni zagotovljena. Vladne spletne predstavitve ne ustrezajo dovolj potrebam in interesom končnih uporabnikov (preprosta uporaba, komunikacija z vladno službo ...), kar verjetno izhaja iz pomanjkanja jasnega načrta za uresničevanje ciljev vladne politike prek spletnih predstavitev. Obstoječa vladna politika na področju

novega medija je preveč splošna in neustrezna, saj premalo upošteva (demokratični) potencial novega medija. Preveč je usmerjena v informiranje in premalo v interaktivnost in izkoriščanje možnosti spletnih predstavitev za zблиževanje in sodelovanje med vladnimi službami in državljani. Tako rekoč edina prava možnost komunikacije državljanov z vlado je neučinkovita, saj se na elektronsko pošto ustrezno odziva samo polovica vladnih služb. Če pogledamo ekonomičnost (način porabe sredstev), ugotovimo, da decentraliziran sistem vladnih spletnih predstavitev za Slovenijo ni primeren, saj so stroški za posamezne predstavitve v vsakem primeru nesorazmerni z njihovo majhno obiskanostjo. Informiranje ni pravočasno, pomembne vsebine na predstavitev manjkajo, njihova uporaba pa je težavna in ne pripomore k zmanjševanju digitalne razlike. K majhni uspešnosti in učinkovitosti slovenskih vladnih spletnih predstavitev pa zagotovo pripomore tudi slaba skrb za zasebnost podatkov in varnost pri prenosu zaupnih podatkov.

Šele ob upoštevanju vseh kriterijev lahko dokončno ovrednotimo kakovost spletnih predstavitev Vlade RS: celoten sistem vladnih spletnih predstavitev torej ni uspešen, saj v veliki meri ne uresničuje vladne politike za vodenje spletnih predstavitev in ne izpolnjuje svoje primarne funkcije. Vladne spletne predstavitve ne dosegajo kakšnih večjih učinkov, vsaj ne v smeri uresničevanja načrtovanih ciljev, kar kaže na njihovo slabo kakovost. Zato je naslednji korak v okviru ovrednotenja ugotoviti, zakaj načrtovani cilji niso doseženi in kako jih je mogoče doseči. Kakšne spremembe so potrebne na vladnih spletnih predstavitev, da se bodo cilji slovenskih vladnih spletnih predstavitev bolje uresničevali in da bodo spletne predstavitve bolj kakovostne?

#### **d) Problemi in rešitve**

Iz celostne ocene kakovosti lahko identificiramo naslednje ključne probleme spletnih predstavitev Vlade RS, za katere podajamo tudi ustrezne rešitve.

Ob odpravi zgornjih napak se bo delovanje slovenskih vladnih spletnih predstavitev izboljšalo v okviru zastavljenih ciljev. S priporočili in smernicami za razvoj v zadnjem delu ovrednotenja spletnih predstavitev Vlade RS pa se osredotočamo na dolgoročne rešitve, ki so bolj kot na posamezne probleme spletnih predstavitev usmerjene na probleme njihovega vodenja, politike njihovega delovanja in zastavljenih ciljev.

#### **e) Priporočila in smernice za razvoj**

V nasprotju z rešitvami in problemi se priporočila in smernice za razvoj osredotočajo na dolgoročne, strateške rešitve uspešnejšega uresničevanja ciljev slovenskih vladnih spletnih predstavitev.

KRITERIJ	MERILO, OPIS KRITERIJA	ZADOŠČANJE SPLETNIH PREDSTAVITEV VLADE RS KRITERIJU
USPEŠNOST	Ali je bil zeleni učinek vladnih spletnih predstavitev dosežen?	Spletne predstavitve so neuspešne, saj v veliki meri ne uresničujejo komunikacijske strategije vladnih spletnih predstavitev.
UČINKOVITOST	Kolikšno prizadevanje je bilo potrebno, da je bil dosežen učinek vladnih spletnih predstavitev?	Spletne predstavitve so neučinkovite, saj je glede na vložena sredstva in prizadevanja njihov učinek realizacije ciljev majhen.
USTREZNOST	Do katere mere je bil z učinkom vladnih spletnih predstavitev rešen problem?	Komunikacija med vlado in državljani v okviru novega medija ni rešena ustrezno, saj možnosti komunikacije prek novega medija delujejo slabo (pomanjkljivost nekaterih vsebin, majhna odzivnost vladnih služb), širši potencial spletnih predstavitev (interaktivnost) pa ostaja nerealiziran.
ENAKOST	Ali so stroški in koristi vladnih spletnih predstavitev enako razporejeni med različne skupine?	Stroški in koristi niso enako razporejeni med različne skupine, saj za spletne predstavitve prispevajo vsi državljani (davko-plačevalci), izkoriščanje njihovih funkcij pa je omejeno s sposobnostjo uporabnikov in kakovostjo njihove strojne in programske opreme (enakost uporabnikov s posebnimi potrebami ni zagotovljena).
ODZIVNOST	Ali učinki vladnih spletnih predstavitev zadovoljujejo potrebe, preference ali vrednote določenih skupin (uporabnikov)?	Spletne predstavitve se ne odzivajo na potrebe, želje in pričakovanja uporabnikov, saj je njihova vsebina pomanjkljiva, sama uporaba spletnih predstavitev pa težavna.
PRIMERNOST	Ali so zeleni učinki vladnih spletnih predstavitev dejansko pomembni?	Želeni učinki spletnih predstavitev so vsekakor pomembni, vendar pa so preveč omejeni na samo informiranje in bi lahko bili tudi pomembnejši v okviru možnosti, ki jih ponuja nov medij (npr. udeležba državljanov v procesu vladnega odločanja).
EKONOMIČNOST	Ali so bila sredstva vladnih spletnih predstavitev porabljena na pravi način?	Sredstva spletnih predstavitev niso porabljena na pravi način, saj so stroški za posamezne spletne predstavitve nesorazmerni z njihovo obiskanostjo (razmerje števil predstavitev in njihove kakovosti kaže na neekonomičnost).

Tabela 3: Ovrednotenje spletnih predstavitev Vlade RS

Ovrednotenje njihove kakovosti je pokazalo, da so spletne predstavitve neustrezne, saj ne izrabljajo možnosti, ki jih ponuja novi medij. Ob tem obstoječi sistem vladnih spletnih predstavitev ne ustreza niti zastavljenim ciljem vladne politike na področju novega medija niti pričakovanjem uporabnikov, zato je smiselna celovita prenova celotnega sistema vladnih predstavitev. Da bi učinkovito izpeljali postopek prenove, je treba najprej izdelati strateški dokument z jasnim načrtom delovanja in izdelave spletnih predstavitev glede na cilje vladne politike na svetovnem spletu. V ciljih mora biti upoštevan širši potencial novega medija, hkrati pa morajo biti cilji spletnih predstavitev prilagojeni pričakovanjem in sposobnostim njihovih uporabnikov, vseh državljanov. Dokument mora nujno vsebovati tudi vizijo razvoja vladnih spletnih predstavitev za naprej.

Glede na ugotovitve ovrednotenja spletnih predstavitev Vlade RS bi se moral tak strateški dokument osredotočiti predvsem na naslednje:

- izkoriščanje demokratičnega potenciala (različne možnosti interakcije in komunikacije z vladnimi službami),
- visoko odzivnost,
- obseg elektronskih storitev (povečanje števila različnih storitev prek elektronskega poslovanja)
- ažurnost informacij,
- širšo dostopnost (prilagojenost tehnološko zaostalim in drugim uporabnikom s posebnimi potrebami, možnost dostopanja do vladnih spletnih predstavitev z javnih prostorov ...),
- izboljšanje sistema varnosti in zasebnosti,
- preprostejšo uporabnost (centraliziranost spletnih predstavitev, preprosto informacijsko infrastrukturo in uporabo, ki bo razumljiva povprečnemu državljanu).

Dokument mora v vseh pogledih (cilji, vodenje, organizacija...) določati delovanje vlade na svetovnem spletu in služiti kot podlaga za izdelavo vsake spletne strani. Za izdelavo strateškega dokumenta mora skrbeti skupina strokovnjakov, ki bo kasneje tudi nadzirala, svetovala in koordinirala uresničevanje vladne strategije na svetovnem spletu. Tako bo delovanje vladnih spletnih predstavitev postalo uspešnejše, ustrežnejše, primernejše in bolj ekonomično, delovanje celotne vlade pa učinkovitejše.

## SKLEP

Različne možnosti komunikacije in interakcije med državo in državljani preko spletnih predstavitev potencialno omogočajo neposredno vključevanje državljanov v procese političnega odločanja. Z ovrednotenjem spletnih predstavitev Vlade RS smo poskušali ugotoviti, v kolikšni meri so take in podobne možnosti že razvite v Sloveniji, ter v tem pogledu razkrili veliko pomanjkljivosti.

<b>PROBLEM</b>	<b>REŠITEV</b>
Pomanjkljivost vsebine, nerazumljivost vsebine	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uvedejo naj se natančno določena pravila in zahteve za objavljanje vsebine na spletnih predstavitev vladnih služb</li> <li>– Pravila naj izhajajo iz potreb in pričakovanj končnih uporabnikov (manj propagande – več informacij)</li> <li>– Vsebina naj bo urejena sistematično, na vseh spletnih predstavitev enako</li> </ul>
Ažurnost, nezanesljivost informacij, (ne)pravočasnost posredovanja informacij	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vse predstavitve naj obvezno navajajo datum zadnje spremembe</li> <li>– Informacije naj se objavljajo sproti, brez časovnega zamika</li> <li>– Stare informacije naj se umikajo novim</li> <li>– Vse novice naj bodo opremljene z datumom objave</li> </ul>
Težave z uporabo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uvede naj se enoten sistem navigacije in iskalnikov</li> <li>– Vsebina naj bo v primernem formatu</li> <li>– Vse predstavitve naj imajo enotno in preprosto strukturo ter smiselno organizirano vsebino</li> <li>– Navigacija naj izhaja iz pričakovanj uporabnikov</li> <li>– Poimenovanja naj bodo razumljiva povprečnemu uporabniku</li> <li>– Vsebina naj bo hierarhično strukturirana, hierarhija pa naj bo urejena po preslikavi resnične vladne ureditve</li> </ul>
Slaba dostopnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Upoštevajo naj se enotni tehnološki standardi, ki naj bodo zasnovani na najmanjšem skupnem imenovalcu strojne in programske opreme vseh uporabnikov</li> <li>– Dosledno naj se upoštevajo načela dostopnosti, ki jih določa konzorcij W3C</li> <li>– Posamezne strani naj ne presegajo 50.000 znakov (angl. <i>bytov</i>)</li> </ul>
Neučinkovitost (majhna obiskanost predstavitev ob visokih stroških vodenja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sistem vladnih spletnih predstavitev naj se centralizira</li> <li>– Zmanjša naj se razpršenost strani in osredotoči na manj, vendar bolj kakovostnih spletnih strani</li> </ul>
Neizkoriščanje potencialov novega medija (slaba odzivnost)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vsaka predstavitev mora ponujati vsaj stik prek elektronske pošte</li> <li>– Na elektronsko pošto naj se odgovarja ažurno in kakovostno</li> <li>– Uporabnikom (državljanom) naj se ponudi več možnosti interakcije in elektronskih storitev z vladno službo in javnimi uslužbenci</li> </ul>
Nizko zadovoljstvo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Več pozornosti nameniti uporabnikom in njihovim pričakovanjem</li> <li>– Informacije naj bodo ažurne, vsebina razumljiva, odzivnost pa visoka</li> </ul>
Kritičnost pri skrbi za varnost in zasebnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vsaka vladna predstavitev naj vsebuje posebno opozorilo (angl. <i>privacy statement</i>), ki seznanja uporabnike, kateri podatki o obiskovalcih se beležijo in za kakšen namen bodo uporabljeni</li> <li>– Pri prenosu osebnih podatkov naj se dosledno uvedejo varnostni ključ</li> </ul>

Tabela 4: Problemi in rešitve spletnih predstavitev Vlade RS

Prva in najpomembnejša ugotovitev je, da sistem vladnih spletnih predstavitev za zdaj še nima uradno opredeljenih in izdelanih komunikacijskih ciljev. Že pomanjkanje jasno opredeljenih ciljev, ki bi jih Vlada RS uresničevala prek spletnih strani, kaže na njihovo potencialno nizko kakovost. Evalvacijska ocena na izhodiščih nekaterih uradnih vladnih dokumentov in neuradnih ciljev, iz katerih lahko sklepamo na določeno usmeritev vladnih spletnih predstavitev, tudi potrjuje zgornjo oceno. Vladne spletne predstavitve so v veliki meri neuspešne pri uresničevanju najbolj osnovnih ciljev (npr. obveščanje javnosti), neučinkovite (zapele tena uporaba), neustrezne (nezadostno izkoriščanje možnosti novega medija), ne zagotavljajo enakosti (niso prilagojene uporabnikom s posebnimi potrebami in slabšo sistemsko ter programsko opremo), neodzivne (ne zadovoljujejo želja in potreb uporabnikov), neprimerne (nimajo pomembnih učinkov in v nekaterih primerih celo zmanjšujejo kredibilnost vlade) ter neekonomične (število spletnih predstavitev je v obratnem sorazmerju z njihovo obiskanostjo).

Celostna ocena spletnih predstavitev Vlade RS kaže, da od spletnih predstavitev vladnih služb in ministrstev RS nimajo pravih koristi niti uporabniki niti sama vlada. Na podlagi tega, upoštevajoč predvsem sodobno usmeritev spletnih predstavitev (bolj kot samo predstavljanje postaja pomembno uresničevanje konkretnih ciljev, ki prinašajo določene koristi za uporabnike in lastnike), tudi sklepamo na njihovo skupno nizko kakovost. Če se zdi naslednja ocena zelo kritična, naj pojasnimo, da gre za oceno celotnega sistema slovenskih vladnih spletnih predstavitev, in so tako posamezne spletne predstavitve znotraj njega lahko tudi bistveno kakovostnejše.

Ovrednotenje spletnih predstavitev Vlade RS je posredovalo tudi naslednje napotke in smernice za njihov razvoj v prihodnje. Najprej je treba natančneje opredeliti cilje Vlade RS na svetovnem spletu. Ti morajo upoštevati vse razsežnosti novega medija in predvsem potrebe uporabnikov, državljanov. Nato je treba v skladu z njo pripraviti uradni dokument z jasnim in natančnim načrtom delovanja in postopka izdelave vseh vladnih spletnih predstavitev, ki se mora osredotočiti predvsem na: koristnost vsebine, širšo dostopnost, varnosti in zasebnost pri uporabi, preprosto uporabo ter še posebej na izrabo demokratičnega potenciala (interaktivnost) spletnih predstavitev. Ko bo dokument pripravljen, je treba na njegovi podlagi izvesti celovito prenovno slovenskih vladnih spletnih predstavitev, za katero naj skrbi in jo nadzoruje poseben vladni organ.

V okviru metodologije vrednotenja pa bi glede na praktičnost uporabljenega pristopa veljalo preveriti, ali je pristop evalvacijske študije primeren tudi za vrednotenje drugih, in ne samo vladnih spletnih predstavitev, ali pa je bila njegova uporaba v konkretnem primeru primerna le zato, ker vladno politiko vodenja spletnih predstavitev lahko obravnavamo kot javni (politični) program, za vrednotenje katerega je evalvacijska študija v osnovi tudi namenjena.



## LITERATURA

- Cunliffe, D. (2000): "Developing usable Web sites – a review and model", Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 10, No. 1, 295–307
- Davis, R. (1999): *The web of politics: The internet's impact on the American political system*, Oxford University press, New York
- Davis, R. in OWEN, D. (1998): *New media and American politics*, Oxford University press, New York
- December, J. (1996): "Defining internet-based computer-mediated communication: Units of analysis for internet communication", Journal of computer mediated communication 1(4), Journal of communication 46 (1), <http://www.usc.edu/dept/annenberg/vol1/issue4/december.html>, 25.6.2002
- December, J. (1997): "An exploratory essay raising issues of CMC's definition: Notes on defining of computer-mediated communication", Computer-Mediated Communication Magazine (3):1, <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/december.html>, 25. 6. 2002
- Dijk, A. G. M. J. (1996): "Models of democracy: Behind the design and use of new media in politics", The public/Javnost, Vol. 3, No. 1, 43–56
- Dunn, W. N. (1994): *Public policy analysis: An introduction*, Prentice Hall, New Jersey
- Eschenfelder, K. R. in Beachboard, C. J. (1997): "Assesing U.S. federal government web sites", Government information quarterly, Vol. 14, Issue 2, 173–190
- Fegan, J. C. in Fagan, B. D. (2001): "Citizens' access to on-line state legislative documents", Government information quarterly, Vol. 18, Issue 2, 105–122
- Ferris, P. (1997): "What is CMC?", Communication Magazine (3):1, <http://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/toc.html>, 25. 6. 2002
- Fichter, D. (2000): "Head start: Usability testing up front", Intranet librarian, Jan/Feb 2000, 79–81
- Hacker, K. L. in Todino, M. A. (1996): "Virtual democracy at the Clinton white house: An experiment in electronic democratisation", The public/Javnost, Vol. 3, No. 1, 71–86
- Hernon, P. (1998): "Government on the web: A comparison between the Unated States and New Zealand", Government information quarterly, Vol. 15, Issue 4, 419–444
- Kalin, T. (1998): "Uvod v tehnologijo interneta", v: Vehovar, V. (ur.): *Internet v Sloveniji*, Fakulteta za družbene vede, Izola, 10–23
- Kramberger, A., Jarkovič, M., Kozmus, D. in Kraševc, R. (1998): "Internet in javna uprava v mednarodni primerjavi", v: Vehovar, V. (ur.): *Internet v Sloveniji*, Fakulteta za družbene vede, Izola, 204–237
- Layne, K. in Jungwoo, L. (2001): "Developing fully functional E-government: A four stage model", Government information quarterly, Vol. 18, Issue 2, 122–136
- Macur, M. (1995): "Evalvacijske študije", v: Tršinar, I. in Ograjšek, I. (ur.): *Statistika dela, delovnih izkušenj in življenjskih pogojev*, Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana, 296–307
- Nielsen, J. (2000): *Designing Web Usability*, New Riders Publishing, Indianapolis
- Norris, P. in Jones, D. (1998): "Virtual Democracy", Harvard International Journal of Press/Politics, Vol. 3, Issue 2
- Rada, R. (1995): *Interactive media*, Springer-Verlag, New York
- RIS (2000): "Merjenje spletne obiskanosti", Raziskovanje interneta v Sloveniji, poročilo, <http://www.ris.org>, 25. 6. 2002
- Rossi, P. S. in Freeman, H. E. (1993): *Evaluation – A systematic approach*, Sage publications, Newbury Park
- Serajnik-Sraka, N. in Vidrih, B. (2001): "Vladni odnosi z javnostmi: Model organiziranosti vladnih odnosov z javnostmi v Sloveniji", Teorija in praksa 4/2001, 650–674
- Smith, A. G. (2001): "Applying evaluation criteria to New Zealand government web sites", International journal of information management, No. 21, 137–149
- Stowers, G. N. L. (1999): "Becoming cyberractive: State and local governments on the world wide web", Government information quarterly, Vol. 16, No. 2, 111–127
- Ustava Republike Slovenije, Uradni list republike Slovenije, št. 33/91 – I, Ljubljana, 1991
- West, D. M. (2000): *Assessing E-government: The internet, democracy and service delivery, report*, The genesis institute, Brown University, <http://www.insidepolitics.org/egovreport00.html>, (20. 5. 2002)
- West, D. M. (2001): *VMRC Global E-government survey, report*, Taubman center for public policy, Brown University, <http://www.insidepolitics.org/egov01int.html>, (20.5. 2002)
- West, D. M. (2001a): *Urban E-government: An assessment of city government websites, report*, Taubman centre for public policy, Brown University, <http://www.insidepolitics.org/egov01city.html>, (20. 5. 2002)
- Zakon o medijih Republike Slovenije, Uradni list Republike Slovenije, št. 35/01, Ljubljana, 2001