

Grzegorz Kiedrowicz
Artur Bartoszewski
Politechnika Radomska

**SYSTEM OCENY STRON INTERNETOWYCH POŚWIĘCONYCH TURYSTYCE
NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH MIEJSC TURYSTYCZNYCH W POLSCE**

**WEBSITE EVALUATION SYSTEM CONCERNING TOURISM USING
AN EXAMPLE OF THE CHOSEN TOURIST SITES IN POLAND**

Wstęp

Zasoby Internetu są niezmierzone, liczba stron WWW oraz możliwości wykorzystania usług internetowych w różnych dziedzinach życia rosną z roku na rok. W turystyce Sieć znajduje ogromne zastosowanie. Jej zalety i walory docenić mogą zarówno autostopowicze planujący fascynującą podróż po Europie, urlopowicze wybierający się na wakacje w gorące kraje, czy miłośnicy wrażeń i przygody organizujący wyjazd na górskie wędrówki lub kajakowe spływy. Każdy z nich szuka w Internecie innych wiadomości i informacji, innych rodzajów danych lub wskazówek. Łączy ich jedno – chęć poznania bliżej miejsc, które za chwilę mają sami naocznie odwiedzić.

Jedną z najczęściej wykorzystywanych możliwości zaczerpnięcia z Internetu materiałów turystycznych jest przeglądanie stron WWW. Strony te mogą różnić się znacznie pod względem jakości i rzetelności zamieszczanych na nich informacji, sposobu ich prezentacji, a także, co jest kategorią najtrudniejszą do zdefiniowania, dostosowaniem strony do wymagań i oczekiwań odbiorcy. Przeglądając stronę internetową użytkownik zawsze, choć często nieświadomie, ocenia ją i porównuje z innymi. Ocena taka jest jednak z samej swojej istoty bardzo subiektywna. Łatwo stwierdzić, że witryna internetowa jest dobra lub też zła, niedopracowana. Co jednak wpływa na naszą ocenę? Jakie elementy i rozwiązania sprawiają, że jedne witryny oceniamy jako profesjonalne, przemyślane przyjazne, inne jako chaotyczne, trudne w odbiorze czy niegodne zaufania? Odpowiedzi na te pytania, ważne zarówno dla twórców materiałów internetowych, instytucji, które je zamawiają, a także ich odbiorców, dać może tylko kompleksowa i usystematyzowana analiza czynników wpływających na funkcjonalność stron internetowych. Celowa wydaje się więc praca nad metodologią

oceniań i porównywan materiałw internetowyc dotyczycy turystyki. W nurt ten wpisuje się proponowan tu system oceny funkcjonalnośi serwisów internetowyc.

1. System oceny jakośi witryn internetowyc poświęconych turystyce

Najprostszą metoda porównywania witryn internetowyc wydaje się porównywanie ilośi zawartyc w nich informacji, czy też jej pośrednic wskazywyc, takic jak ilośi tekstu i grafiki, liczba odnośników czy też liczba podstron. Pamiętać jednak nalezy, że celem nie jest porównanie dwu konkretnyc równorzędnych witryn, lecz raczej zaproponowanie narzędzia służącogo do oceniania wszelkogo rodzaju stron internetowyc związanych z turystyką. Proste porównanie ilośi prezentowanych treści, czy też sposobu jej prezentacji nie jest więc dobrą metodą. Porównywane witryny prezentują bardzo różne obiekty i powstają dla różnic celów (edukacyjnych, komercyjnic, a nawet administracyjnych).

Punktem wyjścia, do projektowania proponowanogo tu systemu oceniania stron internetowyc związanych z turystyką były wyniki badań zaprezentowanec przez wiodącogo w świecie specjalistę od inżynierii funkcjonalnośi Jakoba Nielsena. Dokonał on analizy błędów popełnianyc przez projektantów witryn internetowyc, opierając się na badaniach 716 stron internetowyc przeprowadzonych z udziałem 2163 użytkowniców¹. Sformułował też 113 wskazówek dla projektantów pogrupowanych w 27 bloków tematycznych².

Podobną strukturę przyjęto tworząc opisywan tu system oceny stron internetowyc związanych z turystyką. Składa się on z 46 pytań (gramatyczna forma pytania ułatwia korzystanie z systemu) pogrupowanych w 12 bloków (tabela 1).

Tabela 1. System oceny stron internetowyc

A. Informacje o celu witryny		
A1	Czy strona główna zawiera informacje o tym co ma do zaoferowania użytownikom?	
A2	Czy na stronie głównej wyróżniono najwazniejsze zadania, tak by użytownicy odwiedzajacy strone wiedzieli od czego zacząć?	
A3	Czy strona główna wyróżnia się spośród wszystkich pozostałych stron witryny?	
Średnia:		
Możliwe odpowiedzi:		
TAK – Ip;		

¹ Nielsen J.; Loranger H.: Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowyc. Helion. Gliwice, 2007, s. 30, ISSN: 978-83-246-0845-4

² Nielsen J.; Tahir M.: Funkcjonalność stron WWW, 50 witryn bez tajemnic. Helion. Gliwice, 2006, s. 12-43, ISBN 83-246-0126-0

CZEŚĆIOWO	-	0,5p;
NIE	-	0p;
NIE DOTYCZY	-----	

Średnia = (uzyskane punkty / maksymalna możliwa liczba punktów)*100%;
Uwaga: licząc maksymalna możliwą liczbę punktów nie należy uwzględniać pytań na które odpowiedziano „nie dotyczy”;

B. Przekazywanie informacji o wystawcy witryny		
B1	Czy witryna zawiera wyczerpujące informacje o jej wystawcy?	
B2	Czy logo i nazwa wystawcy strony są odpowiednio wyeksponowane?	
B3	Czy na stronie głównej witryny umieszczono łącze „kontakt”, kierujące do strony zawierającej pełną informacje o tym jak skontaktować się z wydawcą strony?	
B4	Czy strona posiada mechanizm służący do zbierania opinii użytkowników?	
Średnia:		

C. Czytelność		
C1	Czy autorzy witryny posługują się językiem dostosowanym do potrzeb użytkownika?	
C2	Czy autorzy unikają niezrozumiałych zwrotów slangowych i branżowych oraz sloganów marketingowych zaciemniających treść przekazu?	
C3	Czy nazwy kategorii i odnośników opatrzone są zrozumiałymi i jednoznacznymi nazwami?	
C4	Czy skróty i akronimy pojawiające się na stronie są wyjaśnione?	
C5	Czy formaty i style używane są w sposób spójny i konsekwentny?	
C6	Czy tekst formatowany jest w sposób ułatwiający czytanie i przeglądanie zawartości?	
C7	Czy kolorystyka strony zapewnia komfort czytania (właściwy kontrast pomiędzy tekstem i tłem)?	
Średnia:		

D. Treść witryny		
D1	Czy treść witryny zawiera informacje kompletną (w granicach oczekiwań przeciętnego odbiorcy strony)?	
D2	Czy witryna zawiera informacje pomocne w zlokalizowaniu i poruszaniu się po opisywanym obiekcie (mapki i plany dojazdów, odnośniki do lokalizatorów internetowych rozkłady jazdy środków komunikacji publicznej itp.)?	
D3	Czy prezentowane treści mają logiczny i czytelny układ?	
D4	Czy strona nie zawiera treści nadmiarowych (treści powtarzające się, niezwiązane z tematyką, itp.)?	
Średnia:		

E. Łącza		
E1	Czy łącza są logicznie opisane i łatwe do przeglądania?	
E2	Czy łącza nie zawierają zbyt ogólnych instrukcji (w rodzaju „Kliknij tutaj”)?	
E3	Czy zawsze wiadomo czy dany element jest łączem?	
E4	Czy wygląd i nazewnictwo łączy stosowane jest konsekwentnie w całej witrynie?	

Średnia:

F. Mechanizm nawigacji

F1	Czy główne obszary nawigacyjne znajdują się w łatwym do zauważenia miejscu i są od razu identyfikowane jako nawigacja główna strony?	
F2	Czy elementy nawigacyjne są w logiczny sposób pogrupowane?	
F3	Czy elementy nawigacyjne nie są niepotrzebnie powielane?	
F4	Czy zawsze z góry wiadomo jaką akcję spowoduje użycie poszczególnych elementów nawigacyjnych (szczególnie ważne w akcjach niestandardowych, takich jak otwieranie dokumentów PDF, formularzy, przeniesienie poza witrynę itp.)?	
F5	Czy na stronie znajdują się mechanizmy ułatwiające zorientowanie się, gdzie aktualnie się znajdujemy i jak powrócić do strony głównej (pasek powrotu, zakładki itp.)?	
F6	Czy użytkownik ma łatwy dostęp do zadań, które mają najwyższy priorytet?	
<i>Średnia:</i>		

G. Przeszukiwanie

G1	Czy witryna udostępnia użytkownikowi mechanizm pozwalający wyszukiwać potrzebne mu informacje czy też usługi (pole wyszukiwania)?	
G2	Czy mechanizm wyszukiwania działa poprawnie (czy nie podaje zbyt wielu, zbyt mało czy też nietrafnych odpowiedzi, czy przeszukuje całą stronę)?	
G3	Czy projektując mechanizm wyszukiwania nie popełniono wyraźnych błędów (przeszukiwanie całych zasobów Sieci zamiast zasobów witryny, zbyt małe pola tekstowe, niezgodne ze standardem działanie mechanizmu itp.)?	
<i>Średnia:</i>		

H. Projekt graficzny strony

H1	Czy sposób rozmieszczenia elementów jest estetyczny i zgodny ze standardami budowy stron internetowych?	
H2	Czy układ elementów na stronie jest elastyczny, to znaczy dostosowuje się do najczęściej używanych rozdzielczości ekranu?	
H3	Czy brak jest błędów projektowych w rodzaju konieczności przewijania poziomego, czy też ukrywania ważnych elementów sterujących i informacji pod „linią zanurzenia” – czyli poza pierwszym ekranem, który użytkownik może obejrzeć bez przewijania?	
H4	Czy strona nie jest przeładowana niepotrzebną grafiką (grafiką niezwiązaną z tematyką strony, grafiką zaciemniającą strukturę strony, utrudniającą odnalezienie właściwych treści)?	
H5	Czy elementy graficzne mają rozmiary odpowiednie do rozmiarów strony?	
<i>Średnia:</i>		

I. Dostępność strony

I1	Czy strona znajduje się w pierwszej dziesiątce wyników wyszukiwania?	
I2	Czy adres strony jest jednoznacznie związany z jej tematyką i łatwy do zapamiętania?	
I3	Czy zarejestrowane są nazwy domeny dla alternatywnych form pisowni i często popełnianych błędów pisowni?	

I4	Czy strona posiada różne wersje językowe?	
Średnia:		

J. Przyjazność dla osób niepełnosprawnych		
J1	Czy serwis zawiera informacje o ewentualnych ułatwieniach dla osób niepełnosprawnych oferowanych przez opisywany obiekt (lub ich braku)?	
J2	Czy strona daje możliwość skalowania tekstu.	
J3	Czy strona daje możliwość zmiany kolorystyki na wersję o dużym kontraście?	
J4	Czy strona jest przystosowana do współpracy z programami czytającymi tekst?	

K. Reklama		
K1	Czy reklamy innych firm i organizacji są możliwie małe i dyskretne?	
K2	Czy można łatwo odróżnić reklamy zewnętrzne od właściwej zawartości strony?	
K3	Czy właściwe funkcje witryny nie są przedstawione w konwencji właściwej reklamom?	
Średnia:		

Źródło: Opracowanie własne

Procentowa ocena zliczona dla poszczególnych bloków pozwala ocenić wyróżnione aspekty witryny. Za najważniejsze można tu uznać architekturę informacji zawartych w witrynie, sposób jej prezentacji oraz nawigację. Aspekty te oceniać można niezależnie od tematyki witryny. Oceniając je odwołujemy się nie tyle do konkretnych rozwiązań czy treści, co do sposobu postrzegania i interakcji człowieka z medium, jakim są strony WWW. Są jednak aspekty witryny, takie jak przydatność i jakość zawartych na niej informacji, które wynikają wprost z treści prezentowanych. Oceniając treść witryny, nie można bezpośrednio porównywać ilości informacji zamieszczonych na stronie. Obiekty, których dotyczą te informacje mogą być przecież bardzo różne. Aby porównywać jakość różnego rodzaju stron, konieczne jest skonfrontowanie zawartych w nich treści z oczekiwaniami użytkownika.

2. Przykłady serwisów internetowych związanych z turystyką

Przedstawione poniżej przykłady witryn internetowych służą weryfikacji proponowanej przez autorów metodyki oceniania stron internetowych związanych z turystyką. Zaprezentowane tu witryny dotyczące znanych obiektów i obszarów turystycznych, są dobrym przykładem zasobów Sieci związanych z turystką, nie można jednak uznawać ich za najlepsze, ani nawet najbardziej typowe, wśród tego rodzaju stron. Należy w tym miejscu podkreślić, że zamiarem autorów nie był w żadnej mierze przegląd zasobów Internetu związanych z turystyką. Zasoby te oszacować można jako trzeci, po treściach związanych z szeroko pojętą rozrywką i treściach dotyczących technologii informacyjnej, tematyczny zasób

Internetu. Wystarczy powiedzieć, że wyszukiwarka Google posiada ponad 33 miliony zindeksowanych stron związanych z hasłem „turystyka” i 144 miliony stron związanych z hasłem „tourism”. Pełna ich klasyfikacja wymagałaby dostępu do baz danych wyszukiwarek internetowych (najlepiej wyszukiwarki Google, która posiada najwięcej zindeksowanych stron WWW).

Zamek Królewski na Wawelu

Zamek Królewski na Wawelu jest bezspornie najcenniejszym i jednym z najlepiej rozpoznawalnych zabytków w Polsce. Codziennie odwiedzają go rzesze turystów polskich i zagranicznych. Witryna internetowa Wawelu ma dwa główne cele. Pierwszym z nich jest edukacja, a więc prezentowanie informacji o tym niezwykle ważnym dla historii Polski obiekcie i propagowanie wiedzy i nim. Drugim, nie mniej ważnym celem istnienia takiej witryny jest dostarczenie informacji i wszechstronna pomoc turystom odwiedzającym zamek.

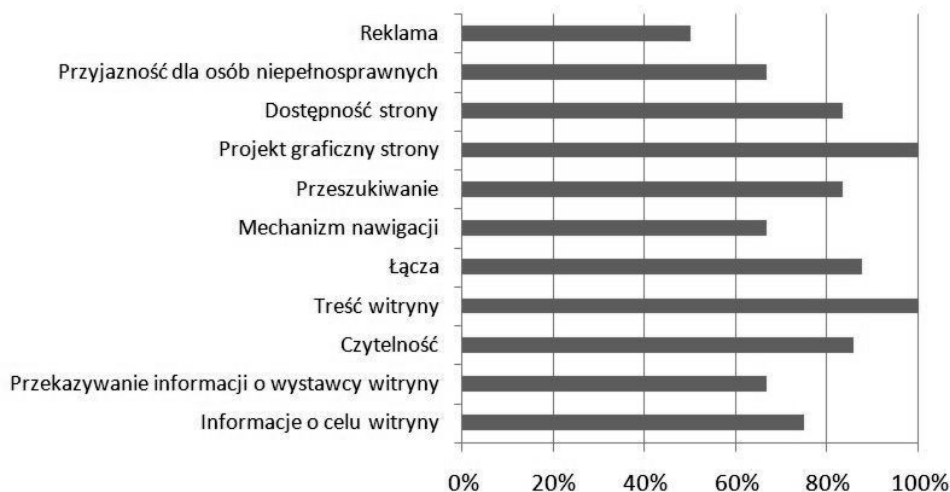


Rys. 1. Strona główna witryny Zamku Królewskiego na Wawelu

Źródło: Witryna Zamku Królewskiego na Wawelu. [dostęp: 20-11-2008]. Dostępny w Internecie <http://www.wawel.krakow.pl>

Gdy przeanalizujemy zawartość i układ treści serwisu, na pierwszy plan wybija się funkcja związana z propagowaniem turystyki. Treści natury historycznej i edukacyjnej podporządkowane są potrzebom zwiedzających. Widać to w układzie treści

odzwierciedlającym trasy zwiedzania i ekspozycje. Pamiętajmy, że turysta indywidualny zwiedzający Zamek Królewski pozostawiony jest samemu sobie, tak przygotowana strona internetowa może być dla niego dużą pomocą, zarówno przed wycieczką, jak i po niej, gdy chce się dowiedzieć więcej o zabytkach, które oglądał.



Rys. 2. Wyniki testu dla witryny Zamku Królewskiego na Wawelu
Źródło: Opracowanie własne

Omawianą tu witrynę internetową uznać należy za dobrą. Do jej mocnych stron należą: jakość zawartych na niej treści, czytelność oraz prosty i estetyczny projekt graficzny witryny.

Witryna ta nie pozbawiona jest jednak pewnych błędów. Wymienić tu można pojawiające się niekiedy niepotrzebne i nieco chaotyczne dublowane menu strony. Poważniejszym błędem jest niepełne przystosowanie strony dla potrzeb osób słabo widzących. Co prawda możliwe jest skalowanie strony, a kontrast tekstu jest wystarczający, strona nie została jednak przystosowana do współpracy z programami odczytującymi tekst. Użytkownik takiego programu zmuszony będzie do odsłuchania pełnej listy odnośników menu głównego i podrzędnych co może potrwać kilkanaście minut. Strona nie zawiera też informacji o ewentualnych ułatwieniach i barierach architektonicznych dla osób zwiedzających, niepełnosprawnych ruchowo. Braki te sprawiły, że przyjazność dla osób niepełnosprawnych uznać należy za najslabszą stronę witryny.

Kozienicki Park Krajobrazowy

Witryna internetowa Kozienickiego Parku Krajobrazowego zawiera zarówno informacje o samym parku, jak i o działalności edukacyjnej tam prowadzonej. Już na pierwszy rzut oka

widać dążenie autorów strony do przekazania jak największej ilości informacji. Rozwiązanie jakie tu zastosowano – czyli umieszczenie na stronie głównej dużej ilości ciąglego tekstu akapitowego – jest proste, lecz tylko z pozoru skuteczne³. W rzeczywistości odstrasza ono dużą część użytkowników tworząc wrażenie (w dużym stopniu uzasadnione), że mamy do czynienia z serwisem branżowym, a odnalezienie poszukiwanych informacji wymagać będzie długiej i niewygodnej lektury oraz przedzierania się przez gąszcz zbędnych danych. Sytuacji nie poprawia mała czcionka i niezbyt wysoki kontrast. Problemem jest także system nawigacji, które zdaje się być rozbudowywany ponad potrzeby. Znajdują się w nim nieistniejące podstrony niezawierające prawie żadnej treści (podstrona powiązana z menu „Linki” zawiera zaledwie 2 tekstowe odnośniki), a nawet zasoby niezwiązane z tematyką serwisu (strona „aktualności ze świata – aktualnie pusta”).



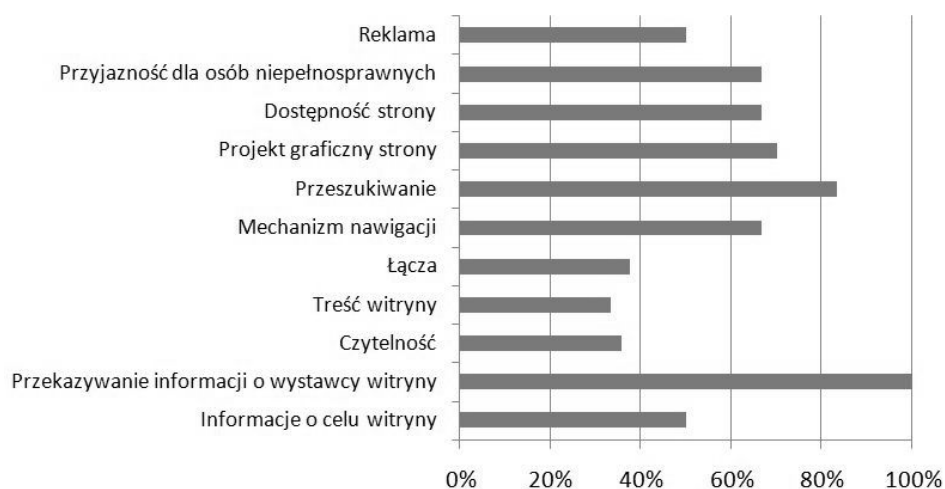
Rys. 3. Strona główna witryny Kozińskiego Parku Krajobrazowego
Źródło: Witryna Kozińskiego Parku Krajobrazowego [dostęp: 20-11-2008]. Dostępne w Internecie <http://kpk.przyroda.org>

Na stronie widzimy dwa wyróżnione działy tematyczne: *edukacja* i *turystyka*.

³ Krug S.: Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych. Wydanie II, Helion. Gliwice, 2006, s. 34-35, 57, ISBN: 83-246-0283-6

Dział *edukacja* jest stanowczo najlepiej opracowany. Zawiera on treści, które mogą być przydatne turyście (np. mapy i opisy ścieżek edukacyjnych), generalnie jest jednak adresowany do szkół i nauczycieli.

Dział *turystyka* pozostawia wiele do życzenia. Zawiera właściwie tylko krótkie informacje o szlakach rowerowych i gospodarstwach agroturystycznych znajdujących się na terenie parku. Strona pisana jest odstręczającym urzędowym językiem i wzbogacona o kilka zdjęć. Jedyne przydatne dla potencjonalnego turysty informacje to mapa szlaków rowerowych i spis gospodarstw agroturystycznych.



Rys. 4. Wyniki testu dla witryny Kozienickiego Parku Krajobrazowego
Źródło: Opracowanie własne

Omawiana witryna internetowa nie należy do najlepszych. Stosunkowo wysokie oceny uzyskały tylko techniczne aspekty strony, takie jak mechanizm nawigacji czy też mechanizm przeszukiwania witryny. Projekt graficzny, choć bardzo szablonowy, uznać należy za stosunkowo dobry. Niskie oceny uzyskała strona w takich aspektach jak czytelność oraz łącza nawigacyjne. Oceny średnie przyznano jakości i przydatności treści zawartych w witrynie.

Kopalnia Soli w Wieliczce

Witryna Kopalni Sopi w Wieliczce zawiera wiele różnorodnych informacji. Dotyczą one zarówno samej kopalni, jej historii i geologii, jak i działalności turystycznej, rekreacyjnej, kulturalnej, a nawet leczniczej prowadzonej na jej terenie. Przeglądając witrynę wyraźnie widzimy dbałość o potrzeby turysty i staranność jej twórców. Obszerny dział „Zwiedzanie kopalni” zawiera wszelkiego rodzaju informacje, które mogą być przydatne turyście.

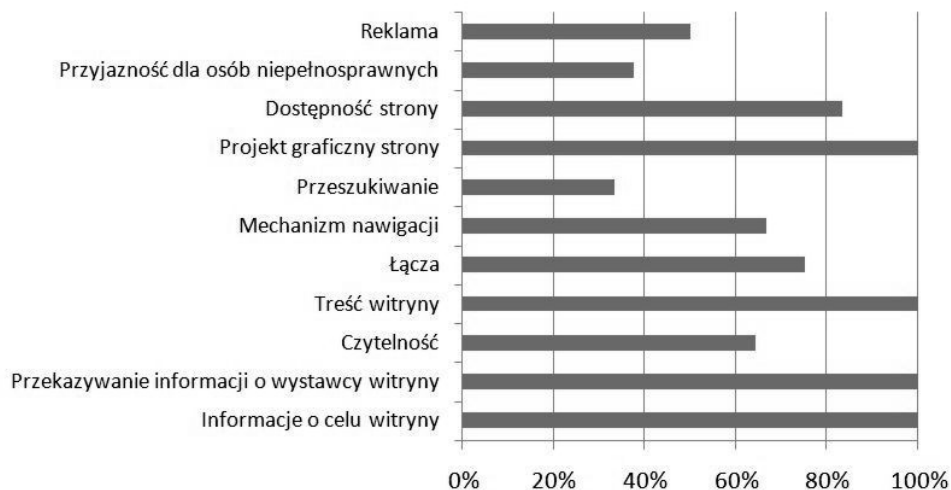
Wymienić tu można mapy i plany dojazdów (zarówno dla turystów zmotoryzowanych, jak i podróżujących środkami komunikacji publicznej), opisy tras wzbogacone obszerną galerią fotografii oraz ciekawy przewodnik po kopalni wykonany w technologii Flash.



Rys. 5. Strona główna witryny Kopalni Soli w Wieliczce

Źródło: Witryny Kopalni Soli w Wieliczce. [Dostęp: 20.11.2008]. Dostęp w Internecie <http://www.kopalnia.pl>

Twórcy witryny, pomimo podkreślonej wcześniej staranności, nie uniknęli jednak kilku błędów. Ewidentnie najpoważniejszym z nich jest używanie dużych, zajmujących wiele ekranów, prawie pozbawionych formatowania bloków tekstu. Dużym niedopatrzeniem twórców witryny jest też brak informacji o możliwości zwiedzania kopalni przez osoby niepełnosprawne ruchowo. Jest to tym dziwniejsze, że kopalnia zadbała o taką możliwość. Do słabych stron witryny zaliczyć należy także niepotrzebnie skomplikowany i momentami chaotyczny system nawigacji (menu podrzędne jest usytuowane niestandardowo i oderwane od menu głównego; do tych samych miejsc strony dojść można poprzez różne odnośniki). Opisy odnośników pozostawiają wiele do życzenia.



Rys. 6. Wyniki testu dla witryny Kopalni Soli w Wieliczce

Źródło: Opracowanie własne

W przeprowadzonym teście (rys. 6) strona wypada dobrze w kategoriach dotyczących treści, jej czytelności, kompletności i przydatności dla turysty. Słabą stroną jest czytelność tekstu. Strona wykazuje też pewne niedociągnięcia natury technicznej.

Porównane trzy witryny internetowe prezentują znacznie różniące się od siebie obiekty turystyczne (Zamek Królewski, zabytkową kopalnię i park krajobrazowy). Najwyższą ocenę uzyskała witryna internetowa Zamku Królewskiego na Wawelu (średnia ocen 84%). Prawie równie dobrą okazała się strona Kopalni Soli w Wieliczce (średnia 76%). Co prawda uzyskała ona nieco lepsze oceny w kategoriach związanych z dostosowaniem treści do potrzeb użytkownika, jednak zawiera kilka poważnych błędów w sposobie ich przekazu. Najgorsza okazała się witryna Kozienickiego Paku Krajobrazowego. Osiąga ona przewagę w kategoriach opisujących techniczne aspekty mechanizmu witryny, jednak decydujące okazują się kłopoty z doбором i przedstawieniem treści. Strona ta jest przykładem, że nawet zaawansowane systemy CMS⁴, w technologii której powstał ten projekt, nie gwarantują stworzenia dobrej, funkcjonalnej witryny.

Podsumowanie

Przedstawiony tu system oceny witryn internetowych może być przydatnym narzędziem w ewaluacji ich jakości. Narzędzia takiego, prostego w wykorzystaniu i niewymagającego specjalistycznej wiedzy, potrzebują nie tyle firmy profesjonalnie wykonujące witryny

⁴ CMS (ang. Content Management System): system zarządzania treścią. Jest to aplikacja lub ich zestaw, pozwalający na łatwe utworzenie i późniejszą obsługę serwisu WWW

WWW, lecz wszelkiego rodzaju organizacje i osoby promujące turystykę. Przygotowując materiały do zamieszczenia w Internecie, lub co jest znacznie częstsze zlecając ich przygotowanie profesjonalistom, muszą mieć możliwość rzetelnego porównania wyników, oceny, czy ich przekaz jest czytelny i dostosowany do potrzeb odbiorców.

Słowa kluczowe:

turystyka; Internet; system oceny stron internetowych

Key words:

tourism; Internet; website evaluation system

Streszczenie

Celem opracowania jest prezentacja systemu oceny stron internetowych poświęconych turystyce. Zasoby Internetu obejmujące turystykę należą do trzech największych bloków tematycznych występujących w Sieci. Istniejące systemy oceny funkcjonalności stron internetowych dotyczą głównie stron o charakterze biznesowym. Prezentowany system jest adaptacją metodologii oceny funkcjonalności serwisów internetowych dla potrzeb oceny stron poświęconych turystyce. Możliwości zastosowania proponowanego systemu zaprezentowano na przykładzie wybranych miejsc turystycznych w Polsce. Ewaluacja jakości materiałów internetowych promujących turystykę ma zarówno aspekty praktyczne, jak i edukacyjne. Z zasobów turystycznych w Internecie korzystają przede wszystkim ludzie młodzi. Ocena stron internetowych poświęconych turystyce ma w tym sensie również aspekt praktyczny, który może być wykorzystany w procesie dydaktycznym.

Summary

The purpose of this work is to present a new website evaluation system used in tourism. Internet tourist content is one out of three the best thematic modules in the network. Currently existing evaluation systems mainly apply to business oriented websites. The presented system is an adaptation of the websites functionality evaluation methodology for the need of evaluating tourist oriented websites. Possibilities of using the above mentioned system were presented using an example of some tourist sites in Poland. Evaluation concerning the quality of the Internet content promoting tourism has practical as well as educational aspects. Above all young people are the one who use Internet resources. Evaluation of tourist websites has in such case practical aspect, which can be used in the educational process.