


Maja Wojciechowska

Uniwersytet Gdański

e-mail: maja.wojciechowska@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-5340-3722>

Recenzja książki *Serwisy internetowe instytucji kultury w Polsce* – Mariusz Jarocki, Paweł Marzec. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2020, ss. 206. ISBN 978-83-231-4357-4

DOI: <https://doi.org/10.18778/0860-7435.35.08>

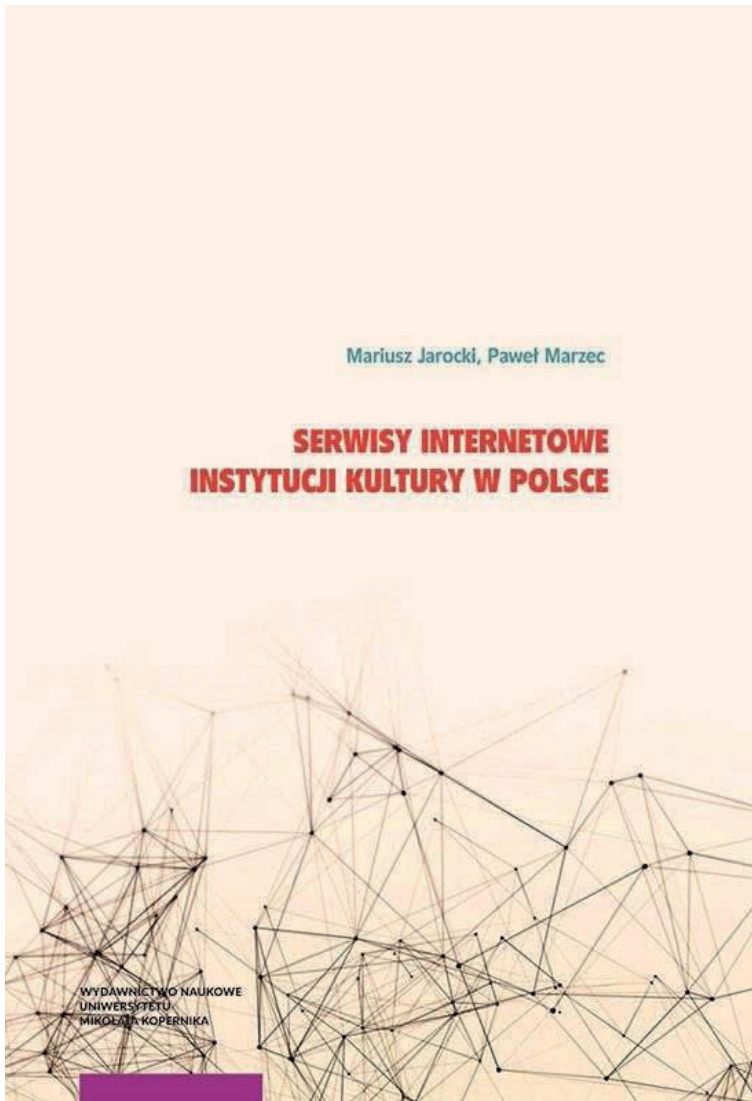
W ostatnich latach dużą uwagę przykuwają środki komunikacji elektronicznej, którymi posługują się biblioteki i inne instytucje kultury, które chcą nawiązywać i podtrzymywać kontakty z odbiorcami swoich usług. Instytucje, niegdyś bazujące na kontakcie bezpośrednim, dziś próbują aktywnie funkcjonować także w przestrzeni elektronicznej. Wydaje się, że pandemia tylko wzmocniła ten trend, który zaczął rozwijać się już wcześniej. Zatem badania dotyczące oceny i optymalizacji wykorzystania narzędzi elektronicznych wydają się konieczne i prawdopodobnie będą coraz częściej realizowane w różnych zakresach.

W 2020 r. Mariusz Jarocki oraz Paweł Marzec – pracownicy Instytutu Badań Informacji i Komunikacji UMK – wydali książkę poświęconą problematyce serwisów internetowych prowadzonych przez różne typy instytucji kultury w Polsce. W publikacji zatytułowanej *Serwisy internetowe instytucji kultury w Polsce* omówili wyniki badań przeprowadzonych w środowisku bibliotek, centrów kultury, filharmonii, oper, muzeów, galerii, teatrów oraz innych typów placówek kulturalnych. Autorzy serwisy internetowe uznali za swego rodzaju przestrzeń, która powinna umożliwiać nawiązywanie relacji z klientami, którą badać

Maja Wojciechowska

można w trzech wymiarach – użytkowników, zawartości oraz technologii. Każda z tych płaszczyzn musi funkcjonować sprawnie, aby doszło do aktu komunikacji stanowiącego podstawę do zaoferowania usługi i nawiązania relacji.

Ryc. 1. Okładka książki Mariusza Jarockiego i Pawła Marca
Serwisy internetowe instytucji kultury w Polsce



Źródło: <https://wydawnictwo.umk.pl/pl/products/5334/serwisy-internetowe-instytucji-kultury-w-polsce>

W książce skupiono się na aspekcie technologicznym, który jest podstawowym warunkiem tego, by użytkownik instytucji kultury mógł skutecznie skorzystać z treści i usług zawartych na stronie, przy czym warto zauważyć, że dla niektórych placówek serwis internetowy stanowi jedynie jedną z form komunikacji, natomiast dla innych platformę świadczenia usług (co coraz częściej ma miejsce w przypadku bibliotek, oferujących coraz więcej usług elektronicznych oraz hybrydowych). Niezależnie od tego Autorzy uznali, że serwisy internetowe są strategicznymi elementami budowania wizerunku instytucji kultury, a nierzadko także podstawowym kanałem informacyjnym dla klientów. W związku z tym odpowiednie zaprojektowanie, a następnie funkcjonowanie witryny nie jest już dla placówek kulturalnych dodatkowym atutem, lecz elementarnym wymogiem. Ponadto określone wymogi postawiono instytucjom kultury w Ustawie z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych.

W oparciu o autorski kwestionariusz badawczy Autorzy książki chcieli dokonać rozpoznania cech serwisów internetowych, związanych ze standardami sieciowymi i potrzebami ich użytkowników sieciowych wybranych polskich instytucji kultury. Jest to temat już od lat eksplorowany przez badaczy (zarówno w aspekcie technologicznym (Jarocki, 2016; Wojciechowska, 2008), jak i w ujęciu marketingowym (Stępień, 2021; Wojciechowska, 2010; Wojciechowska & Cyrklaff-Gorczyca, 2019)), jednak kompleksowość przeprowadzonego badania oraz możliwość porównania kondycji bibliotek z sytuacją pozostałych instytucji kultury są dodatkowym walorem książki. Przebadano bowiem 278 instytucji, w tym 19 bibliotek wpisanych do rejestru instytucji kultury, a więc bibliotek publicznych. Uwzględniono wszystkie biblioteki publiczne o statusie biblioteki wojewódzkiej oraz Bibliotekę Narodową. Pytania dotyczyły tego, które technologie internetowe są wykorzystywane do tworzenia, zarządzania i publikowania treści, jaka jest wydajność serwisów (m.in. szybkość ładowania stron, rozmiar plików pobieranych z serwera, poprawność kodu), jaki jest poziom dostosowania serwisów do potrzeb osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami, jak zaprojektowano interfejs, jak zorganizowano dostęp do informacji dla użytkowników zagranicznych, jaki jest poziom optymalizacji badanych serwisów pod kątem wyszukiwarek internetowych, i wreszcie jedno z kluczowych dla współczesnych użytkowników Internetu zagadnień – jakie są możliwości wyświetlania treści na urządzeniach mobilnych oraz jak serwisy współpracują z mediami społecznościowymi.

Szczególną uwagę zwrócono na: rozmiar strony, zastosowaną technologię, liczbę błędów, liczbę ostrzeżeń dotyczących strony, wydajność, dostępność, zoptymalizowanie pod kątem wyszukiwarek internetowych, mobilność, wielojęzyczność oraz połączenie z mediami społecznościowymi.

Jak zaobserwowali Autorzy, w polskich bibliotekach publicznych najczęściej stosowanymi systemami zarządzania treścią są systemy typu open source. Wyniki audytów pokazały pewne problemy z wydajnością stron, a zwłaszcza ze zbyt niskimi wskaźnikami szybkości ładowania.

Choć książka poświęcona jest wszystkim typom instytucji kultury, to niewątpliwie część opisująca kondycję bibliotek może okazać się interesująca dla bibliologów oraz kadry odpowiedzialnej za obszar komunikacji elektronicznej tych placówek. Interesujące byłoby również poszerzenie pola badawczego i przedstawienie zbliżonych analiz, lecz dotyczących wszystkich typów bibliotek. Analizy takie mogłyby zostać uzupełnione o ocenę zawartości treści oraz badanie opinii użytkowników. Wówczas można by uzyskać dane, które elementy techniczne są kluczowe w ocenie stron, które funkcjonalności decydują o satysfakcji klientów, a które nie mają dla nich większego znaczenia.

Bibliografia

- Jarocki, Mariusz (2016). Oczekiwania klientów bibliotek wobec rozwiązań mobilnych dostępnych w serwisach informacyjno-bibliotecznych. *Zarządzanie Biblioteką*, 8, s. 9–17.
- Stępień, Justyna (2021). Facebook, Instagram, a może blog? Gdzie promują się biblioteki? *Zarządzanie Biblioteką*, 13, s. 23–36.
- Wojciechowska, Maja (2010). Marketing elektroniczny biblioteki. *Zarządzanie Biblioteką*, 1, s. 43–45.
- Wojciechowska, Maja red. (2008). *Elektroniczny wizerunek biblioteki*. Gdańsk: Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej.
- Wojciechowska, Maja & Cyrklaff-Gorczyca, Magdalena (red.) (2019). *Mobilnie, interaktywnie, kompetentnie. Usługi, media i technologie informacyjno-komunikacyjne w nowoczesnej bibliotece*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich.