Anna Wałek

Strony WWW bibliotek jako element promocji i narzędzie komunikacji z użytkownikiem

Fides: Biuletyn Bibliotek Kościelnych 1 (38), 109-118

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych
Nr 1 (38) 2014, s. 109-118
ISSN 1426-3777

Anna Wałek[1]

STRONY WWW BIBLIOTEK JAKO ELEMENT PROMOCJI I NARZĘDZIE KOMUNIKACJI Z UŻYTKOWNIKIEM

Postęp technologiczny i zmieniające się oczekiwania użytkowników sprawiają, że biblioteki coraz częściej sięgają po nowoczesne narzędzia promocji i komunikacji z użytkownikiem. Począwszy od lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku, kiedy pojawiły się pierwsze skomputeryzowane katalogi oraz zintegrowane systemy biblioteczne, serwisy informacyjne i bibliograficzne oraz katalogi OPAC, aż po lata dziewięćdziesiąte i początek XXI wieku, kiedy upowszechnił się Internet oraz publikacje elektroniczne, biblioteki obserwowały pojawiające się tendencje i wykorzystywały je do usprawniania oraz promowania swoich usług i zbiorów.

Zmiany w działalności bibliotek przejawiają się w zmianie kierunków rozwoju i charakteru kolekcji bibliotecznych, jak również sposobów organizacji dostępu do informacji i form komunikacji z użytkownikami. Kolekcje biblioteczne przybierają charakter hybrydowy. Zawierają zarówno zbiory tradycyjne, jak i cyfrowe. Ponadto biblioteki stają się centrami informacji naukowej, specjalistycznej i bibliograficznej, uczestniczą w dostarczaniu informacji, ale i ocenie, selekcji oraz porządkowaniu Webu. Tworzą również własne zasoby w postaci baz danych, a także uczestniczą w różnego rodzaju projektach digitalizacyjnych, zasilając swoimi zasobami biblioteki cyfrowe i repozytoria.

[1] Politechnika Wrocławska, Centrum Wiedzy i Informacji Naukowo-Technicznej.

Aby zapewnić użytkownikom zdalny dostęp do zasobów oraz wszelkiego rodzaju informacji na temat lokalizacji, zbiorów i działalności biblioteki, konieczne jest prowadzenie strony internetowej. Strona WWW pełni wiele funkcji. Po pierwsze, służy komunikowaniu się biblioteki z użytkownikami, po drugie zaś, jest doskonałym narzędziem marketingowym. Taka forma promocji jest tania i niezwykle skuteczna, ponieważ użytkownicy mają dostęp do treści i usług przez cały czas i z każdego miejsca na świecie, pod warunkiem połączenia z Internetem. Strona WWW może być również częścią bardziej rozwiniętego systemu promocji w sieci, obejmującego także profile na portalach społecznościowych, fora, blogi i inne narzędzia. Przede wszystkim jednak pełni ona funkcję wizytówki biblioteki w sieci, gdzie coraz częściej użytkownicy rozpoczynają poszukiwania wszelkiej informacji na interesujące ich tematy.

Powstało wiele opracowań dotyczących tworzenia i użyteczności stron internetowych, w tym witryn bibliotek. W grudniu 2010 roku Laboratorium EDISONDA z Krakowa przeprowadziło audyt użyteczności serwisów bibliotecznych stron bibliotek, który miał na celu opisanie elementów i funkcjonalności cechujących poprawne i przyjazne strony WWW. Audyt ten był przeprowadzony przez ekspertów na podstawie heurystyk, czyli zasad projektowania serwisów internetowych, oraz za pomocą tzw. przeglądu poznawczego, czyli wykonywania konkretnych zadań w serwisie.

Audyt EDISONDY wyłonił najważniejsze zasady tworzenia poszczególnych elementów strony, nawigacji i prezentowania treści. Zasady te są aktualne również dla witryn służących komunikacji z czytelnikami i wiernymi.

Podstawowe elementy, jakie powinny znaleźć się na stronie, to:
- dane adresowe,
- podstawowe informacje o bibliotece i jej strukturze,
- godziny dostępności dla użytkowników,
- regulamin organizacyjny i regulamin korzystania ze zbiorów,
- informacja o zbiorach i profilu biblioteki,
- wykaz nowości,
- katalog elektroniczny,
- wykaz prenumerowanych czasopism,

– wykaz baz danych zarówno zewnętrznych, jak i tworzonych przez bibliotekę,

– linki do innych serwisów i stron WWW,

– interfejs w językach obcych,

– informacja o ostatniej aktualizacji[2].

Ważne jest, aby strona internetowa była łatwa w obsłudze, użyteczna i aktualna, a także wykonana z należytą starannością i w zgodzie ze standardami.

Pierwszym elementem, na który należy zwrócić uwagę, jest strona główna, która:

– nie powinna być przeładowana treścią, ale prezentować jedynie najważniejsze informacje, zachęcając do dalszej eksploracji;

– powinna wyróżniać kluczowe podstrony, aby użytkownik nie musiał się zbytnio zagłębiać w jej strukturę, by dotrzeć do najczęściej poszukiwanych treści i funkcji;

– powinna mieć prostą, przejrzystą oraz intuicyjną konstrukcję;

– powinna zapewniać łatwy dostęp do informacji kontaktowych, a także o godzinach otwarcia, lokalizacji itp.;

– nie powinna zawierać elementów reklamowych ani poruszających się, ani też niezgodnych z profilem instytucji[3].

Kolejnym ważnym elementem jest nawigacja:

– wszystkie strony i podstrony powinny otwierać się w tym samym interfejsie, aby użytkownik nie miał poczucia zagubienia albo opuszczenia strony biblioteki;

– kluczowe podstrony powinny być wyróżnione w nagłówku strony lub w głównym menu, natomiast aktualna lokalizacja powinna być wyróżniona graficznie, aby użytkownik wiedział, w jakim miejscu w strukturze witryny obecnie się znajduje;

– logo i nazwa biblioteki powinny być umieszczone w widocznym miejscu i stanowić odnośnik do strony głównej;

– katalog OPAC powinien otwierać się w tej samej karcie i wyglądem nawiązywać do strony WWW biblioteki[4].

---

[2] M. Płonka, H. Turaj, *Biblioteki w internecie. Audyt użyteczności serwisów bibliotecznych*, Kraków 2010, http://www.biblioteki.org/repository/PLIKI/WIADOMOSCI/NOWOCZESNE%20TECHNOLOGIE/audyt_Biblioteki_WWW.pdf, 20.10.2013.

[3] *Tamże*.

[4] *Tamże*.

Istotnym zagadnieniem jest również sposób prezentacji treści na stronie. Należy przy tym pamiętać o kilku ważnych zasadach:

– konstrukcja sekcji z aktualnościami powinna być przejrzysta i nieprzeładowana treścią;

– bloki krótkiego tekstu opatrzone grafiką są łatwiejsze do przyswojenia i przeglądania niż duże bloki samego tekstu;

– grafika podnosi atrakcyjność witryny, ale jej nadmiar może zniechęcić do dalszego eksplorowania strony;

– treści zamieszczone na stronie powinny być prezentowane spójnie i oszczędnie, za pomocą jednolitej czcionki i formatowania;

– konieczne jest zastosowanie odpowiedniego kontrastu pomiędzy tekstem a tłem oraz odpowiedniej interlinii;

– dłuższe teksty powinny być podzielone na krótsze akapity;

– linki w tekście powinny być wyróżnione kolorem lub podkreśleniem;

– aktualności i wpisy powinny być oznaczone datami, a stronę należy stale aktualizować;

– sekcja „kontakt" powinna być zamieszczona w widocznym miejscu, zawierać wszystkie istotne dane dotyczące lokalizacji i godzin otwarcia biblioteki[5].

Właściwe rozmieszczenie elementów na stronie WWW

[5] *Tamże.*

Podobne zasady tworzenia stron internetowych przytaczają również inni autorzy. Robin Williams w książce *Projektowanie stron WWW: jak to zrobić* także wyróżnia takie cechy, jak: wyrównanie, bliskość, powtórzenia czy kontrast, które są niezbędne przy prawidłowym projektowaniu stron WWW[6].

Ważne i przywoływane przez specjalistów jest również trzymanie się pewnych konwencji. Z wielu studiów na temat funkcjonalności wynika wniosek, że najlepiej sprawdzają się witryny, które stosują się do konwencji znanych użytkownikom z innych odwiedzanych przez nich stron WWW[7].

Warto również podkreślić cechy, jakie dyskwalifikują stronę i powodują, że jest ona nieprzyjazna dla użytkownika. Wśród nich wyróżnia się:

– używanie niedziałających odnośników,

– dużo szybkich, powtarzających się animacji i nagrań wideo,

– odtwarzanie w pętli krótkich fragmentów głośnej, irytującej muzyki,

– stosowanie wielu różnych kolorów, kompozycji i niekorespondujących ze sobą motywów na stronie głównej i w całej witrynie,

– używanie czcionek w kolorze słabo odróżniającym się od tła,

– stosowanie odnośników niezwiązanych z głównym tematem witryny,

– błędy gramatyczne i ortograficzne.

Tworzenie stron WWW i ich projektowanie to zadanie wymagające pewnych umiejętności i specjalistycznego oprogramowania. Zajmują się tym głównie profesjonalne firmy, które tworzą witryny internetowe, a także dbają o ich właściwe funkcjonowanie. Usługa taka jest jednak dosyć kosztowna, dlatego też biblioteki często same tworzą swoje witryny, wykorzystując darmowe serwisy i szablony oraz korzystając z pomocy wolontariuszy bądź innych instytucji dysponujących doświadczeniem w tym zakresie.

Coraz częściej zdarza się, że biblioteki wybierają prowadzenie blogu zamiast klasycznego serwisu WWW. Blog może stanowić ciekawą i atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnej strony, jednak należy pamiętać o pewnych ograniczeniach i narzuconych przez platformy blogowe rozwiązaniach, które mogą utrudnić korzystanie z blogu

[6] R. Williams, *Projektowanie stron WWW: jak to zrobić*, Gliwice 2004, s. 105-123.

[7] J. Nielsen, *Funkcjonalność stron WWW: 50 witryn bez sekretów*, Gliwice 2003, s. 61.

przez użytkowników. Wybierając platformę, należy zwrócić uwagę na kilka istotnych kwestii.

Po pierwsze, warto sprawdzić, do jakiego stopnia można dostosować proponowany szablon do potrzeb biblioteki (manipulowanie elementami nawigacji, zmiana układu poszczególnych sekcji, dodawania takich elementów jak np. katalog). Po drugie, należy wybrać taką platformę, która nie narzuca elementów takich jak wyskakujące okna i reklamy lub elementy te nie są w znaczący sposób inwazyjne (reklamy nie są zlokalizowane w nagłówku, ale w stopce lub bocznym menu). Po trzecie, zamieszczanie nowych treści powinno być łatwe, a dodawanie i dostosowywanie treści niestandardowych, takich jak grafika czy multimedia, możliwe i nieskomplikowane[8].

Strona internetowa w swojej podstawowej formie jest komunikatem jednokierunkowym. Biblioteki lub inne instytucje przekazują za jej pośrednictwem informacje o sobie, swoich zasobach, organizowanych przez siebie wydarzeniach itp. Pierwotnie uzyskanie interakcji z użytkownikiem było niemożliwe, jednakże po roku 2004 upowszechniły się narzędzia zwane Web 2.0.

Tak zwany Internet drugiej generacji stał się innym, nowym sposobem na wykorzystanie dotychczasowych zasobów Internetu. Filozofia Web 2.0 mówi o interakcji pomiędzy właścicielami serwisów internetowych a ich użytkownikami poprzez oddanie możliwości tworzenia treści w ręce użytkowników. W tym duchu rozwinęły się serwisy społecznościowe, liczne aplikacje pozwalające na bezpośredni kontakt w świecie wirtualnym (czaty, komunikatory) oraz blogosfera.

W 2006 roku Jack M. Maness wydał artykuł[9], w którym zastosowano nowy termin: biblioteka 2.0. Sformułowane przez niego założenia teoretyczne obejmują cztery podstawowe elementy. Biblioteka 2.0:

– jest skoncentrowana na użytkowniku,
– oferuje doświadczenia o charakterze multimedialnym,
– tworzy kapitał społeczny,
– jest innowacyjna społecznie[10].

[8] M. Płonka, H. Turaj, *Biblioteki w internecie…*, *art. cyt.*

[9] J.M. Maness, *Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries*, „Webology" 3,2 (2006) June.

[10] A. Koszowska, *Jack Maness o teorii Biblioteki 2.0 oraz o tym, co Web 2.0 oznacza dla bibliotek*, „Biuletyn EBIB" 85,4 (2007) maj, http://www.ebib.info/2007/85/a.php?koszowska, 30.10.2013.

Biblioteka 2.0 stosuje nowoczesne usługi i narzędzia komunikacyjne synchroniczne i asynchroniczne do komunikowania się z użytkownikami. Są to: komunikatory *instant messaging*, media strumieniowe, blogi, wiki, serwisy społecznościowe, kanały RSS, tagowanie i mash-upy, łączące w sobie kilka różnych narzędzi. Ponadto użytkownicy tej nowoczesnej biblioteki aktywnie uczestniczą w tworzeniu bibliotecznych zasobów i usług za pomocą interaktywnych technologii i narzędzi Web 2.0 stosowanych w bibliotecznych serwisach WWW, stworzonych dla ich potrzeb i zgodnie z ich wymaganiami[11].

Nowy standard komunikacji biblioteki z użytkownikami, nawiązywanej i utrzymywanej w przestrzeni wirtualnej, przejawia się w szczególności w postaci tworzonych w wielu bibliotekach serwisach typu *virtual reference* – „Zapytaj bibliotekarza". Serwisy te umożliwiają użytkownikowi zadanie pytania za pomocą różnych narzędzi, synchronicznych i asynchronicznych (czat, wideokonferencja, VoIP, e-mail, komunikatory, formularze zapytań itp.), jak też otrzymania kompleksowej, szybkiej i fachowej odpowiedzi od dyżurującego bibliotekarza.

Użytkownik komunikuje się z biblioteką już nie tylko za pomocą komputera, ale również za pośrednictwem urządzeń mobilnych, takich jak smartfony czy tablety.

Serwis *Ask a librarian* Biblioteki Uniwersyteckiej w Poznaniu

[11] *Tamże.*

Wykorzystywanie przez biblioteki nowoczesnych technologii i narzędzi w znaczący sposób wpływa na ich pozytywny wizerunek. Darmowe i powszechnie dostępne aplikacje są doskonałym narzędziem promocji zasobów, usług i samej biblioteki.

Dalszą ewolucję Internetu określa się jako Web 3.0. Narzędzia wykorzystujące Internet trzeciej generacji (tzw. sieć semantyczna) również są już wykorzystywane przez biblioteki. Sieć semantyczna jest to inteligentna i ucząca się pajęczyna informacji, komunikująca się z użytkownikiem za pomocą języka naturalnego. Jej funkcjonowanie opiera się na założeniach tzw. sztucznej inteligencji.

Jednym z narzędzi Web 3.0 wykorzystywanym przez niektóre biblioteki jest tzw. wirtualny doradca (chatbot) – wyposażony w sztuczną inteligencję awatar, którego zadaniem jest odpowiadanie w czasie rzeczywistym na proste zapytania użytkowników wyrażone w języku naturalnym.

Tego typu awatary wykorzystywane są m.in. przez Bibliotekę Uniwersytecką (chatbot Stella) i Bücherhallen (chatbot Ina) w Hamburgu. Mogą one pełnić różne funkcje:

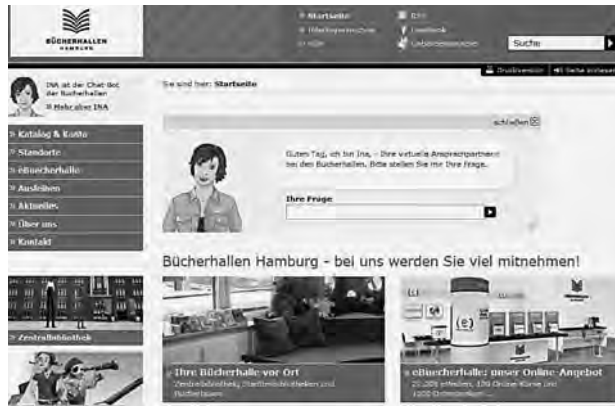
– obsługują czat z użytkownikami, gdy pracownik jest niedostępny,

– zapraszają użytkownika, wprowadzają do systemu,

– opisują zasoby i usługi, pomagają w wypełnianiu formularzy i kwestionariuszy,

– uzgadniają terminy, przyjmują zgłoszenia, badają oczekiwania i satysfakcję użytkowników.

Chatbot Stella Biblioteki Uniwersyteckiej w Hamburgu



Chatbot Ina Bücherhallen w Hamburgu

Ze wszystkich osiemdziesięciu czterech instytucji zrzeszonych w Federacji FIDES (według listy na stronie FIDES[12]) ponad połowa deklaruje posiadanie strony WWW. Analiza stron członków federacji wykazała, że wiele stron nie działało lub odsyłało do strony niebędącej stroną biblioteki. Część instytucji z owej listy ma stronę internetową mimo braku takiej informacji na stronie FIDES. Wśród pięćdziesięciu czterech działających stron poziom zastosowania wyżej podanych wytycznych jest różny. Instytucje, których strony wyróżniają się formą i funkcjonalnością, to m.in.: Biblioteka Archidiecezjalnego Wyższego Seminarium Duchownego Archidiecezji Białostockiej, Biblioteka Teologiczna Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Biblioteka Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Opolskiego, Biblioteka Diecezjalna w Sandomierzu, Biblioteka Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Biblioteka Papieskiego Wydziału Teologicznego i Metropolitalnego Wyższego Seminarium Duchownego we Wrocławiu, a także strona samej Federacji FIDES.

Niestety, wiele stron jest przygotowanych niedbale, treści nie są na bieżąco aktualizowane, a na niektórych brak chociażby podstawowych danych kontaktowych lub informacji o zasadach korzystania ze zbiorów i godzin otwarcia. Takie strony nie tylko nie spełniają swojej podstawowej funkcji promocyjnej, ale mogą stanowić również swoistą antyreklamę instytucji macierzystej.

[12] Mapa bibliotek należących do Federacji Bibliotek Kościelnych FIDES, http://popotam.pl/mapa-fides.html, 20.02.2014.

Wszystkie wyżej wymienione narzędzia i usługi mogą służyć promocji biblioteki, jej zasobów i działalności. Bibliotekarze powinni mieć świadomość ich istnienia, gdyż widoczność biblioteki w Internecie i wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom użytkowników jest koniecznością. Posiadanie sieciowej wizytówki reklamowej w postaci strony WWW jest sposobem zaznaczenia obecności w sieci choć w najmniejszym stopniu. Ważne jest jednak stosowanie przytoczonych zasad, które nawet prostej stronie wykonanej niskim nakładem kosztów pozwalają wyglądać schludnie i profesjonalnie.

LIBRARY WEBSITES AS A TOOL OF PROMOTION AND COMMUNICATION WITH THE USER

The paper discusses norms of creating library websites, with a particular reference to ecclesiastical libraries. Attention has been drawn to elements of interface and tools that provide information on collections and services and help promote library activities. The subject that received some treatment is Web 2.0 tools which serve communication with users in virtual space in real time. These include: communicators, chats, questionnaires. The article also describes the most recent trends in the development of digital tools based on the idea of third-generation internet.