

Edyta Kołodziejczyk
Biblioteka Politechniki Łódzkiej

E-wizerunek biblioteki – na przykładzie witryn internetowych łódzkich bibliotek szkół wyższych

Streszczenie: Podstawowym narzędziem kształtującym e-wizerunek biblioteki jest strona internetowa. Sposób, w jaki biblioteki, zwłaszcza naukowe, prezentują się w Internecie wywiera bezpośredni wpływ na to, jak są postrzegane i odbierane przez otoczenie zewnętrzne. Artykuł prezentuje analizę tego zagadnienia na przykładzie witryn internetowych łódzkich bibliotek szkół wyższych.

Słowa kluczowe: e-wizerunek, strony internetowe bibliotek, biblioteki szkół wyższych

Rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych w procesie kształcenia ma zasadniczy wpływ na sposób wyszukiwania informacji. Użytkownicy poszukując materiałów do pracy naukowej, coraz częściej przeglądają zasoby biblioteczne dostępne w Internecie. Internet to obecnie jedno z najważniejszych mediów elektronicznych, mających bezpośredni wpływ na kształtowanie e-wizerunku każdej instytucji w globalnej sieci. *E-wizerunek to obraz firmy w świadomości otoczenia, sposób, w jaki określony produkt czy usługa postrzegane są przez klientów*¹. Kształtuje on pewien obraz przedmiotu w oczach osób go oceniających. Często bowiem to pierwsze wrażenie decyduje o tym, czy odwiedzający naszą instytucję w wirtualnej rzeczywistości zdecydują się poświęcić nam więcej czasu i uwagi w świecie realnym.

Starannie zaprojektowana i opracowana strona internetowa może znacząco przyczynić się do wzmocnienia i utrwalenia już istniejącego wizerunku. Dlatego też biblioteki, zwłaszcza naukowe, powinny starać się budować w sieci jak najlepszy e-wizerunek, wykorzystując do tego celu własną witrynę internetową. Czy zatem biblioteki akademickie we właściwy sposób korzystają z tego narzędzia? Jakie elementy informacyjne zamieszczają pod własnym adresem WWW, a jakie w serwisie szkoły wyższej? W jakim kierunku powinny ewoluować strony internetowe bibliotek akademickich, aby móc sprostać oczekiwaniom potencjalnych użytkowników? Niniejszy artykuł stanowi próbę odpowiedzi na te pytania.

Informacje o bibliotekach na stronach WWW łódzkich szkół wyższych

W Łodzi istnieją obecnie 23 szkoły wyższe (sześć publicznych² i siedemnaście niepublicznych³). Z ustawowego obowiązku *w uczelni działa system biblioteczno-*

¹ *Strona WWW jako podstawowe narzędzie e-wizerunku* [on-line]. [Dostęp 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.biznesklaster.pl/company/article/104-strona-www-jako-podstawowe-narzedzie-e-wizerunku/>.

² Państwowe szkoły wyższe. *Biuletyn Informacji Publicznej* [on-line]. Urząd Miasta Łodzi [Dostęp 14.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://bip.uml.lodz.pl/index.php?str=495>.

³ *Rejestr uczelni niepublicznych i związków uczelni niepublicznych* [on-line]. Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego [Dostęp 14.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://polon.nauka.gov.pl/>. Analizą objęto witryny 17. uczelni niepublicznych w Łodzi, gdyż Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Łodzi została wykreślona z rejestru uczelni niepublicznych, a Wyższa Szkoła Marketingu i Biznesu jest w likwidacji.

informacyjny, którego podstawę stanowi biblioteka⁴. Zatem także w serwisie WWW szkoły wyższej powinna znajdować się informacja o bibliotece. Jednak nie zawsze tak jest. Z witryny akademickiej do biblioteki odsyła bezpośredni link „biblioteka”, a niekiedy linki pośrednie w działach lub w poddziałach.

W łódzkich szkołach wyższych:

- bezpośredni link „biblioteka” znajduje się na WWW dwunastu uczelni: Akademii Muzycznej im. Grażyny i Kiejstuta Bacewiczów, Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego, Uniwersytetu Łódzkiego, Uniwersytetu Medycznego, Wyższej Szkoły COSINUS, Wyższej Szkoły Finansów i Informatyki im. prof. Janusza Chechlińskiego, Wyższej Szkoły Informatyki, Wyższej Szkoły Kosmetyki i Nauk o Zdrowiu, Wyższej Szkoły Kupieckiej, Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Wyższej Szkoły Studiów Międzynarodowych, Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa,
- linki pośrednie zamieściło siedem uczelni: Politechnika Łódzka (Linki), Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna im. Leona Schillera (Uczelnia – Jednostki ogólnouczelniane), Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna (Dla studenta), Społeczna Akademia Nauk z siedzibą w Łodzi, dawniej: Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, Wyższa Szkoła Edukacji Zdrowotnej i Nauk Społecznych (Godziny pracy), Wyższa Szkoła Sztuki i Projektowania (Kontakt), Wyższa Szkoła Zawodowa Łódzkiej Korporacji Oświatowej (Dla studenta),
- brak linku do biblioteki ze stron czterech uczelni: Salezjańskiej Wyższej Szkoły Ekonomii i Zarządzania, Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu, „Wschód-Zachód” Szkoły Wyższej im. Henryka Józwiaka, Wyższej Szkoły Sportowej im. Kazimierza Górskiego.

Elementy informacyjne na stronach internetowych łódzkich bibliotek szkół wyższych, umieszczane pod własnym adresem WWW oraz w serwisie uczelni

W styczniu 2012 r. przeanalizowano elementy informacyjne na stronach internetowych 19. bibliotek szkół wyższych w Łodzi. Sześć bibliotek zamieściło je pod własnym adresem WWW, a 13 w serwisie uczelni.

Tab. 1. Wykaz łódzkich bibliotek szkół wyższych, zamieszczających elementy informacyjne pod własnym adresem WWW oraz w serwisie uczelni.

Biblioteki łódzkich szkół wyższych, zamieszczające elementy informacyjne	
Pod własnym adresem WWW:	W serwisie uczelni:
1. Biblioteka Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej	1. Biblioteka Akademii Muzycznej im. Grażyny i Kiejstuta Bacewiczów
2. Biblioteka Akademii Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego	2. Biblioteka Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera

⁴ Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym. Dz.U. 2005 nr 164, poz. 1365, z późn. zm. [on-line]. [Dostęp 16.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://nauka.gov.pl/fileadmin/user_upload/szkolnictwo/Reforma/20110523_USTAWA_z_dnia_27_lipca_2005.pdf.

3. Biblioteka Politechniki Łódzkiej	3. Biblioteka Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi
4. Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego	4. Biblioteka Wyższej Szkoły COSINUS
5. Biblioteka Uniwersytetu Medycznego	5. Biblioteka Wyższej Szkoły Edukacji Zdrowotnej i Nauk Społecznych
6. Biblioteka Wyższej Szkoły Pedagogicznej	6. Biblioteka Wyższej Szkoły Finansów i Informatyki im. prof. Janusza Chechlińskiego
	7. Biblioteka Wyższej Szkoły Informatyki
	8. Biblioteka Wyższej Szkoły Kosmetyki i Nauk o Zdrowiu
	9. Biblioteka Wyższej Szkoły Kupieckiej
	10. Biblioteka Wyższej Szkoły Studiów Międzynarodowych
	11. Biblioteka Wyższej Szkoły Sztuki i Projektowania
	12. Biblioteka Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa
	13. Biblioteka Wyższej Szkoły Zawodowej Łódzkiej Korporacji Oświatowej

Źródło: opracowanie własne

Biblioteki posiadające własny adres WWW, umieszczają na stronie informacje ogólne, szczegółowe, narzędzia pomocnicze, wybrane kanały komunikacyjne oraz narzędzia dodatkowe. Informacje ogólne zawierają dane lokalizacyjne i kontaktowe, takie jak godziny i dni otwarcia, numery telefonów, adres e-mail, mapkę dojazdu. Informacje szczegółowe obejmują działy podstawowe (o bibliotece, zasoby biblioteczne) wraz z ich poddziałami oraz dział aktualności. Narzędzia pomocnicze uwzględniają mapę strony, wirtualny przewodnik, wyszukiwarkę wewnętrzną, pliki do pobrania w formacie pdf, ppt lub doc. Dodatkowo dostępne są zwykle: adres webmastera, data ostatniej aktualizacji oraz licznik odwiedzin.

Najczęściej wybierane przez biblioteki kanały komunikacyjne to: Blip, Blog, Facebook, Forum dyskusyjne, Gadu-gadu, Lista dyskusyjna, Newsletter, Skype, Twitter.

Tab. 2. Wykaz elementów informacyjnych na stronach łódzkich bibliotek, posiadających własny adres WWW.

Wykaz elementów informacyjnych	BPŁ	BUŁ	BGUM	BASP	BAHE	BWSP
Informacje ogólne / dane kontaktowe:						
Adres e-mail	G	G	D	D	G	G
Lokalizacja	G	G	D	D	G	G
Mapka dojazdu	D	X	D	X	X	D
Numery telefonów	G	G	D	D	G	G
Informacje szczegółowe w działach:						
Aktualności	G	G	G	G	G	G
O bibliotece	G	G	G	G	G	G
Zasoby biblioteczne	G	G	G	G	G	G
Narzędzia pomocnicze:						
Ankieta	X	X	X	X	X	D
Biuletyn	X	G	X	X	X	X
Mapa strony	G	X	X	G	X	X
Pliki do pobrania	G	G	X	X	G	G
Prezentacja biblioteki	X	D	X	X	X	D
Szkolenia	G	G	G	X	X	G

Wyszukiwarka wewnętrzna	G	X	G	G	X	X
Wybrane kanały komunikacyjne:						
Blog	G	X	X	X	X	G
Facebook	G	G	X	X	X	G
FAQ ⁵	G	X	X	G	X	G
Forum dyskusyjne	G	X	X	X	X	X
Gadu-gadu	X	G	X	X	X	X
Lista dyskusyjna	G	X	X	X	X	X
Napisz do biblioteki	X	G	X	X	X	X
Newsletter	G	G	X	X	X	G
RSS	G	X	X	X	X	X
Zaproponuj książkę	X	G	X	X	X	X
Informacje dodatkowe:						
Adres webmastera	G	G	G	G	X	G
Data ostatniej aktualizacji	G	X	X	X	G	X
Licznik odwiedzin	G	G	X	X	G	X

Źródło: opracowanie własne

Legenda:

G – informacja obecna na stronie głównej; **D** – informacja dostępna w działach; **X** – brak danych.

BPL – Biblioteka Politechniki Łódzkiej, BUŁ – Biblioteka Uniwersytetu Łódzkiego,

BGUM – Biblioteka Główna Uniwersytetu Medycznego,

BASP – Biblioteka Akademii Sztuk Pięknych,

BAHE – Biblioteka Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej,

BWSP – Biblioteka Wyższej Szkoły Pedagogicznej.

Witryny bibliotek w serwisach WWW szkół wyższych zawierają zarówno elementy informacyjne własne, jak i przejęte ze strony uczelni. W pierwszej kategorii znajdują się informacje ogólne oraz szczegółowe, a także narzędzia pomocnicze; w drugiej – działy bezpośrednio związane z uczelnią (np. o uczelni, rekrutacja, studia), wybrane kanały komunikacyjne i narzędzia dodatkowe.

Tab. 3. Wykaz elementów informacyjnych własnych, umieszczanych przez biblioteki w serwisach WWW łódzkich szkół wyższych.

Wykaz elementów informacyjnych	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Informacje ogólne / dane kontaktowe:													
adres e-mail	D	G	G	G	X	X	G	X	G	X	G	G	X
lokalizacja	G	X	G	G	X	X	G	G	X	G	X	G	X
numer telefonu	D	D	G	G	X	G	G	X	G	X	G	G	X
Informacje szczegółowe w działach:													
aktualności	X	X	X	X	X	X	D	X	X	X	X	X	X
o bibliotece:													
godziny otwarcia	G	D	G	G	D	G	G	G	G	G	G	G	X
krótka historia biblioteki	X	X	G	G	X	X	X	X	X	X	X	G	G
regulamin	X	D	G	G	X	X	X	X	X	X	X	G	G
skład osobowy	D	D	X	X	X	X	X	X	X	X	X	G	X
struktura organizacyjna	D	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
zasoby biblioteczne:													
bazy danych	G	G	G	X	X	X	D	X	X	X	X	G	G
katalog komputerowy	G	G	G	G	X	X	D	X	X	X	X	G	X
komputerowy katalog kartkowy	G	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

⁵ FAQ. W: *Wikipedia – wolna encyklopedia* [on-line]. [Dostęp 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://pl.wikipedia.org/wiki/FAQ>.

nowości książkowe	X	X	X	X	X	X	X	D	G	X	X	X	X	G
Narzędzia pomocnicze:														
przydatne linki	X	X	X	X	X	X	X	D	X	X	X	X	X	X
wirtualny przewodnik	X	X	X	X	X	X	X	D	X	X	X	X	X	X

Źródło: opracowanie własne

Legenda:

G – informacja obecna na stronie głównej; **D** – informacja dostępna w działach;

X – brak danych.

1 – Biblioteka Akademii Muzycznej, **2** – Biblioteka Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej, **3** – Biblioteka Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi, **4** – Biblioteka Wyższej Szkoły COSINUS, **5** – Biblioteka Wyższej Szkoły Edukacji Zdrowotnej i Nauk Społecznych, **6** – Biblioteka Wyższej Szkoły Finansów i Informatyki, **7** – Biblioteka Wyższej Szkoły Informatyki, **8** – Biblioteka Wyższej Szkoły Kosmetyki i Nauk o Zdrowiu, **9** – Biblioteka Wyższej Szkoły Kupieckiej, **10** – Biblioteka Wyższej Szkoły Studiów Międzynarodowych, **11** – Biblioteka Wyższej Szkoły Sztuki i Projektowania, **12** – Biblioteka Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa, **13** – Biblioteka Wyższej Szkoły Zawodowej Łódzkiej Korporacji Oświatowej.

Podsumowanie

Na podstawie zebranych danych można zauważyć, że biblioteki za pośrednictwem własnej witryny realizują różnorodne formy aktywności. Najpopularniejsze z nich to: wysyłanie bezpłatnego newslettera, prowadzenie bloga, udział w forach i listach dyskusyjnych, redagowanie gazetek, tworzenie prezentacji na potrzeby zajęć z przysposobienia bibliotecznego, redagowanie stron bibliotecznych w serwisach społecznościowych, organizowanie szkoleń i kursów, opracowywanie informacji o zasobach edukacyjnych Internetu.

Z kolei aktywność bibliotek w serwisie szkoły wyższej jest niewielka i sprowadza się głównie do umieszczenia podstawowych danych o samej bibliotece. Dlatego biblioteki szkół wyższych powinny starać się kreować swój e-wizerunek za pośrednictwem własnej strony WWW. Dysponowanie samodzielną witryną internetową może przynieść korzyści nie tylko bibliotece, ale przede wszystkim użytkownikom. Na przykład:

1. Biblioteka ma większe możliwości:

- prezentacji swojej oferty szerokiej społeczności akademickiej,
- poszerzenia grona użytkowników,
- promocji zasobów i usług,
- prowadzenia działań marketingowych,
- zwrócenia uwagi władz uczelni na swoje potrzeby,
- dostosowania przedstawionych treści do wymagań potencjalnych użytkowników,
- zaistnienia w mediach społecznościowych (np. Facebooku czy You Tubie).
- rozwijania działalności edukacyjnej (e-learning).

2. Użytkownicy mogą:

- dotrzeć do jak największej liczby źródeł w jak najkrótszym czasie,
- śledzić na bieżąco zmiany zachodzące w bibliotece,
- korzystać z dostępów promocyjnych i testowych do zasobów elektronicznych,
- za pomocą komunikatorów internetowych:
 - prowadzić dialog z bibliotekarzem,

- wyrażać opinię na temat prezentowanych treści,
- uzyskać pomoc bibliotekarza,
- otrzymać odpowiedź na najczęściej zadawane pytania (FAQ).

Dziś utworzenie witryny w Internecie nie jest już tak skomplikowane. Wystarczy do tego celu wykorzystać np. system CMS (ang. *Content Management System*), czyli system zarządzania treścią. *Jest to aplikacja internetowa lub ich zestaw, pozwalająca na łatwe utworzenie serwisu WWW oraz jego późniejszą aktualizację i rozbudowę*⁶. Projektując własną stronę, a później także nią zarządzając, należy prowadzić działania wizerunkowe. Szata graficzna powiązana z profilem biblioteki, łatwość nawigacji oraz przystępny sposób przekazywania informacji powinny stanowić klucz do stworzenia efektywnego e-wizerunku.

Michał Łebkowski, Dyrektor Generalny Centrum Nowej Technologii, w swojej książce *E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie* pisze: *strona WWW może mieć największy wpływ na wizerunek firmy, ponieważ nie narzucając się klientowi (tak jak robi to np. natarczywy sprzedawca), informuje go o każdej rzeczy, o jaką ten chce się dowiedzieć, oczywiście pod warunkiem, że jest na niej dużo, często aktualizowanych newsów o firmie oraz produktach czy usługach*⁷. Dzięki częstej aktualizacji witryna internetowa biblioteki akademickiej powinna wzbudzać zainteresowanie i „przyciągać” nowych użytkowników, którzy w ten sposób zachęceni będą starali się spędzać więcej czasu w samej bibliotece. Kampania wizerunkowa biblioteki to nie tylko częsta aktualizacja danych. To również staranny dobór różnorodnych źródeł informacji, usług i narzędzi komunikacyjnych oraz dbałość o widoczność naszej instytucji w serwisach społecznościowych⁸.

Komentując wyniki badań na temat wizerunku firm w Internecie, Michał Łebkowski stwierdził, że *prawie 60% osób korzystających z Internetu postrzega firmy przez pryzmat ich stron WWW, a dla ponad 92,5% internautów wizerunek firmy ma wpływ na to, czy skorzysta się z jej usług*⁹. To, jak prezentujemy się w Internecie, wiele o nas mówi. Obecność w sieci staje się jednym z najważniejszych wyznaczników e-wizerunku. Starannie zaprojektowana i często aktualizowana strona internetowa biblioteki akademickiej oraz zaangażowanie na serwisach społecznościowych to niezbędne minimum potrzebne do budowania pozytywnego e-wizerunku.

⁶ System zarządzania treścią. W: *Wikipedia – wolna encyklopedia* [on-line]. [Dostęp 25.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/System_zarządzania_treścią/.

⁷ ŁEBKOWSKI, M. E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie. W: *Onepress Helion SA* [on-line]. 2012 [Dostęp 26.01.2012], s. [17]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.structum.pl/czytelnia/E-wizerunek-Internet-jako-narzedzie-kreowania-image-u-w-biznesie.pdf>.

⁸ Zob. też: KOŁODZIEJCZYK, E. Strony WWW dwudziestu najlepszych bibliotek uczelni akademickich w kraju w 2011 r. – próba analizy. *Biuletyn EBIB* [on-line]. 2012, nr 1 (128) [Dostęp 10.03.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.nowyebib.info/biuletyn/numer-128-spis/903-ebib-12012-1287>. ISSN 1507-7187.

⁹ Wyniki badania na temat wizerunku w Internecie. W: *PRportal.pl* [on-line]. [Dostęp 20.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://prportal.pl/2009/02/25/wyniki-badania-na-temat-wizerunku-w-internecie/>.

Bibliografia

1. ŁEBKOWSKI, M. *E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie* [on-line]. Gliwice: Wydaw. Helion, 2009, s. 1-27. [Dostęp 21.01.2012]. ISBN 978-83-246-2185-9. Dostępny w World Wide Web: <http://www.structum.pl/czytelnia/E-wizerunek-Internet-jako-narzedzie-kreowania-image-u-w-biznesie.pdf>.
2. OKONEK, P. *Wizerunek firmy w sieci - jak kreować i zarządzać marką w Internecie?* [on-line]. Warszawa: Wydaw. Polska agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), 2010 [Dostęp 21.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: http://www.web.gov.pl/g2/big/2010_04/f04ee99ec58388dbabefe3aa16f86e54.pdf.
3. *Strona WWW jako podstawowe narzędzie e-wizerunku* [on-line]. [Dostęp 15.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.biznesklaster.pl/company/article/104-strona-www-jako-podstawowe-narzedzie-e-wizerunku>.
4. Wyniki badania na temat wizerunku w Internecie. W: *PRportal.pl* [on-line]. [Dostęp 20.01.2012]. Dostępny w World Wide Web: <http://prportal.pl/2009/02/25/wyniki-badania-na-temat-wizerunku-w-internecie>.

Kołodziejczyk, E. E-wizerunek biblioteki – na przykładzie witryn internetowych łódzkich bibliotek szkół wyższych. W: *Biuletyn EBIB* [online] 2012, nr 3 (130), *Bibliometria w bibliotekach* [Dostęp: 21.04.2012] Dostępny w World Wide Web: http://www.nowyebib.info/images/stories/numery/130/130_kolodziejczyk.pdf. ISSN 1507-7187.