

STRONY INTERNETOWE POLSKICH GMIN

Ewa PRAŁAT

Streszczenie: Polskie gminy wykorzystują swe witryny internetowe przede wszystkim w celach informacyjnych, promocyjnych oraz znacznie rzadziej – do umożliwienia swym mieszkańcom załatwiania niektórych spraw urzędowych. W pracy zaprezentowano znaczenie witryny internetowej w kreowaniu wizerunku gmin. Wskazano też grupy odbiorców charakteryzujące się zapotrzebowaniem na odmienne informacje. Ponadto przedstawiono i omówiono kryteria, które w swych badaniach stosowali różni autorzy analizujący wygląd i zawartość witryn internetowych gmin.

Słowa kluczowe: strona internetowa, serwis gminy, kryteria oceny, promocja.

1. Informatyzacja polskich gmin

Zagadnienie dostępu do informacji publicznej zostało poruszone już w Konstytucji uchwalonej w 1997 roku – zapisano w niej, że „Obywatel ma prawo do uzyskiwania informacji o działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne.” Prawo to obejmowało między innymi dostęp do dokumentów. W 2001 roku została ogłoszona Ustawa o dostępie do informacji publicznej, która określiła zakres przedmiotowy i podmiotowy dostępu do tej informacji oraz wskazała trzy jego tryby. Jednym z nich jest ogłaszanie informacji publicznych w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP).

W 2009 roku opublikowano raport [1] z badań ilościowych dotyczących poziomu informatyzacji urzędów gmin w Polsce w roku 2008. Już wtedy stroną Biuletynu Informacji Publicznej miały niemal wszystkie urzędy – 99,9%, natomiast własną stroną internetową posiadało 92,8% urzędów gmin. Najlepiej wypadły województwa lubuskie i opolskie, w których wszystkie urzędy gmin miały swe strony. Najgorzej sytuacja wyglądała w województwie łódzkim, w którym własną stroną mogło się pochwalić mniej niż 80% urzędów gmin.

We wspomnianym raporcie omówiono także poziom udogodnień i usług dostępnych przez Internet dla interesantów. Uzyskane wyniki zaprezentowane zostały w tabeli 1. Niemal wszystkie (96,9%) urzędy udostępniały na swych witrynach informacje przydatne obywatelom przy załatwianiu różnych spraw. Z kolei 78,4% urzędów gmin zamieszczało na swych stronach formularze do pobierania. Ponad dwukrotny wzrost w porównaniu do wyników z 2007 roku stwierdzono w przypadku możliwości odsyłania pobranych formularzy – pozwalały na to strony, aż 20,6% urzędów. Załatwianie całości spraw wyłącznie drogą elektroniczną umożliwiało w 2008 roku 6,9% stron internetowych urzędów, a rok wcześniej było to zaledwie 1,6%. Liderem było tu województwo zachodniopomorskie, w którym niemal co piąty urząd pozwalał na takie działanie. Na kolejnych pozycjach znalazły się województwa opolskie i śląskie (odpowiednio około 16 i 13%). Najgorzej wypadło województwo podkarpackie (nieco ponad 1%).

Tab. 1. Odsetek urzędów gmin oferujących interesantom poszczególne udogodnienia i usługi przez Internet w 2008 roku [1]

Udogodnienia i usługi dostępne przez Internet dla interesantów	Urzędy gmin
Uzyskiwanie informacji	96,9%
Pobieranie formularzy	78,4%
Odsyłanie wypełnionych formularzy przez Internet	20,6%
Załatwiani całości spraw urzędowych wyłącznie przez Internet	6,9%
Składanie ofert dotyczących zamówień publicznych	6,4%
Żadne z powyższych	2,5%

Jeśli chodzi o składanie ofert dotyczących zamówień publicznych, to pozwalało na takie działanie 6,4% urzędów gmin. Wersję inną niż polskojęzyczną udostępniało nieco mniej niż 20% urzędów gmin. Najpopularniejszymi językami były angielski i niemiecki, znacznie mniej powszechne były strony w językach: rosyjskim, francuskim i czeskim.

2. Wygląd i zawartość stron internetowych gmin

Jak już wspomniano Ustawa o dostępie do informacji publicznej narzuca gminnym jednostkom administracji obowiązek publikowania określonych informacji w BIP. Jak wynika z zaprezentowanych powyżej liczb, przeważająca większość gmin posiada również swe strony internetowe. Problemem jest jednak właściwe wykorzystanie możliwości oferowanych przez taką witrynę.

Brak jest jakichkolwiek wytycznych dotyczących wyglądu i zawartości stron internetowych, a gminy mają pełną swobodę przy ich tworzeniu. W związku z powyższym witryny poszczególnych gmin prezentują bardzo różny poziom, zarówno pod względem treści, jak i wyglądu. Za wyjątkiem wrywkowych zazwyczaj badań, nie dokonuje się oceny serwisów gmin w oparciu o jednolite kryteria, co powoduje, że niemożliwe jest zastosowanie benchmarkingu, czyli porównania z najlepszymi [2] i zidentyfikowania obszarów, w których dana gmina powinna wprowadzić na swej witrynie zmiany. Często administratorzy stron internetowych poszczególnych samorządów mogą nawet nie zdawać sobie sprawy z tego, jak ich serwisy są odbierane przez odbiorców.

Dobłą praktyką jest to, aby przed przystąpieniem do tworzenia lub modyfikacji zawartości strony sformułować cele, jakie ma ona spełniać oraz określić mierniki, za pomocą których będzie badany poziom realizacji tych celów. Przykładowe cele stawiane przed serwisem gminy zaprezentowano w tabeli 2.

Strona internetowa powinna funkcjonować w dwóch płaszczyznach: prezentacyjnej i informacyjnej [3]. Zadaniem pierwsze jest wskazanie różnych walorów i atrakcji turystycznych danego regionu, a druga przedstawia praktyczne informacje (sposób podróżowania po regionie, jego baza noclegowa). Strona internetowa umożliwia jednostce terytorialnej przekazanie w krótkim czasie informacji o nowych inwestycjach, wydarzeniach kulturalnych czy przetargach. Warto zaznaczyć, że strona internetowa to również bardzo skuteczna i szybka forma pozyskiwania informacji, szczególnie pochodzących od mieszkańców danego regionu (czaty, fora).

Tab. 2. Cele serwisu internetowego gminy i mierniki ich realizacji [3]

Cele serwisu	Mierniki ich realizacji
Kształtowanie wizerunku	Opinie o serwisie, badanie oceny wizerunku samorządu
Informowanie	Liczba użytkowników odwiedzających stronę, czas przebywania na stronie
Realizacja zadań	Liczba wypełnionych wniosków online
Budowanie relacji	Liczba osób zapisanych do elektronicznego biuletynu samorządu, liczba pobranych kanałów RSS oraz liczba osób powracających do serwisu
Integrowanie użytkowników (budowanie społeczności)	Liczba użytkowników aktywnie wypowiadających się na forach i stronach samorządu, ilość komentarzy pod artykułami, liczba chętnych do wzięcia udziału w badaniach ankietowych

Strony internetowe władz samorządowych mogą udostępniać także funkcje wirtualnego urzędu. Główny nacisk kładzie się na prezentowanie informacji na temat procedur obowiązkujących w urzędzie oraz na obsługę administracyjną za pośrednictwem Internetu. Działania te mają na celu ułatwienie załatwiania standardowych spraw oraz stworzenie przyjaznego wizerunku urzędu z perspektywy mieszkańców.

3. Wykorzystanie stron internetowych do kreowania wizerunku gminy

Zawartość i wygląd strony internetowych urzędów gmin jest bardzo zróżnicowana. Prócz prezentowania podstawowych informacji, które można znaleźć także w obowiązkowym BIP, większość gmin wykorzystuje swe witryny także (a często przede wszystkim) w celu budowania swego wizerunku. Strona internetowa jest odpowiednim miejscem na prowadzenie tego typu działań, gdyż oferuje szerokie możliwości, zarówno w zakresie doboru treści, które mają zostać zaprezentowane, jak i atrakcyjnego sposobu przedstawienia tych informacji. Ponadto niewielkim kosztem można dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców.

Budowa wizerunku gminy wiąże się z wysyłaniem komunikatów w dwóch różnych kierunkach [4]. Pierwszy z nich jest skierowany na zewnątrz – gmina zwraca się do potencjalnych turystów i ewentualnie do inwestorów – czyli osób mieszkających w innych częściach kraju (niekiedy przekaz kierowany jest nawet do mieszkańców innych państw, co wiąże się z koniecznością posiadania obcojęzycznych wersji witryny). Drugi kierunek – wewnętrzny – przeznaczony jest dla osób mieszkających lub pracujących na terenie gminy. Chodzi tu zarówno o przedsiębiorców i pracowników firm, jak i o osoby prywatne.

U poszczególnych grup odbiorców różne jest zapotrzebowanie na informacje, i tak:

- turyści korzystają z map, planów i galerii zdjęć; szukają informacji na temat tras i atrakcji turystycznych, miejsc noclegowych, imprez kulturalnych oraz sportowych,
- potencjalni inwestorzy zainteresowani są zazwyczaj informacjami na temat planów inwestycyjnych gminy, firm ulokowanych na jej terenie,
- przedsiębiorcy oraz pracownicy firm korzystają z informacji zamieszczanych w BIP, szukają też danych finansowych oraz planów inwestycyjnych,
- mieszkańcy gminy poszukują aktualności, informacji na temat imprez kulturalnych i sportowych, programów kin, teatrów, godzin pracy urzędów oraz sklepów; interesują się zamierzeniami inwestycyjnymi gminy, a także sposobem

wydatkowania publicznych środków finansowych; zainteresowani są również historią miejscowości i regionu, ponadto udzielają się na forum.

Na znaczenie Internetu w kreowaniu wizerunku gminy składają się według Górki [5] następujące kwestie: dowolność w kształtowaniu przekazu wizualnego, treści oraz interaktywność. Internet pozwala bowiem na atrakcyjne zaprezentowanie najciekawszych miejsc (a nawet na narzucenie potencjalnemu turyście sposobu i obszaru zwiedzania), umożliwia wizualizację planowanych inwestycji, daje też szansę interesującego przedstawienia oferty obszarów inwestycyjnych z jednoczesnym uwzględnieniem map lokalizacyjnych oraz warunków współpracy. Jeśli chodzi o zamieszczane treści, to można wybrać najciekawsze informacje, dbać o ich aktualność (oferta turystyczna, kulturalna, inwestycyjna, edukacyjna) oraz prowadzić działania zmierzające do rozbudzenia w odbiorcach zainteresowania. W opinii specjalistów [4] strona gminy powinna być w pełni interaktywna. Warto, by zawierała na przykład forum, dzięki któremu możliwe jest pozyskiwanie informacji oraz wymiana opinii zarówno pomiędzy mieszkańcami, jak i na linii mieszkańcy – urząd. Jest to korzystne rozwiązanie, przede wszystkim ze względu na krótki czas pozyskiwania informacji o aktualnych problemach i potrzebach mieszkańców. Warto rozważyć pomysł zamieszczania możliwych do ściągnięcia gadżetów związanych tematycznie z gminą (pocztówki, tapety itp.). Z myślą o turystach udostępnić można także „podgląd” atrakcyjnych miejsc pochodzący z zainstalowanych tam kamer. Inną koncepcją jest nakłanianie mieszkańców do samodzielnego redagowania materiałów współtworzących wizerunek gminy. Mogą być to relacje z ciekawych wydarzeń, zdjęcia dotyczące życia gminy oraz blogi.

4. Badania dotyczące stron internetowych gmin

Zawartość i wygląd stron internetowych jednostek administracji można analizować biorąc pod uwagę różne aspekty. W ciągu ostatnich lat witryny te były przedmiotem kilku badań, jednakże analizy te były dość wyrywkowe – najrozleglejsze badania dotyczyły bowiem gmin z jednego województwa. Poniżej, w porządku chronologicznym zaprezentowane zostaną informacje o tych badaniach z uwzględnieniem wykorzystanych kryteriów oceny.

W 2005 Bański [6] badał witryny internetowe 25 jednostek samorządowych mających siedziby w małych miastach. Do oceny wykorzystano 26 spośród 40 kryteriów stosowanych w Wielokryterialnym Systemie Oceny Serwisów Internetowych (ang. Website Attribute Evaluation System – WAES) opracowanym przez międzynarodowy zespół Cyberspace Policy Research Group. Analizowano przede wszystkim „treść, interaktywność i przejrzystość witryn tj. dostępność podstawowych informacji na temat struktury urzędów, możliwości kontaktu oraz pomocy i służenia mieszkańcom gminy”. Nie brano natomiast pod uwagę wyglądu stron WWW, prezentowanych informacji krajoznawczych i komercyjnych oraz materiałów promocyjnych gmin. Warto zaznaczyć, że było to jedyne badanie, w którym zastosowano (zgodnie z zasadami systemu oceny) skalę binarną.

Część kryteriów wykorzystanych w analizie związana była z ułatwieniami w kontakcie z pracownikami urzędu: zamieszczanie adresów e-mailowych oraz numerów telefonów urzędników, udostępnianie obywatelom i pracownikom czatu lub listy dyskusyjnej umożliwiając w ten sposób prowadzenie dyskusji na tematy związane z urzędem, posiadanie biuletynu e-mailowego. Druga grupa kryteriów dotyczyła dostępu do informacji – brano tu pod uwagę: udostępnianie informacji, raportów, przepisów i regulacji w łatwych do czytania formatach, możliwość przeszukiwania archiwum biuletynów, raportów itp.

Zwracano też uwagę na dostarczanie obywatelom instrukcji, pomocy, porad o tym, jak sprostać wymaganiom, umożliwianie łatwego ściągania formularzy wymaganych przez urząd oraz ich wypełniania i odsłania w trybie online. Istotne było też posiadanie innej niż polska wersja językowej serwisu. Przy ocenie witryn brano ponadto pod uwagę zamieszczanie adresów innych urzędów powiązanych oraz niepowiązanych z danym urzędem, a także adresów organizacji pozarządowych. Zwracano także uwagę na aktualność informacji prezentowanych na stronie.

W październiku tego samego 2005 roku Guzik [7] przeprowadził ocenę 182 stron internetowych gmin województwa małopolskiego. Ocena ta była dokonywana z perspektywy inwestorów. Autor brał pod uwagę 20 kryteriów zgrupowanych w dwa bloki: techniczny (związany z budową strony) i merytoryczny (dotyczący treści strony). W pierwszej grupie były między innymi następujące kryteria: prawidłowe pozycjonowanie, łatwy do zapamiętania adres serwisu, łatwość nawigacji, posiadanie wewnętrznej wyszukiwarki, szybkość ładowania się strony. W drugim bloku, prócz danych teleadresowych, oceniano między innymi: prezentację gminy, informacje o ofercie inwestycyjnej, linki do innych urzędów i organizacji, informacje praktyczne, przewodnik po urzędzie. W badaniu pominięto kwestię interaktywności serwisów (możliwości załatwiania spraw urzędowych przez Internet).

Zdaniem autora ocenianie w skali zerojedynkowej kryteriów przy niewielkiej ich liczbie mogłoby doprowadzić „do zacierania istotnych różnic pomiędzy serwisami”. Ponadto skala binarna utrudniała ocenę kryteriów o charakterze jakościowym. Dlatego też w badaniu zastosowano skalę mającą trzy stopnie. Kwestię różnej istotności kryteriów rozwiązano wykorzystując wagi. Największe znaczenie miał sposób zaprezentowania gminy (historia, położenie, gospodarka), przedstawienie oferty inwestycyjnej, a także posiadanie angielskiej wersji serwisu. Najlepiej wypadła ocena szybkości ładowania się strony oraz wyszukiwania (czyli pozycjonowania w wyszukiwarce Google). Najslabiej natomiast ocenione zostały: prezentacja oferty inwestycyjnej oraz aktualność serwisu rozumiana jako zamieszczanie daty aktualizacji każdej z podstron.

Inne podejście do oceny stron internetowych gmin zaproponowali autorzy badania „Interaktywna gmina” [8], przeprowadzonego w roku 2007 i powtórnego w roku 2008. Brano tam pod uwagę 169 gminnych serwisów z obszaru Dolnego Śląska. W oparciu o koncepcję „web usability” Jacoba Nielsena odnoszącą się do ogólnie rozumianej funkcjonalności serwisów internetowych stworzono „model idealnego serwisu gminnego”, który stanowił wzorzec do porównań. Ustalono osiem grup kryteriów [8]:

- Aspekty funkcjonalne serwisu: pozycjonowanie, wersje językowe, użycie poprawnego i prostego języka, aktualność, oryginalność w stosunku do BIP’u itp.
- Zawartość merytoryczna (informacje proste): telefony alarmowe do służb miejskich, pogotowia, policji itp., informacje o służbie zdrowia, dyżurach aptek, link do BIP’u, miejsce na informacje o zagrożeniach i alarmach, mapa gminy oraz prognoza pogody.
- Zawartość merytoryczna (informacje złożone): aktualne rozkłady jazdy komunikacji zbiorowej, informacje o sposobach spędzania wolnego czasu oraz o infrastrukturze sportowej i turystycznej, opisy tras i atrakcji turystycznych, a także zabytków, spis wypożyczalni sprzętu turystycznego, historia gminy oraz regionu. Ponadto zamieszczanie informacji o miejscach noclegowych, restauracjach, całonocnych sklepach, stacjach benzynowych oraz stacjach naprawy pojazdów.

- Informacje o pracy administracji gminy: władze gminy, godziny otwarcia urzędów, opis kompetencji poszczególnych stanowisk obsługi klienta, opis procedur załatwiania typowych spraw, możliwość pobrania elektronicznych wersji formularzy, uchwały rady gminy, informacje o specyfice gminy, możliwościach inwestowania na jej terenie, oferty sprzedaży nieruchomości przez gminę. Ponadto prezentacja informacji o firmach, szkołach, przedszkolach, bibliotekach zlokalizowanych na terenie gminy.
- Funkcjonowanie techniczne serwisu: czas ładowania (pierwszego i kolejnych), poprawność otwierania się w najczęściej wykorzystywanych przeglądarkach, możliwość zysfrowania danych.
- Autorytatywność strony: informacje o autorze serwisu, jego referencje i możliwość kontaktu.
- Nawigacja na stronach serwisu: intuicyjność nawigacji, logika rozmieszczenia informacji, stałe elementy na wszystkich stronach serwisu, wyszukiwarka, możliwość odtwarzania plików muzycznych i filmów.
- Interaktywność serwisu: możliwość zapisu do pliku lub wydruku wybranych formularzy i dokumentów, formularze internetowe umożliwiające złożenie zamówienia, forum.

W większości przypadków zastosowano skalę trójstopniową, nie posługiwano się natomiast wagami. W miarę zadawalające (dobre i bardzo dobre) oceny badane serwisy uzyskały w obszarach: funkcjonowanie techniczne serwisu, aspekty funkcjonalne oraz nawigacja po serwisie. Najgorzej wypadła natomiast autorytatywność strony i interaktywność serwisu. Wyniki badań z roku 2008 były analogiczne do tych z roku poprzedniego.

Kolejną analizę zawartości i wyglądu stron gmin zawierał opublikowany w 2009 roku „Raport użyteczności stron internetowych gmin miejskich” [9]. Opisuje on wyniki audytu mającego na celu sprawdzenie przyjazności dla użytkownika stron 306 gmin. W badaniu brano pod uwagę pięć grup kryteriów [9]:

- Ogólny kontakt ze stroną: sprawdzano wrażenie, jakie sprawia strona główna, występowanie ewentualnych problemów z szybkością ładowania lub rozdzielczością strony, analizowano dostosowanie strony do grupy docelowej.
- Środki artystyczne: oceniano atrakcyjność wyglądu strony i jej odbiór; zwracano uwagę na dopasowanie szaty graficznej do specyfiki gminy. Sprawdzano, czy zastosowana grafika pozwala użytkownikowi skoncentrować uwagę na istotnych treściach, a także czy pomaga w ocenie hierarchii ważności elementów na stronie.
- Struktura: analizowano sposób podziału prezentowanych informacji (logika wyodrębniania poszczególnych ich grup), łatwość nawigacji pomiędzy grupami, możliwość zidentyfikowania przez użytkownika w każdym momencie miejsca, w którym się znajduje. Zwracano też uwagę na stosowanie elementów takich jak: menu okruszkowe (ang. breadcrumbs), mapa strony oraz wyszukiwarka.
- Zawartość: badano fakt prezentowania istotnych dla użytkowników treści (aktualności, galerii zdjęć, informacji o gminie, w tym danych teleadresowych, opisów dotyczących atrakcji turystycznych, przydatnych instrukcji dla przedsiębiorców i inwestorów) oraz sposób ich przedstawienia.
- Interaktywność: analizowano obecność i poprawność wykonania rozwiązań ułatwiających użytkownikowi kontakt ze stroną (m.in. opcje powiększania czcionki, drukowania artykułu czy przesyłania linku znajomemu) oraz rozwiązań

wzbogacających zawartość witryny (sonda, forum, rss, newsletter, serwisy tematyczne, materiały wideo, panoramy 360°, wirtualne mapy).

W sierpniu 2010 roku badania serwisów internetowych wszystkich 182 urzędów miejskich, miejsko-gminnych i gminnych z terenu Małopolski przeprowadził Kupczak [2]. Wyróżnił on następujące siedem grup kryteriów, a w ramach każdej z nich kilka podkryteriów (łącznie było ich 24). Kryteria, które brano pod uwagę w tym badaniu to [2]:

- Dostępność serwisu: szybkość ładowania strony, łatwy do zapamiętania adres, pozycja strony w wynikach wyszukiwania w Google.
- Przejrzystość serwisu: łatwość stwierdzenia, że jest to strona oficjalna, posiadanie mapy serwisu i wewnętrznej wyszukiwarki, wykorzystywany system identyfikacji wizualnej (nowoczesna i przyjazna grafika, prezentowanie loga/logotypu/herbu oraz hasła na stronie).
- Treść serwisu: posiadanie wersji anglojęzycznej, wersji w innych językach oraz poziom aktualności prezentowanych informacji.
- Przedsiębiorczość w mieście lub regionie: dobrze wyeksponowana i opisana oferta inwestycyjna gminy, udostępnianie informacji o lokalnej przedsiębiorczości (baza firm, baza noclegowa, gastronomiczna).
- Funkcjonowanie urzędu: prezentacja szczegółowych danych teleadresowych (łącznie z numerami telefonu i faksu, adresem e-mail i numerem gadu-gadu. Szczegółowy opis struktury organizacyjnej urzędu wraz z danymi kontaktowymi poszczególnych jednostek, numerami pokoi. Właściwy opis sposobu załatwiania spraw (tok postępowania, okienko, wymagane dokumenty, terminy, zdjęcia pracowników oraz możliwość wirtualnego spaceru po urzędzie).
- Promocja miasta lub gminy: prezentacja (położenie, historia, ciekawe miejsca). Zamieszczanie map (turystycznej, drogowej, rowerowej itp.). Publikowanie informacji o miastach/gminach partnerskich, a także o znakach jakości przyznanych gminie. Prezentowanie informacji praktycznych (kalendarium imprez, rozkłady jazdy komunikacji, pogoda w regionie, instytucje publiczne). Zamieszczenie aktualnej i obszernej galerii zdjęć i ewentualnie filmów promocyjnych, a ponadto linków do lokalnych i powiązanych instytucji oraz firm.
- Nowe formy aktywności i promocji serwisu w Internecie: udział użytkowników we współtworzeniu strony (forum, czat, księga gości, ankiety), możliwość wysyłania e-kartek, korzystania z gry miejskiej lub wirtualnego spaceru. Udostępnianie najświeższych informacji z gminy (widoki z kamer, kanał RSS, newsletter).

Znaczenie poszczególnych kryteriów różnicowano poprzez stosowanie wag. Podobnie jak w omówionych powyżej badaniach przeprowadzonych w 2005 roku przez Guzika, najwięcej punktów przyznano kryteriom: oferta inwestycyjna, posiadanie wersji strony w języku angielskim oraz prezentacja gminy. W tych badaniach najwyżej oceniono pozycjonowanie w wyszukiwarce Google oraz możliwość identyfikacji, czy jest to strona oficjalna gminy. Bardzo słabo wypadła natomiast ocena obecności gminy na portalach, prezentacji oferty inwestycyjnej oraz zamieszczania najnowszych informacji pochodzących z gminy.

5. Prezentacja przykładowej strony

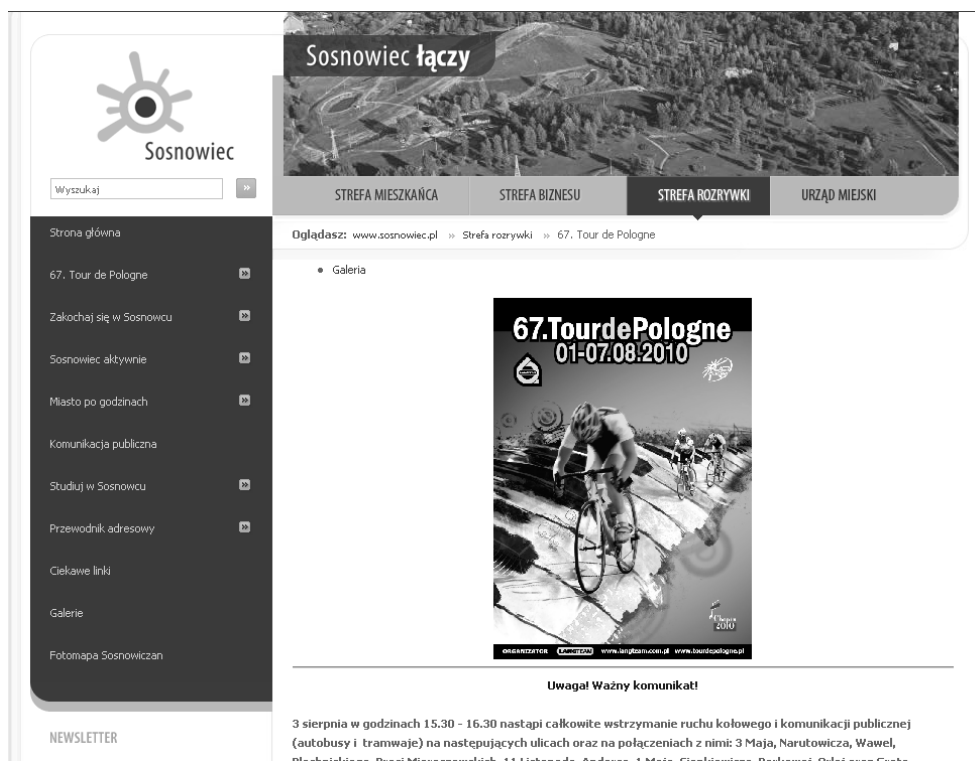
Omówiona poniżej strona internetowa gminy Sosnowiec może być traktowana jako wzorzec dla innych gmin. Została ona zresztą zauważona na szerszym forum – witrynę tą kapituła konkursu „Polski Internet” wytypowała do drugiego etapu współzawodnictwa w kategorii Portal Miasta. Takie wyróżnienie spotkało zaledwie sześć miast (Kołobrzeg, Kraków, Mszczonów, Olsztyn, Ośno Lubuskie i właśnie Sosnowiec).

Na stronie, która przedstawiona została na rysunku nr 1, konsekwentnie wykorzystywane są dwa kolory – zielony i niebieski. Zielone jest tło menu głównego, które wyświetlane jest w poziomie i zawiera wydzielone cztery obszary: Strefa mieszkańca, Strefa biznesu, Strefa rozrywki oraz Urząd Miejski. Niebieskim kolorem oznaczona jest wybrana opcja menu głównego oraz tło menu podrzędnego znajdującego się po lewej stronie. Na wszystkich podstronach widoczne jest też logo miasta i hasło „Sosnowiec łączy”. Uwagę zwracają, prezentowane w górnej części strony, widoki miasta i jego okolic. Jedynym mankamentem dotyczącym wyglądu stron jest słaba czytelność opcji menu podrzędnego, które są wyświetlane małą czcionką w kolorze białym na niebieskim tle.

Nawigacja na stronie została rozwiązana w bardzo dobry sposób. Menu główne jest cały czas doskonale widoczne, a jego podział na wspomniane powyżej obszary pozwala odwiedzającym na łatwiejsze odszukanie interesujących ich zagadnień. Na witrynie jest też obecne dobrze widoczne i czytelne menu okruszkowe, dzięki któremu odwiedzający może łatwo zorientować się, w jakim miejscu witryny się znajduje. Należy też wspomnieć o prawidłowo działającej wyszukiwarce.

Na witrynie gminy Sosnowiec można łatwo odszukać dane teleadresowe Urzędu Miasta – adres, numery telefonu, faksu i adres e-mailowy są zamieszczone nawet na stronie głównej. W tym samym miejscu znajdują się też przydatne linki do planu miasta oraz mapy serwisu, a ponadto adresy mailowe i numery telefonów do prezydenta Sosnowca i do rzecznika prasowego. W serwisie dostępny jest także „Przewodnik adresowy” prezentujący informacje o różnego rodzaju instytucjach.

Materiały umieszczone na stronie gminy Sosnowiec można łatwo wydrukować. Autorzy zapewnili wyświetlanie treści w taki sposób, że nie jest ona „ucinana” z żadnej strony. Pomyślano także o możliwości przesyłania poszczególnych artykułów znajomym. Obie funkcjonalności oznaczone są ikonkami symbolizującymi odpowiednio drukarkę i kopertę znajdującymi się bezpośrednio pod tytułem artykułu. Warto też wspomnieć o bardzo dużej liczbie materiałów (w tym wniosków różnych pism), które są dostępne do pobrania na stronie. Czytelność materiałów umieszczonych na witrynie jest zapewniona dzięki możliwości wyboru jednej z trzech wielkości czcionki.



Rys. 1. Serwis gminy Sosnowiec

Źródło: http://www.sosnowiec.pl/strefa_rozrywki/artykuly/k1,360,67_tour_de_pologne (30.10.2010)

Gmina Sosnowiec umożliwia odwiedzającym zaprenumerowanie newslettera, co ciekawe – dostępny jest wybór działów interesujących użytkownika. Interesującą koncepcją jest także „Fotomapa Sosnowiczian”, której celem jest zbudowanie społeczności osób związanych z Sosnowcem. Swoje zdjęcie i krótki opis użytkownik powinien dodać do tej dzielnicy miasta, z którą ma najściślejsze powiązania. Miasto prezentuje się także na serwisach You Tube oraz Nasza Klasa.

Jednym z niewielu mankamentów, jakie zaobserwowano, jest brak aktualizacji niektórych stron. Jeszcze pod koniec października na prezentowanej powyżej (Rys. 1) podstronie widoczny był komunikat o utrudnieniach w ruchu związanych z odbywającym się w sierpniu Tour de Pologne. Problemem może być także fakt, że wybranie w menu bocznym opcji „Strona Główna” przynosi użytkownika na stronę główną danego obszaru, a nie całego serwisu. Witryna posiada wyłącznie polską wersję językową.

6. Wnioski

Obecnie popularne jest stwierdzenie: „czego nie ma w Internecie, nie istnieje w ogóle”. Trudno się z nim nie zgodzić – Internet jest dziś najobszerniejszym, najpopularniejszym i najłatwiej dostępnym źródłem informacji. Sieć jest powszechnie wykorzystywana nie tylko przez firmy, ale także przez różne instytucje, w tym przez jednostki terytorialnej

administracji. Ich strony internetowe służą przede wszystkim celom informacyjnym oraz promocyjnym. Powoli uwidacznia się inna jeszcze rola, a mianowicie ułatwianie kontaktów pomiędzy urzędem a obywatelami poprzez umożliwienie wirtualnego załatwiania niektórych spraw urzędowych.

W tekście zaprezentowano kryteria, jakie wykorzystywano w przeprowadzanych w ostatnich latach badaniach dotyczących analizy stron internetowych gmin. Niektórzy autorzy kładli przede wszystkim nacisk na zawartość informacyjną witryn; inni zwracali uwagę na umiejętność budowy wizerunku gminy. Badania sprawdzały, jak prezentują się gminy z punktu widzenia informacji przydatnych nie tylko mieszkańcom, ale także potencjalnym inwestorom.

Wśród przedstawianych badań na szczególną uwagę zasługują te dotyczące gmin z Małopolski. Przeprowadzono je w oparciu o zbliżone kryteria w odstępnie sześciu lat, a co najważniejsze dotyczyły tych samych gmin. Okazuje się, że gminy nie wyciągnęły wniosków z wyników pierwszych badań, gdyż rezultaty kolejnych obnażyły te same słabe punkty. Podobnie sytuacja wyglądała w powtarzanych rok po roku badaniach dotyczących gmin z obszaru Dolnego Śląska. Tu jednak usprawiedliwieniem może być stosunkowo krótki przedział czasu pomiędzy badaniami.

Dziwić może także niechęć gmin do tworzenia obcojęzycznych wersji serwisu (które mogą przecież zawierać choćby podstawowe informacje). Jak wynika z badań, często dotyczy to gmin deklarujących chęć przyciągnięcia zagranicznych inwestorów i turystów.

Literatura

1. Stopień informatyzacji urzędów w Polsce, Raport generalny z badań ilościowych dla Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji, Warszawa, 2008.
2. Kupczak P.: Samorządy Małopolski w Internecie – próba oceny. E-mentor nr 4 (36) / 2010. <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/36/id/778> (18.11.2010).
3. Jagódka M.: Wykorzystanie i znaczenie Internetu w promocji regionu. Portal Innowacyjnego Transferu Wiedzy w Nauce, <http://www.pitwin.edu.pl> (14.11.2010).
4. Adamska A.: e-PR jako zestaw narzędzi wspomagających wizerunek miasta, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/e-PR-jako-zestaw-narzedzi-wspomagajacych-wizerunek-miasta-2011054.html> (25.10.2010).
5. Górka M.: Internetowy wizerunek gmin województwa śląskiego, <http://web.ae.katowice.pl/stanley/konferencja/pdf/Gorka.pdf> (15.10.2010).
6. Bański J.: Witryny internetowe jednostek samorządowych z siedzibą w małych miastach – analiza i ocena, http://www.igipz.pan.pl/zpz/banski/PDF/3_Witryny_internetowe.pdf (13.10.2010).
7. Guzik R.: Polskie miasta i gminy wiejskie w Internecie [w:] Domański B., Jarczewski W. (red.), Klimat inwestycyjny w województwie małopolskim, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków, 2006.
8. Interaktywna gmina – raport, <http://www.interaktywna-gmina.pl/> (08.10.2010).
9. Cielecka M., Hałun T. i in.: Raport użyteczności stron internetowych gmin miejskich, Kraków, 2009.

Dr inż. Ewa PRAŁAT

Instytut Organizacji i Zarządzania, Politechnika Wrocławska

50-372 Wrocław, Smoluchowskiego 25

tel.: (71) 320 23 81, (71) 320 42 04

e-mail: ewa.pralat@pwr.wroc.pl