

# Polskie wydawnictwa w Sieci

Dane aktualizowane 5 stycznia 1998

W niniejszym, trzecim wydaniu listy adresowej polskich wydawnictw i księgarń w Internecie świadomie zrezygnowaliśmy z dążenia do kompletności. Dziedzina ta przeżywa w ostatnich miesiącach prawdziwy boom, co ma i ten aspekt, że rozmywają się kryteria bycia „wydawnictwem” czy też „księgarnią”. Zaostrzyliśmy więc kryteria selekcji – wychodząc z założenia, że praca włożona w ograniczenie szumu informacyjnego przyniesie więcej korzyści niż samo poszerzanie strumienia informacji.

Wyłączyliśmy z naszej listy wydawnictwa religijne, które monitoruje Katolicki Serwis Wydawniczy dostępny pod adresem <http://ksw.infocentrum.com/serwis/wydawnictwa/>

Inne znane nam obszerne katalogi o podobnej tematyce można znaleźć pod adresami:

[http://eos.umcs.lublin.pl/~scibek/za\\_wyd.htm](http://eos.umcs.lublin.pl/~scibek/za_wyd.htm)

<http://www.bmr.interkom.pl/>

<http://zakupy.supermedia.pl/> (/Publikacje)

<http://www.miks.uj.edu.pl/ibin/czasop/pol.html>

wydawnictwa i księgarnie

wydawnictwa

księgarnie

wydawnictwa prasowe

## Wydawnictwa

BOGUCKI – Wydawnictwo Naukowe

Dom Wydawniczy ABC

Dom Wydawniczy REBIS

Gdańskie Wydawnictwo Oświatowe

Górnośląska Oficyna Wydawnicza

Oficyna Wydawnicza ASTRUM

Oficyna Wydawnicza FOGRA

Oficyna Wydawnicza KARAT

Oficyna Wydawnicza README

Polskie Przedsiębiorstwo Wydawnictw Kartograficznych (PPWK)

PRESSPUBLICA

Wydawnictwa Komunikacji i Łączności (WKiŁ)

Wydawnictwa Naukowo-Techniczne (WNT)

Wydawnictwa PAN

Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne (WSiP)

Wydawnictwo ARKADY

Wydawnictwo Artystyczne KURTIK i LEY

Wydawnictwo AUTO

Wydawnictwo BELLONA

Wydawnictwo C.H.BECK

Wydawnictwo Czasopism i Książek Technicznych SIGMA-NOT

Wydawnictwo DiG

Wydawnictwo EKOINŻYNIERIA

Wydawnictwo Finansowe WIG-PRESS

Wydawnictwo GAMBIT

Wydawnictwo HELION

Wydawnictwo INFOR

Wydawnictwo KE LIBER

Wydawnictwo KOINONIA

Wydawnictwo Lekarskie PZWL

Wydawnictwo LIBRAMED

Wydawnictwo LINK

Wydawnictwo LT&P

<http://www.wlkp.top.pl/~bogucki/>

<http://www.abc.com.pl/>

<http://www.rebis.com.pl/>

<http://www.gwo.com.pl/>

<http://www.gow.com.pl/>

<http://www.wcss.wroc.pl/firmy/astrum/>

<http://www.fogra.com.pl/>

<http://www.onet.pl/karat/>

<http://www.atm.com.pl/COM/README/>

<http://www.rej.com.pl/ppwk/>

<http://www.rzeczpospolita.pl/>

<http://www.atm.com.pl/~wkl/>

<http://www.wnt.com.pl/>

<http://www.pan.pl/w4wyd.html>

<http://www.wsip.com.pl/>

<http://www.dialcom.com.pl/arkady/>

<http://www.telbank.pl/ArtBook/default.htm>

[http://www.autonet.com.pl/w\\_auto/w\\_auto.htm](http://www.autonet.com.pl/w_auto/w_auto.htm)

<http://market.tpnet.pl/bellona/glowna.htm>

<http://www.beck.com.pl/>

[http://www.pol.pl/sigma\\_not/](http://www.pol.pl/sigma_not/)

<http://www.atm.com.pl/~dig/>

<http://www.ekoinz.lublin.pl/>

<http://www.wig-press.com.pl/>

<http://www.gambit.krakow.pl>

<http://www.helion.com.pl>

<http://www.ternet.pl/firmy/infor/>

<http://www.medianet.com.pl/~bankowa/KELIBER/keliber.htm>

<http://www.pik-net.gliwice.pl/forum/inspirac/oferta.htm>

<http://www.pzwl.pl>

<http://www.libramed.com.pl/>

<http://www.ubique.com.pl/link/>

<http://www.ltandp.com.pl/>

Wydawnictwo LUPUS  
 Wydawnictwo Lynx-SFT  
 Wydawnictwo M  
 Wydawnictwo MEDIUM  
 Wydawnictwo MEDYCYNĄ PRAKTYCZNA  
 Wydawnictwo MERIDIAN  
 Wydawnictwo MIKOM  
 Wydawnictwo MURATOR  
 Wydawnictwo MUZA SA  
 Wydawnictwo Naukowe PWN  
 Wydawnictwo Naukowe SEMPER  
 Wydawnictwo NOWA ERA  
 Wydawnictwo OSSOLINEUM  
 Wydawnictwo PLJ  
 Wydawnictwo Prawnicze LEX  
 Wydawnictwo Prawnicze PWN  
 Wydawnictwo PRIMA  
 Wydawnictwo Promocyjne ALBATROS  
 Wydawnictwo PRÓSZYŃSKI i S-ka  
 Wydawnictwo PSO  
 Wydawnictwo RAVI  
 Wydawnictwo Sejmowe  
 Wydawnictwo SPRINGER PWN  
 Wydawnictwo Studio EMKA  
 Wydawnictwo TRANSIT  
 Wydawnictwo TWIGGER  
 Wydawnictwo VOGEL  
 Wydawnictwo WIEDZA I ŻYCIE

<http://www.polbox.com.pl/lupus/>  
<http://www.lynxsft.elektron.pl/>  
<http://www.ld.onet.pl/wydawnictwo-m/>  
<http://www.medianet.com.pl/~medium/>  
<http://www.mp.pl/>  
<http://www.meridian.com.pl/>  
<http://www.mikom.com.pl/>  
<http://www.murator.com.pl/>  
<http://www.muza.com.pl/>  
<http://www.pwn.com.pl/>  
<http://www.rubikon.net.pl/semper/>  
<http://www.nowaera.euro.net.pl/>  
<http://www.ossolineum.wroc.pl/>  
<http://www.plj.com.pl/>  
<http://www.lex.pl/>  
<http://www.wp-pwn.com.pl/>  
<http://www.prima.waw.pl/>  
<http://www.dialcom.com.pl/albatros/>  
<http://www.proszynski.com.pl/>  
<http://www.talex.com.pl/psa/books.html>  
<http://www.ravi.com.pl/>  
<http://www.wydawnictwa.sejm.gov.pl/>  
<http://www.korpo.pol.pl/springer/>  
<http://www.studioemka.com.pl/>  
<http://www.podatki.polbox.com/>  
<http://www.medianet.com.pl/~bankowa/TWIGGER/twigger.htm>  
<http://www.vogel.pl/>  
<http://www.it.com.pl/wiedza/>

## Wydawnictwa uczelniane

Wydawnictwa Wyższej Szkoły Oficerskiej w Toruniu <http://www.zi.osa.torun.pl/wydnauk.html>  
 Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach <http://www.ae.katowice.pl/ae/informator/wydawnictwo.html>  
 Wydawnictwo Akademii Górniczo-Hutniczej <http://www.galaxy.uci.agh.edu.pl/~wydagh/index.html>  
 Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika <http://www.cc.uni.torun.pl/wyd/>  
 Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego <http://www.univ.szczecin.pl/jo/wyd-nauk.html>  
 Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej <http://www.cc1.p.lodz.pl/POLSKAWA/wydaw.html>  
 Wydawnictwo UNIVERSITAS <http://www.uj.edu.pl/universitas/>  
 Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej <http://www.press.umcs.lublin.pl>  
 Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego <http://www.adm.uni.wroc.pl/WYDAW-P.HTM>  
 Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego <http://www.adm.us.edu.pl/spis/wydzialy/jorg/wydaw.htm>  
 Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowości <http://www.wsb.poznan.pl/wydawnictwo/>

## Wybrane tytuły prasowe

BUSINESSMAN MAGAZINE <http://www.businessman.com.pl/>  
 BUSINESSWEEK POLSKA <http://www.it.com.pl/businessweekpolska/>  
 GAZETA BANKOWA <http://www.bankowa.com.pl/>  
 GAZETA POLSKA <http://www.gazetapolska.pl/>  
 GAZETA WYBORCZA <http://www.gazeta.pl/>  
 READER'S DIGEST <http://www.digest.com.pl/home.html>  
 RZECZPOSPOLITA ON-LINE <http://www.rzeczpospolita.pl/>  
 SUPER EXPRESS <http://www.se.com.pl/>  
 WARSAW VOICE, THE <http://www.warsawvoice.com.pl/>  
 WPROST ON-LINE <http://www.wprost.pl/>  
 ŻYCIE WARSZAWY ON-LINE <http://www.zw.com.pl/>

## Internetowe księgarnie wysyłkowe

Antykwariat RARA AVIS  
 Dom Wysyłkowy RUCH  
 Główna Księgarnia Naukowa ELEFANT  
 Klub Książki Wydawców Krajowych  
 Kraina Książek  
 Księgarnia Akademicka  
 Księgarnia Angielska  
 Księgarnia Bankowa  
 Księgarnia BOOKINFO  
 Księgarnia IPS  
 Księgarnia JEDYNKA  
 Księgarnia LIBER  
 NETBOOK  
 Księgarnia PARAGRAF  
 Księgarnia Wysyłkowa NEPO  
 Wirtualny Sklep HBZ  
 Księgarnie OKW ELEKTRONIKA

<http://www.fema.krakow.pl/~raraavis/welcome.htm>  
<http://www.ruch.pol.pl>  
<http://www.cyf-kr.edu.pl/com/elefant/zasoby.html>  
[http://www.kkwk.tarman.net/od\\_wyd.htm](http://www.kkwk.tarman.net/od_wyd.htm)  
<http://www.zarod.com.pl/>  
<http://www.ch.uj.edu.pl/ksiegarnia.html>  
<http://www.eu.com.pl/eu/pshops.htm>  
<http://www.medianet.com.pl/~bankowa/>  
<http://free.polbox.pl/b/bookinfo/>  
<http://www.atm.com.pl/~ipsfull/export/index.htm>  
<http://www.quest.com.pl/ksiegarnia.jedynka/home.htm>  
<http://www.liber.com.pl/>  
<http://www.medianet.com.pl/~books>  
<http://www.paragraf.com.pl/>  
<http://www.elektron.pl/nepo/>  
[http://www.hbz.com.pl/sklep/index\\_książki.htm](http://www.hbz.com.pl/sklep/index_książki.htm)  
<http://dora.doskomp.lodz.pl/com/okw/>

LIBER

Sp. z o.o.

ul. Krakowskie Przedmieście 24  
 00-325 Warszawa

tel/fax (022) 826-30-91  
 tel (022) 620-03-81 w. 863

**<http://www.liber.com.pl>**

KSIĘGARNIA  
*w internecie*

KSIĘGARNIA  
 UNIWERSYTECKA

KSIĘGARNIA  
 Art-LIBER

wydawnictwo

# Przegląd witryn polskich wydawnictw

**P**rzegląd witryn internetowych polskich wydawnictw książkowych miał dać odpowiedź na pytanie, czy i w jaki sposób tradycyjni edytorzy wykorzystują Internet, jakie pożytki przynosi to im samym i nam wszystkim szukającym rzetelnych, profesjonalnie przygotowanych treści.

Niestety, próba merytorycznej oceny zawartości witryn polskich wydawców od razu na starcie udaremniła została pytaniami typu: „po co to jest publikowane?”, „dlaczego to nie działa?” i „dlaczego nie znajdujemy tego, co jest nam obiecwane?”. Wyłoniło się pytanie całkiem inne: „dlaczego polscy wydawcy nie traktują Internetu poważnie?”

Pierwsza z narzucających się odpowiedzi jest taka: wydawcy nie używają Internetu i nie widzą swoich witryn. Inaczej nie zgodziliby się, by poziom graficzny ich witryn rażąco odbiegał od średniego poziomu np. okładek publikowanych przez nich książek lub folderów reklamowych. Jeszcze gorzej jest, gdy porównać poziom techniczny publikacji elektronicznych i tradycyjnych. W końcu nie są normą polskiego edytorstwa książki z mylną paginacją, posklejanymi lub pustymi kartkami w środku, pełne błędów, nieczytelnych ilustracji itd. Nie publikuje się książek, które pod barwną okładką zawierają jedynie obietnicę, że prawdziwa treść ukaże się wkrótce ...

Może nie powinniśmy się tu rozwodzić nad porażającą jakością witryn, uznając, że jest ona wynikiem nieudolności bezpośrednich wykonawców, webmasterów. W zasadzie tak, ale przecież, jeśli zdarzy się, że drukarz źle wydrukował to, co wydawca dobrze opracował, publikacja trafia na makulaturę, a nie do księgarń.

Zapytajmy więc, jak to się dzieje, że profesjonalizm wydawców słowa drukowanego nie przekłada się na profesjonalizm słowa „sieciowego”. Jak to się dzieje, że wraz ze zmianą techniki zmienia się odpowiedzialność za słowo, kończy się poważne traktowanie odbiorcy, dbałość o aktualność, zgodność formy i treści, wierność dobremu zwyczajom i standardom?

## Drukarze piszą książki

Witryna internetowa wydawnictwa spełnia kilka podstawowych funkcji:

- 1) jest wizytówką firmy,
- 2) służy informacji o książce,
- 3) sprzedaje,
- 4) jest swoistym miejscem publikacji.

Do poważnego traktowania Internetu nie jest konieczne realizowanie wszystkich tych funkcji (na co nie każdego i nie od razu stać), ale utrzymywanie internetowej witryny musi się uzasadniać elementarnie poprawnym wypełnieniem którejkolwiek z nich.

Wizytówka firmy wydawniczej wtedy jest skuteczna, gdy wyróżnia się z tła prywatnych, amatorskich i często infantylnych publikacji sieciowych. A wizytówka pol-

skiego wydawcy nie wyróżnia się. Regułą jest brak spójnej koncepcji graficznej, której, nie kwestionując zwykłej różnorodności gustów, przecież można oczekiwać. Graficy ilustrujący książki i projektujący okładki dla wydawnictwa albo nie zajmują się grafiką WWW, albo nie są o to proszeni, bo np. pracują w innym dziale.

Grafika amatorska lubuje się w ściągniętych z sieci różnych „odlotowych” ikonach i ruchomych obrazkach. Zaskakującą popularnością cieszy się np. wizerunek skrzynki pocztowej, wg modelu używanego przez farmerów na środkowym wschodzie Ameryki (w Polsce znamy go z kreskówek Disneya). Widocznie ważniejsze od znaczenia jest tu tchnienie „światowego” życia. Równie modne jest tło złożone z powtórzeń logo wydawnictwa. Często wręcz przeszkadza to w czytaniu. Na każdym kroku widać, jak twórca daje się uwieść narzędzi – gorzej, że wiedza o narzędziach pochodzi z popularnych poradników typu „tips & tricks”, wskazujących gotowe elementy, które wystarczy „copy & paste” i wszystko jest „fast & easy”.

Oferta handlowa wydawnictw najczęściej zawiera bardzo skromne informacje o książkach, z reguły – tytuł i nazwisko autora. Podejrzewać można, że ciążą tu przyzwyczajenia do szczupłości miejsca w ogłoszeniach prasowych, bo trudno przypuścić, by wydawca nie miał nic więcej do powiedzenia na temat swoich publikacji. Nie wiadomo, dlaczego miniaturka okładki najnowszej książki nie mogłaby zastąpić grafiki typu komiksowej skrzynki pocztowej.

Nie wydaje się, by oferta handlowa była tym najważniejszym, na czym koncentrowano się przy tworzeniu strony internetowej.

Wydawnictwo Naukowe PWN ([www.pwn.com.pl](http://www.pwn.com.pl)), pod wysmakowaną graficznie wizytówką, ujawnia ciekawskim zapowiedź, że katalog: *będzie*. Na razie jest jedna pozycja.

Drugi potentat, WSiP ([www.wsip.com.pl](http://www.wsip.com.pl)), ma nieczytelnie rozbudowany katalog, w którym podręczników do geografii należy szukać w dziale „nauki społeczne”. Zresztą mieści się tam też przysposobienie obronne – w odróżnieniu od wychowania fizycznego, które jest nauką przyrodniczą (wiadomo, wojna – nie gimnastyka, rzecz społeczna).

Wydawnictwo REBIS ([www.rebis.com.pl](http://www.rebis.com.pl)) prezentuje się ładnie, ale prace nad funkcjonowaniem katalogu nie powinny być prowadzone przy otwartej kurtynie, bo odbywają się kosztem cierpliwości zaglądnących na tę witrynę. Wydawnictwo informuje ich, że nie ma żadnej książki w stałej sprzedaży, nie zapowiada wydania żadnej książki, a także nie chce od czytelników żadnych zamówień. Doceńmy konsekwencję.

Wydawnictwa Komunikacji i Łączności ([www.atm.com.pl/~wkl](http://www.atm.com.pl/~wkl)) najpierw ukrywają swą obszerną ofertę pod odsyłaczem „polska wersja językowa”. Kto pójdzie tym śladem i tak chyba książek nie zamówi,



bo choć jest adres poczty elektronicznej, to brak cen. Oferta więc nie tylko dla dociekliwych, ale i zdeterminowanych.

Na odwrót ma się sprawa w prężnym wydawnictwie INFOR. Jest piękny katalog publikacji, są ceny prenumeraty, ale zamówić prenumeratę się nie da. Nawet nie można o nią zapytać, bo brakuje adresu poczty. Jest za to portret właściciela, mgr. Pieńkowskiego, o objętości 37 KB – czyli mniej więcej takiej, jaką maksymalnie powinna mieć strona główna. Znaczy to, że cały zasób cierpliwości, jakiego można oczekiwać od internauty, INFOR przeznacza na zapoznanie go z wizerunkiem swojego szefa.

Moim „numerem 1” w rankingu złego gustu, złego wykonania, pretensjonalności i bezsensu jest witryna wydawnictwa MERKURIUSZ POLSKI ([www.atm.com.pl/~merpol](http://www.atm.com.pl/~merpol)). Ogromne obracające się okładki na tytułowej stronie – zanim się załadują – robią wrażenie, że oto nastąpiła awaria naszego monitora i w przerażeniu próbujemy wyrwać wtyczkę z gniazdka. O wygranej MERKURIUSZA w tym rankingu przesądziły zwłaszcza barokowo rozbudowane i zupełnie pozbawione treści „katalogi internetowe”, ukoronowaniem zwycięstwa zaś jest wizytówka „webmastera”, którą trzeba zobaczyć koniecznie. Aż się prosi, by pomóc temu człowiekowi w jego zmaganiach z kompleksem niższości i opublikować także tu jego nazwisko, które on sam utrwalił na ruchomej „tablicy świetlnej” (78 KB): MACIEJ K. MOTRENKO. Jest to zresztą reguła: im gorsza witryna, tym bardziej zamasztyś podpis autora.

Z innego powodu, „numerem 2” na mojej liście jest witryna BULLS PRESS ([www.atm.com.pl/~bulls/](http://www.atm.com.pl/~bulls/)). Strona – zupełnie pozbawiona grafiki, składa się trzech odsyłaczy, z których żaden nie działa. Czwarta zaś pozycja menu, obiecująca nam cotygodniowy felieton samej Hillary Clinton – w ogóle nie jest nawet odsyłaczem, co (przynajmniej), w dużym stopniu oszczędza czytelnikowi rozczarowań.

Trzecie miejsce na mojej liście zajmuje Wydawnictwo TEKST, które oszczędza nam zawodów w sposób radykalny: dostęp do jego witryny możliwy jest tylko za podaniem hasła.

Żeby jednak nie czepiać się marginaliów i w skondensowanej formie przedstawić stosunek dużych polskich wydawnictw do publikacji w Internecie, doradzam obejrzenie witryny czwartego co do wielkości wydawnictwa w Polsce – MUZA SA ([www.muza.com.pl](http://www.muza.com.pl)). Ujrzymy tu jarmarczną grafikę, przeczytamy sążnisty referat wyrażający zadowolenie Wydawnictwa z siebie samego oraz poznamy ofertę w postaci kilku tytułów (czasem także z nazwiskiem autora). Nic więcej o ofercie MUZY się nie dowiemy, nic nie kupimy. Za to licznik odwiedzin udaje, że oszalał, rączka rusza palcem, aniołek mruga oczkami, a butelka z listem do webmastera tańczy na wodzie. Gratulacje! To naprawdę robi wrażenie.

Sprzedaż książek w Internecie pozostaje w stanie załzgowym. Połowa odwiedzonych witryn wydawców książek załącza do oferty prosty formularz zakupu, który uruchamia pocztę elektroniczną. Wyższą formą jest „koszyk” – możliwość wybrania większej ilości pozycji, a potem sprawdzenia zawartości i wartości koszyka przed złożeniem zamówienia. Tę formę sprzedaży udało mi się zaobserwować tylko w kilku wydawnictwach, m.in. w WNT.

Rzadko gdzie można zapłacić za pomocą karty, chociaż nie powinno to dziwić, skoro możliwość naprawdę bezpiecznych transakcji wymaga 128-bitowego szyfrowania, którego nie obsługują popularne u nas przeglądarki internetowe. Wydawnictwo DiG ([www.dig.com.pl](http://www.dig.com.pl)) przewiduje wprawdzie płatność za pomocą karty, ale formularz zamówienia trzeba wydrukować, podpisać i wysłać zwykłą pocztą.

Pod względem sposobu obsługi zamówień wydawnictwa pozostają w tyle za księgarniami ogólnymi i sklepami internetowymi w ogóle. Może zatem należy oczekiwać, że na witrynach wydawnictw prezentowana będzie

tylko oferta i zapowiedzi, po zakup natomiast będziemy odsyłani do wyspecjalizowanych internetowych księgarni, które szybciej przygotowują się do elektronicznych form zakupu niż wydawnictwa. Nawiązanie ścisłej współpracy z księgarniami powinno być dla wydawców łatwiejsze i bardziej naturalne niż fundowanie sobie własnego systemu obsługi kart kredytowych.

## Dobre witryny

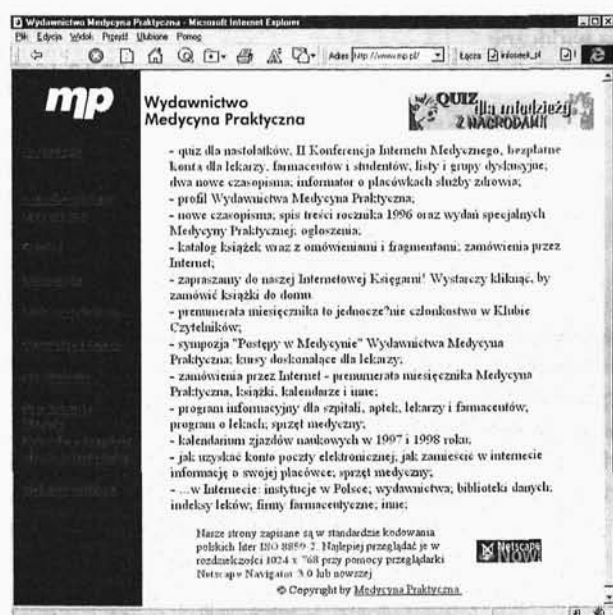
Duże, znane polskie wydawnictwa nie mają naprawdę dobrych witryn internetowych. Sensownych i poprawnych jest zaledwie kilka. Oprócz PZWL nie mają się czego wstydzić Wydawnictwa Naukowo-Techniczne (jeśli nie liczyć za powód do wstydu brak standardu ISO w kodowaniu polskich znaków, ale o tym osobno). Polska książka prezentowana w Internecie pozostaje przerażliwie „goła”, nawet jeśli jest poprawnie przedstawiona w łatwo dostępnym katalogu w postaci miniaturki okładki i obszernego opisu jej zawartości. W żadnym z zamieszczonych opisów nie spotkałem się ze wskazaniami typu: „przeczytaj recenzję w ...”, „spotkanie z autorem odbędzie się ...”, „nadeślij uwagi o książce ...” itp. Zawarte pod opisem książki odesłanie do innych książek z serii czy podobnego tematu znalazłem tylko w katalogu bardzo porządnej witryny Gdańskiego Wydawnictwa Oświatowego ([www.gwo.com.pl](http://www.gwo.com.pl)).

Poprawną i funkcjonalną (choć mało estetyczną) witrynę ma wrocławskie wydawnictwo komputerowe HELION ([www.helion.com.pl](http://www.helion.com.pl)). Tamże obok formularza zamówienia okienko do zakreślenia opcji: „chcę otrzymywać mailem informacje o nowościach wydawniczych”. Na takie naturalne wykorzystanie Internetu dla pożytku własnego i klienta wpadło tylko jedno wydawnictwo w Polsce!

Wzorowym katalogiem internetowym jest katalog Wydawnictwa Lekarskiego PZWL ([www.pzwl.pl](http://www.pzwl.pl)). Prosty i funkcjonalny, zawiera pełne opisy oferowanych książek, często z obszernym spisem treści i z formularzem zamówienia pocztowego. Ponadto skompresowany, gotowy do ściągnięcia aktualny spis książek i zapowiedzi wydawniczych. Promocja publikacji multimedialnych – wersje demo do ściągnięcia.

Pozostając w dziedzinie medycyny, warto ze strony PZWL przenieść się do Krakowa. O witrynie wydawnictwa MEDYCINA PRAKTYCZNA ([www.mp.pl/](http://www.mp.pl/)) można powiedzieć wiele dobrego, choć efekt psują nieczytelne niebieskie odsyłacze na granatowym tle i podrygiwanie całej strony podczas jej wczytywania (brak zwymiarowania obrazków). Niemniej witryna ta jest dobrym przykładem ofensywności wydawnictwa w Internecie. Oprócz dobrze i estetycznie zaprezentowanych książek i czasopism można na niej znaleźć bogactwo informacji, inicjatyw i odsyłaczy związanych z medycyną.

Reszta witryn zdradzających poważne traktowanie internautów i klientów należy już bardziej do branży czasopism niż tradycyjnych wydawnictw książkowych, np. MURATOR ([www.murator.com.pl](http://www.murator.com.pl)) czy BUSINESSMAN ([www.businessman.com.pl](http://www.businessman.com.pl)) – tu już działa zakup za pośrednictwem karty kredytowej.



Dopracowaną graficznie witrynę wydawnictwa PRÓ-SZYŃSKI I S-KA ([www.proszynski.com.pl](http://www.proszynski.com.pl)) kompromituje brak możliwości zakupu oraz błąd mechanizmu wyszukiwania księgarń promocyjnych, wskutek którego zawsze proponuje się nam tylko pierwsze miasto na liście: Warszawę.

Ilustracją przypuszczenia, że to bynajmniej nie uznani wydawcy książek, z dorobkiem i zasobnymi archiwami, staną się internetowymi „content providerami”, jest przykład młodego krakowskiego wydawnictwa FOGRA ([www.fogra.com.pl](http://www.fogra.com.pl)), które przystąpiło do ambitnych zadań od razu także w medium elektronicznym. Na swej stronie WWW prezentuje 100-hasłową próbkę Internetowej Encyklopedii Powszechnej opartej na wydanej drukiem dwudziestotomowej Popularnej Encyklopedii Powszechnej. Wydania sieciowe, na CD-ROM i drukowane są – jak należy się domyślać – równoległymi kanałami udostępniania i sprzedawania tych samych zasobów.

Powyższy przegląd ilustruje dwie reguły dotyczące obecności wydawców w Internecie. Pierwsza, że lepiej „czują” to medium wydawnictwa o profilu bardziej prasowym niż książkowym; i druga, że każdy „młody tygrys” od razu na starcie może konkurować z „dinozaurami”, które posiadanego potencjału nie potrafią właściwie użyć w nowym medium.

## Technologia i psychologia

Jak się wydaje, za wcześnie jeszcze, by w ocenie aktywności internetowej tradycyjnych polskich wydawców skoncentrować się na treści publikacji i abstrahować od technikaliów. Niedocenianie i niezrozumienie nowego medium widać najpierw i najbardziej po błędach technicznych i nieporadności warsztatowej. Najpopularniejszym narzędziem twórców witryn wydawniczych jest program Microsoft FrontPage – narzędzie niewątpliwie „przyjazne” dla użytkownika, które może służyć amatorom do stworzenia „strony domowej”, ale które nie nadaje się do zastosowań profesjonalnych. Programem tym (i podobnymi „czarodziejami”) można stworzyć poprawną stronę. Potrzeba jednak przy tym dodatkowej, „nieprzyjemnej” wiedzy, aby sam dokument źródłowy uczynić czytelnym.

W kwestii kodowania polskich znaków autorzy witryn wydawniczych wykazują nadzwyczajną pomysłowość. „Przećwiczone” niemal wszystkie możliwe rozwiązania, wśród których najmniej popularne jest rozwiązanie zgodne z międzynarodową normą ISO (i ze zdrowym rozsądkiem). Zresztą większość twórców witryn nie zwraca sobie tym głowy, przyjmując (świadomie lub nieświadomie) kodowanie zgodne z Windows 1250. Niewielu spośród nich robi to z elegancją premedytacją (jak np. Dom Wydawniczy ABC). Przeważnie trzeba „ręcznie” przestawić przeglądarkę. Wyznawcy standardu ISO też dzieli się na dwie grupy. Wcale nie mała ich część ogranicza się do wpisania w dokument odpowiedniej deklaracji „charset=iso-8859-2” – i na tym poprzestaje. Znaki w dokumencie dalej mają kody „windows” – co nie pozostawia już żadnych szans na ich poprawne odczytanie. Poza wszelką konkurencją



jest patent Wydawnictwa TRANSIT, którego witryna zawiera obok siebie obie (!) deklaracje: „charset” Windows i ISO – Panu Bogu świeczkę, a diabłu ogarek.

Inną stałą przypadłością naszych witryn jest pojawianie się „krzaczków”, które biorą się z braku świadomości, że „charset” to nie tylko ustalenie kodów polskich znaków, ale całego zestawu, na ogół mniejszego niż ten, jakiego używają popularne edytory biurowe i programy DTP.

Wpisanie w dokument deklaracji standardu ISO powoduje poprawne „przetłumaczenie” narodowych znaków polskich z tego szerszego zakresu, ale już nie cudzysłowów, myślników, apostrofów i innych dodatkowych znaków często obecnych w materiałach wyjściowych. Pozostawiając je w dokumencie HTML, zdajemy się na przypadek, gdyż różne przeglądarki będą je interpretować po swojemu. Na stronie poważnego wydawnictwa widniał przez długi czas podpis: „... ? dyrektor”, choć nic nie zapowiadało dymisji.

Pozorna łatwość tworzenia dokumentów sieciowych polega na tym, że z reguły świetnie i bezbłędnie prezentują się na ekranie autora (zwłaszcza jeśli używa „przyjaznych” edytorów), natomiast odbiorca otrzymuje najczęściej wyrób „dokumentopodobny”. A przecież zagadnienia poprawności i optymalizacji dokumentu sieciowego nie są same w sobie czymś bardziej skomplikowanym niż zagadnienia poprawnego składu i tworzenia grafiki narzędziami DTP, które wydawcy dawno już opanowali.

Jakie jest wyjaśnienie tej zagadki? Jedyne, jakie się nasuwa, ma charakter czysto psychologiczny. Wydaje się, że publikacje sieciowe wyznaczają trudny do pokonania próg. Problem polega na tym, że ekran własnego komputera przestał być jedynym i miarodajnym polem prezentacji stworzonego dokumentu, że medium publikacji stała się sieć o wymiarach globalnych, złożona z wielu różnie wyposażonych i skonfigurowanych komputerów.

Ten próg to jednocześnie zasadnicza dla technologii komputerowej, „kulturowa”, różnica między systemami „zamkniętymi” (do jakich należy oprogramowanie biurowe i DTP) a „otwartymi” (jak Internet). Styk tych mediów jest jak styk kultur – gdzie pojawiają się nie tylko zwykłe różnice, ale także groźba nieporozumień zasadniczych – bo dotyczących samego sposobu porozumiewania się.

Zastanawiając się nad psychologicznymi powodami internetowej ignorancji wydawców, przypomniałem sobie, że gdy pierwszy raz w życiu uruchomiłem przeglądarkę, wpisałem na chybił trafił jakiś adres (zdaje się: [www.ford.com](http://www.ford.com)) i coś rzeczywiście zaczęło się na moim ekranie pokazywać, to tak do końca nie wierzyłem, że bity informacji rzeczywiście lecą do mnie przez Atlantyk w ciągu sekund, a ja klikaniem myszy na swoim biurku faktycznie steruję działaniem serwera wielkiej firmy gdzieś w Ameryce. Wyobrażam sobie, że wydawcy również nie wierzą, że ktoś ich witryny ogląda, że nie mają o tym „kimś” żadnego wyobrażenia, że internetowe witryny są dla nich „nieprawdziwą”, zabawową publikacją, której przygotowanie można powierzyć kiedzie syna pani księgowej, tylko z tego powodu, że zawsze pasjonował się grami komputerowymi. Ostatecznie zaś – ani nie ma z tego pieniędzy, ani nie będzie straty. Nikt też nie będzie żądał od Wydawnictwa BULLS PRESS zwrotu pieniędzy za brak dostępu do „cotygodniowego felietonu Hillary Clinton” ani od Wydawnictwa MERKURIUSZ POLSKI – za brak jakichkolwiek danych w z rozmachem zaprojektowanym „katalogu internetowym”.

Zyski i straty z „internetowej przygody” leżą gdzie indziej, pojawią się później i na razie nie dla wszystkich są widoczne.

07.12.1997

## KSIEGARNIA BANKOWA

Największy w Polsce

wyбір literatury ekonomicznej i prawnej!

**GIEŁDA ♦ BANKOWOŚĆ**  
**FINANSE ♦ PRAWO ♦ EKONOMIA**  
**ZARZĄDZANIE ♦ MARKETING**

Jedyna pełna oferta publikacji z wymienionych dziedzin  
w sieci Internet

[www.medianet.com.pl/~bankowa](http://www.medianet.com.pl/~bankowa)

pod tym adresem znajdą Państwo informacje o nowościach  
wydawnictw



Zapraszamy wydawców do współpracy!



al.Solidarności 83/89  
00-144 Warszawa  
tel. /022/ 682-13-52  
tel./fax /022/ 620-21-18  
e-mail:  
[bankowa@medianet.com.pl](mailto:bankowa@medianet.com.pl)