

Paulina Milewska, Biblioteka Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Łodzi

Błędy w komunikacji. Komunikacja e-mailowa w polskich bibliotekach uczelnianych

Referat z 15 Konferencji Bibliotek Niepaństwowych Szkół Wyższych „Budowanie relacji z klientem biblioteki”, Poznań, 12-13.09.2013 r. [wersja autorska]

Streszczenie:

Najcenniejszym zasobem globalnej sieci jest informacja, ale istotą Internetu jest komunikacja. W niniejszym artykule szeroki opis zagadnień związanych z komunikacją internetową stanowi punkt wyjścia do omówienia badań własnych autorki. W tekście poruszane są kwestie komunikacji za pośrednictwem komputera – w szczególności te związane z komunikowaniem się bibliotekarza z czytelnikiem za pośrednictwem poczty elektronicznej. Poprawne i skuteczne porozumiewanie się stanowi ważny element budowania relacji z klientem, dlatego zwrócono szczególną uwagę na jakościową ocenę materiału badawczego. Badaniem objęto wybrane biblioteki uczelniane z Polski.

Słowa kluczowe:

Internet, komunikacja internetowa, poczta elektroniczna, biblioteki uczelniane

Wstęp

Komunikacja międzyludzka to podstawowy proces zachodzący w społeczeństwie. Biblioteki uczelniane, stanowiące ważny element środowiska uczelni oraz lokalnej, a coraz częściej także i globalnej, społeczności są instytucjami, które szczególnie powinny dbać o poprawną i sprawną komunikację. Na nich spoczywa bowiem obowiązek prowadzenia szeroko pojętej działalności informacyjnej (obok wywiązywania się z innych zadań bibliotecznych, takich jak gromadzenie, opracowanie i udostępnianie). Coraz istotniejszym narzędziem umożliwiającym wywiązanie się z tej roli jest Internet. Niezwykle ważnym kanałem komunikacji i przekazywania różnego typu informacji stała się poczta elektroniczna. W dużej mierze dzięki e-mailom, dającym możliwości porozumiewania się zdalnie, tanio i szybko,

komunikacja internetowa stanowi dziś fenomen. Biblioteki, szczególnie te obsługujące użytkowników młodych, studentów, doktorantów, powinny dobrze radzić sobie z komunikowaniem się poprzez Internet i nadążać za zachodzącymi zmianami.

W pierwszej części artykułu przedstawiono specyfikę Internetu jako medium umożliwiającego komunikowanie się. Globalna sieć to obecnie największa platforma komunikacji na świecie. W drugiej części opisano, w jaki sposób biblioteki porozumiewają się z czytelnikami za jej pośrednictwem. Szczególną uwagę zwrócono na korespondencję elektroniczną. Trzecia część zawiera analizę wyników badań własnych przeprowadzonych na grupie polskich bibliotek uczelnianych. Przeprowadzając badania zgodnie z przyjętym tematem, poszukiwano błędów w komunikacji internetowej. Wyłoniono również liderów w komunikacji internetowej wśród przebadanych bibliotek.

Internet jako płaszczyzna komunikacji

Historia Internetu nie jest długa, ale za to dynamizm rozwoju najpotężniejszego obecnie medium świata przewyższa wszystkie dotychczasowe wynalazki. Załóżków globalnej sieci można szukać już w 1969 roku, kiedy nawiązano pierwszą próbę zdalnego przesłania informacji pomiędzy dwoma komputerami umiejscowionymi w Los Angeles i Stanford. Od tamtego czasu minęło nie więcej niż pół wieku, a od wprowadzenia znaczących wynalazków, takich jak World Wide Web, poczta elektroniczna czy IRC, dzieli nas zaledwie dwadzieścia pięć lat – mimo to *wpływ tej technologii objął wiele sfer życia: rozrywkę, pracę, politykę, gospodarkę, kontakty międzyludzkie, reklamę*¹.

Internet, będący początkowo wynalazkiem dla wojska amerykańskiego², stworzonym przez naukowców w celu ułatwienia łączności w przypadku wybuchu wojny nuklearnej³, jest dziś ogólnosięciowym, wszechobecnym medium. Stało się tak, ponieważ w sieci *każdy, wydając stosunkowo niewielką kwotę na środki techniczne i wykonując kilka prostych czynności, może stać się zarówno producentem, jak i konsumentem tekstu, obrazu i dźwięku. (...) w sieci wszyscy jesteśmy autorami, wydawcami i producentami, nasza wolność ekspresji nie ma*

¹ B. Przywara, *Człowiek w sieci. Socjologiczne ujęcie więzi wirtualnych*, w: *Oblicza Internetu. Internet a globalne społeczeństwo informacyjne*, red. nauk. M. Sokołowski, Instytut Informatyki Stosowanej Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu, Elbląg, 2005, s. 305.

² Właściwie ARPANET – prototyp dzisiejszego Internetu.

³ B. Jażdżewska, *Historia Internetu*, <http://www.oeiizk.edu.pl/informa/jazdzewska> [10.09.2008].

ograniczeń, a potencjalna widownia jest nieograniczona⁴. Internet, jako zjawisko, stał się również przedmiotem badań naukowych dla socjologów, psychologów, pedagogów, medioznawców, językoznawców, kulturoznawców, ekonomistów i przedstawicieli wielu innych dziedzin nauki.

Definiując sieć, badacze kładą nacisk na różne aspekty tego zjawiska. Inaczej Internet opisują socjologzy, inaczej językoznawcy. Warto przytoczyć jedną z ogólniejszych definicji, zaproponowaną w dokumencie z serii Requests For Comments⁵ – RFC 1462⁶. Internet został zdefiniowany tu jako kombinacja trzech warstw:

- połączonych sieci (*network of networks*), czyli infrastruktury,
- społeczności (*community of people*), czyli użytkowników,
- zasobów (*collection of resources*), czyli informacji.

Współistnienie wymienionych trzech warstw jest warunkiem prawidłowego funkcjonowania Internetu. Jak słusznie zauważa Jarosław Zieliński: *Ta trójelementowa definicja wprowadza dobre rozróżnienie pomiędzy technicznymi aspektami Internetu, symbolizowanymi przez pierwszy element, aspektami społecznymi obecnymi w drugim i aspektem informacyjnym określonym w trzecim elemencie*⁷.

Internet jako zjawisko jest bardzo złożony i ma wiele aspektów. Wszystkie ujęcia są natomiast zgodne co do tego, że jest to medium. Po pierwsze medium w znaczeniu przekaźnika, rozumianego jako technologia wspierająca (przedłużająca⁸) działalność człowieka, w taki sam sposób jak telefon czy chociażby kartka papieru i długopis. Po drugie w znaczeniu bycia środkiem masowego przekazu. Internet, jako medium masowe, łamie jednak dotychczasowe pojmowanie tego terminu. *Słownik terminologii medialnej* podaje, że przełomowym odkryciem w historii Internetu stało się wynalezienie zasady hipertekstu i języka HTML, które pozwoliły na stworzenie WWW⁹ – podstawowego środka przekazywania informacji. Następnie, *wraz z upowszechnieniem*

⁴ A. Bard, J. Söderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 35.

⁵ Opisującej obowiązujące standardy internetowe.

⁶ E. Krol, E. Hoffman, *RFC 1462 - FYI on "What is the Internet?"*, <http://www.faqs.org/rfcs/rfc1462.html> [06.08.2013].

⁷ J. Zieliński, *Ideologia Internetu*, <http://www.winter.pl/internet/ideologia.html> [09.09.2013].

⁸ Szerzej na ten temat pisał Marshall McLuhan (1911–1980), badacz mediów pracujący i piszący przed wynalezieniem Internetu, a cytowany dziś przez większość współczesnych medioznawców. Jego teorie wywarły duży wpływ na myślenie o mediach i komunikacji i są nadal aktualne, mimo upływu lat i wielu zmian, jakie w tych dziedzinach zaszły. Por. M. McLuhan, *Przekazem jest przekaźnik*. W: J. Gajda, *Media w edukacji*. Gdańsk 2004, s. 153.

⁹ WWW – World Wide Web, Sieć WWW są to multimedialne, hierarchicznie zorganizowane internetowe witryny połączone linkami, w tym serwisy wiadomości, sklepy i banki. Sieć ta jest tworzona wspólnie przez

się graficznych przeglądarek WWW w l. 90., Internet stał się masowym medium informacyjnym o stale rosnącym zasięgu i możliwościach¹⁰. Ten sam słownik, definiując media masowe, zalicza do nich Internet tylko częściowo tłumacząc, że w zasadzie bez względu na stopień upowszechnienia, z racji zindywidualizowania swoich usług informacyjnych, Internet nie jest traktowany jako medium masowe¹¹.

Dwa zacytowane fragmenty zdają się wzajemnie wykluczać. Z jednej strony Internet jest medium masowym – w świetle pierwszej definicji, z drugiej strony nim nie jest lub jest tylko częściowo, na co wskazuje drugi cytat. Ta rozbieżność wynika z niezwyklej różnorodności Internetu.

Według Tomasza Goban-Klasa¹² należy zaliczyć go do mediów masowych, a konkretnie do nowych *mediów telematycznych*¹³. Media te łączą komunikację z informatyką i są głównymi nośnikami najnowszej fazy rewolucji komunikacyjnej. Tego rodzaju media masowe to technologie oparte na procesorze lub wykorzystujące komputery, posiadające:

- hybrydowy charakter,
- możliwość interakcji użytkowników,
- funkcje zarówno prywatne i publiczne,
- niski poziom regulacji,
- wzajemne powiązania mediów¹⁴.

Internet charakteryzują wszystkie wyżej wymienione cechy. Różni się on jednak od innych mediów tego rodzaju (np. telegazety), głównie dlatego, że powoduje zmianę sytuacji odbiorcy. Użytkownik sam może decydować o tym, jak modyfikować przekaz medialny. Przystaje być biernym odbiorcą treści podanych jednokierunkowo – za sprawą swojej aktywności sam kreuje przekaz, który chce odebrać i coraz bardziej odcina się od audytorium masowego¹⁵. Didier Lombard obrazowo opisał stan użytkowników następującymi słowami:

osoby prywatne, instytucje i firmy. Buduje się ona, w zasadzie od dołu, w procesie samoorganizacji, gdzie administracyjnie, odgórnie podejmowane są wyłącznie decyzje o bardzo ogólnym charakterze, zaś zawartość zasobów Internetu prawie całkowicie zależy od decyzji podejmowanych na poziomie poszczególnych osób i instytucji. Źródło: A. Nowak, K. Krejtz, *Internet z perspektywy nauk społecznych*, w: D. Batorski, M. Maroda, A. Nowak, *Społeczna przestrzeń Internetu*, Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2006, s. 19–20.

¹⁰ W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Universitas, Kraków 2006, s. 84.

¹¹ Ibidem, s. 118.

¹² T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe.*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 24 .

¹³ T. Goban-Klas zaznacza, że nie chodzi tu o Internet jako zjawisko, a tylko o sieć WWW oraz rzeczywistość wirtualną gier.

¹⁴ D. McQuail, *Mass Communication Theory. An Introduction*. London 1994, cyt. za T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.

¹⁵ T. Goban-Klas, *op. cit.*, s. 234.

*Już nie jesteśmy pasywnymi, „zimnymi” zakończeniami sieci. Staliśmy się bezustannie aktywnymi, „wrzącymi” węzłami misternego splotu sieci*¹⁶.

Internet bardzo szybko stał się potężnym narzędziem komunikacji. Dwaj norwescy badacze stwierdzają: *Dzisiejsze media elektroniczne i cyfrowe doprowadziły do najbardziej wszechstronnej rewolucji informacyjnej. Przez długi czas myśleliśmy, że głównym zadaniem komputera jest myślenie – wytworzenie sztucznej inteligencji, która znacznie przewyższy naszą własną. (...) Dzisiaj natomiast dostrzegamy, że technologia zmierzała w zupełnie innym kierunku – w stronę komunikacji w sieci*¹⁷. Goban-Klas podkreśla, że *sieć to w najszerszym sensie system medialny. Sieć to forma mediów, których treścią jest informacja, a istotą – komunikacja*¹⁸. Jan Grzenia dostrzega przyczynę popularności tego sposobu porozumiewania się. Według niego *komunikacja przez Internet pozwala realizować wszystkie możliwe cele procesu komunikowania się (lub przynajmniej wszystkie ważne dla jego uczestników), stwarzając jednocześnie możliwość zachowania dystansu wobec innych uczestników aktu komunikacji*¹⁹.

Komunikacja internetowa

Proces komunikowania się jest jednym z podstawowych i ważniejszych procesów zachodzących w społeczeństwie. Dzięki niemu ludzie mogą wchodzić w interakcje, porozumiewać się, wpływać na kształt świata, budować koalicje, rozwijać społeczeństwa. Wraz z postępem cywilizacyjnym proces ten ulegał zmianom, chociażby z powodu upowszechnienia się pisma czy powstawania odpowiednich technologii, umożliwiających komunikację na odległość. Pierwszymi technicznymi środkami przekazu, pozwalającymi na komunikowanie sieciowe, były listy i telegrafy²⁰. Wielkim wydarzeniem był wynalazek Aleksandra Grahama Bella, bardzo duże zmiany zaszły z pojawieniem się telefonów komórkowych, ale to Internet dał ludzkości niczym nieskrępowane możliwości komunikowania się²¹. Współcześnie komputer pełni rolę pośrednika w procesie komunikacji

¹⁶ D. Lombard, *Globalna wioska cyfrowa*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2009, s. 14.

¹⁷ A. Bard, J. Söderqvist, *op. cit.*, s. 34-35.

¹⁸ T. Goban-Klas, *op. cit.*, s. 293.

¹⁹ J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 26.

²⁰ B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 76.

²¹ B. Aouil, *Komunikowanie się w Internecie – narzędzia, specyfika i właściwości*, w: red. M. Wawrzak-Chodaczek, *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, 2008, s. 11-13.

międzyludzkiej, a jego znaczenie w tej dziedzinie wzrosło po upowszechnieniu się Internetu²², który jest dostępny i wolny od jakichkolwiek ograniczeń²³.

Internet zaliczany jest do technologii społecznych, czyli tych wykorzystywanych przede wszystkim w celach komunikacji interpersonalnej. Aktywność użytkowników związana z przesyłaniem i odbieraniem wiadomości poprzez e-mail, bądź komunikowaniem się za pośrednictwem innych służących do tego celu aplikacji (np. czat, komunikatory internetowe) przewyższa tę związaną z przeszukiwaniem zasobów sieci WWW²⁴. Niezwykle istotna jest tu możliwość pokonywania dotychczas istniejących barier komunikacyjnych. Po pierwsze, znacznie skraca się dystans pomiędzy nadawcą a odbiorcą treści²⁵. Po drugie, mało istotne stają się takie parametry, jak odległość dzieląca nadawcę i odbiorcę, miejsce ich przebywania czy czas docierania informacji.

Marian Bugajski podkreśla, że należy traktować Internet jako *naturalne przedłużenie technicznych i komunikacyjnych możliwości rozwoju mediów*. Można zatem zaliczyć komunikację internetową do komunikacji medialnej. *Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest kolejny etap rozwoju komunikacji językowej polegający na kumulowaniu wszelkich dotychczasowych obserwowanych zjawisk, umożliwia bowiem publikację zarówno tekstów rękopiśmiennych, jak i przekazywanie nagrań dźwiękowych oraz obrazów, co było dotychczas rozdzielone między poszczególne rodzaje mediów*²⁶. Co za tym idzie komunikacja internetowa jest bogatsza o różne formy przekazu, w tym audiowizualne.

Komunikacja internetowa stanowi jeden z typów komunikacji komputerowej, a patrząc szerzej – elektronicznej²⁷ – czyli takiej, która zachodzi za pośrednictwem elektronicznych mediów. W obrębie komunikacji elektronicznej (rozumianej jako rodzaj komunikacji medialnej) wyróżnia się dwa typy:

- komunikację asymetryczną – role nadawcy i odbiorcy są tu jasno określone i nie wymienne, interakcja jest niemożliwa lub możliwa w bardzo ograniczonym zakresie (np. radio, prasa, telewizja),

²² Z. Łęski, Z. Wieczorek, *Internet – informacja czy relacja?*, w: *Oblicza Internetu*, red M. Sokołowski, Instytut Informatyki Stosowanej PWSZ w Elblągu, Elbląg 2004, s. 58.

²³ B. Aouil, *op. cit.*, s. 13.

²⁴ K. Krejtz, I. Krejtz, *Ja w sieci, sieć we mnie. Zależności pomiędzy doświadczeniami relacji w internecie a reprezentacją obrazu siebie*, w: D. Batorski, M. Maroda, A. Nowak, *Spółeczna przestrzeń Internetu*, Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2006, s. 91-92.

²⁵ Zob. B. Płonka-Syroka, *e-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, Arboretum, Wrocław 2008, s. 7.

²⁶ M. Bugajski, *Język w komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 491.

²⁷ J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007, s. 60-61.

- komunikację symetryczną – role nadawcy i odbiorcy są równorzędne i wymienne, zachodzi możliwość wyboru ról, zachodzą interakcje i można mówić o komunikacji interpersonalnej (np. telefonia komórkowa, sieć komputerowa).

Komunikacja internetowa, to głównie komunikacja symetryczna, choć *można przypuszczać w sposób zasadny i rozumny, że wszelkie media będą dążyć do integracji z Internetem, ponieważ to medium stwarza największe możliwości w procesie porozumiewania się*²⁸. W obrębie Internetu można wyróżnić trzy typy komunikacji²⁹:

- typ konwersacyjny – reprezentowany przez pogawędki internetowe³⁰ (np. komunikacja na czatach czy poprzez komunikatory internetowe),
- typ korespondencyjny – reprezentowany przez kanały komunikacyjne oparte na liście elektronicznym (np. korespondencja e-mailowa, listy dyskusyjne),
- typ hipertekstowy – reprezentowany przez teksty dostępne w sieci WWW.

Należy podkreślić fakt, że komunikacja przez Internet ma charakter pośredni. Pomiędzy nadawcą a odbiorcą znajduje się potężne medium, którego wpływ na proces porozumiewania się jest znaczący. Dostępne formy komunikacji determinują to, w jaki sposób ludzie porozumiewają się. Można wyróżnić dwa podstawowe typy komunikacji internetowej³¹:

- komunikację jednostronną – nadawca nie zwraca się bezpośrednio do określonego odbiorcy i nie oczekuje odpowiedzi, np. zamieszcza komunikat na stronie WWW, w bazie danych, w prasie elektronicznej itp.,
- komunikację interaktywną – wymaga ona udziału co najmniej dwóch osób, które wchodzi z sobą w interakcję, nadawca zwraca się bezpośrednio do odbiorcy, oczekuje odpowiedzi.

W ramach komunikacji interaktywnej można wyróżnić jeszcze:

- komunikację asynchroniczną – reakcje odbiorcy są odroczone w czasie, np. e-mail, dyskusja na forum internetowym,

²⁸ J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 18

²⁹ J. Grzenia, *op. cit.*, s. 43

³⁰ Za Janem Grzanią, przez ten termin rozumie się wszelkiego typu rozmowy prowadzone przez Internet w sposób synchroniczny, np. komunikacja poprzez komunikator internetowy, czat.

³¹ P.J. Murray, *What Is CMC?*, "Computer Mediated Communication Magazine" 1997, Vol. 4, No 1; P.J. Murray, *Forms or types of CMC*, "Computer Mediated Communication Magazine", 1997, Vol. 4, No 1.

- komunikację synchroniczną – komunikacja odbywa się w czasie rzeczywistym, np. komunikatory internetowe, czat.

Tabele 1 i 2 przedstawiają schemat podziału komunikacji społecznej na poszczególne typy.

Tabela 1. Komunikacja społeczna – uproszczony schemat.

Komunikacja społeczna			
Komunikacja bezpośrednia	Komunikacja medialna		
	Komunikacja tradycyjna	Komunikacja elektroniczna	
		Komunikacja asymetryczna	Komunikacja symetryczna
			Komunikacja telefoniczna
			Komunikacja komputerowa
			Komunikacja internetowa

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 2. Komunikacja elektroniczna – dalszy podział na typy.

Komunikacja elektroniczna		
Typ konwersacyjny	Typ korespondencyjny	Typ hipertekstowy
Komunikacja elektroniczna		
Komunikacja jednostronna	Komunikacja interaktywna	
	Komunikacja asynchroniczna	Komunikacja synchroniczna

Źródło: Opracowanie własne.

Howard Rheingold wymienia najważniejsze cechy różniące komunikację przez Internet od tradycyjnej komunikacji bezpośredniej:

1. Łączenie cech komunikacji pośredniej i bezpośredniej.
2. Przełamanie ograniczenia czasu i przestrzeni.
3. Przełamanie ograniczenia tożsamości³².

³² H. Rheingold, *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, <http://books.google.com/books?id=fr8bdUDisqAC&printsec=frontcover&dq=rheingold&hl=pl#PPR15,M1>, [07.08.2013], tłumaczenie własne.

Komunikację internetową należy zaliczyć do komunikacji sieciowej – pozwalającej na porozumiewanie się osób na odległość, dzięki specjalnej sieci komputerów. W przypadku Internetu jest to komunikowanie mieszane, które łączy niektóre cechy komunikowania interpersonalnego bezpośredniego i masowego pośredniego³³. W komunikacji sieciowej zerwana jest jedność miejsca i czasu osób zaangażowanych w proces porozumiewania się. W Internecie może nastąpić także sytuacja, w której jedność czasu zostaje zachowana (takim przypadkiem jest komunikacja synchroniczna). Z reguły jednak sprzężenie zwrotne jest opóźnione.

Warto również zwrócić uwagę na fakt zmian zachodzących w komunikacji za sprawą globalnej sieci. Porozumiewanie się poprzez Internet dąży do powrotu do oralności, ponieważ język, którym posługują się jego użytkownicy jest na pograniczu odmiany pisanej i mówionej³⁴. *Specyficzny rodzaj komunikowania medialnego, jakim jest Internet, zbliża nas paradoksalnie do punkty wyjścia. Otrzymaliśmy bowiem środek przekazu, który imituje komunikowanie bezpośrednie*³⁵.

Należy pamiętać, że komunikacja internetowa przełamuje bariery, ale posiada również pewne ograniczenia. Proces porozumiewania odbywa się za pomocą dwóch podstawowych form: komunikacji werbalnej i niewerbalnej, które z reguły występują równocześnie i się uzupełniają (co pozytywnie wpływa na efektywność komunikowania się). W Internecie natomiast możliwa jest tylko komunikacja werbalna. Sygnały niewerbalne nie występują tu w ogóle lub występowanie ich jest bardzo ograniczone. Natomiast komunikacja internetowa odbywa się przede wszystkim za pośrednictwem słowa pisanego i ma przez to charakter pośredni. Pośredniość pojawia się także ze względu na konieczność korzystania z interfejsu, który może potęgować oddalenie nadawcy i odbiorcy, jednocześnie umożliwiając odpowiednie zarządzanie kontaktem³⁶.

Porozumiewanie się głównie za pomocą tekstów pisanych powoduje brak niewerbalnych elementów komunikacji interpersonalnej (np. mimika twarzy, gesty). Należy uznać, że w tej kwestii *CMC (Computer-Mediated-Communication)* – komunikacja komputerowa – jest uboższą formą niż komunikacja bezpośrednia *FtF (Face to Face)*³⁷. Istnieją jednak sposoby, które umożliwiają pełniejszy kontakt, np. dzięki stosowaniu bardziej zaawansowanych

³³ B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007, s. 76-77.

³⁴ M. Bugajski, *Język w komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007, s. 489-490.

³⁵ M. Bugajski, *op. cit.*, s. 492.

³⁶ J. Grzenia, *op. cit.*, s. 67.

³⁷ K. Krejtz, I. Krejtz, *op. cit.*, s. 92.

technologii przekazu, takich jak wideokonferencja³⁸. Używane są także inne od tradycyjnych metody przekazywania informacji pozawerbalnych – np. informowanie o stanie emocjonalnym za pomocą emotikonów, tworzonych z odpowiednich zbitek znaków interpunkcyjnych i liter (dla przykładu „;-)” oznacza uśmiech)³⁹. Obserwuje się również stosowanie akronimów (skrótowców pochodzących najczęściej od angielskich sformułowań, np. IMO – in my opinion, w języku polskim – moim zdaniem)⁴⁰.

Warto rozróżnić teksty, które można znaleźć w Internecie, ze względu na ich pierwotne przeznaczenie. To kryterium pozwala podzielić teksty na⁴¹:

- teksty prymarnie internetowe – powstałe z myślą o Internecie, jako medium, w którym mają funkcjonować,
- teksty sekundarnie internetowe – powstałe z myślą o rozpowszechnianiu ich za pomocą innych dostępnych mediów, głównie za pomocą druku.

Ciekawą kwestią charakterystyczną dla komunikacji internetowej jest odmienny stosunek jej uczestników do prywatności i oficjalności w kontaktach. Dla znacznej części internautów oficjalność nie jest istotną wartością⁴². Język, którym się posługują, jest kształtowany przez nich samych i nie podlega nadzorowi żadnych instytucji. To właśnie *zasada poziomego, sieciowego, zdecentralizowanego komunikowania spowodowała, że Internet stał się ogólnodostępnym i najbardziej demokratycznym medium*⁴³. Tymczasem w języku polskim powszechną konwencją w komunikowaniu na odległość jest używanie oficjalnej odmiany języka – zazwyczaj oddalenie fizyczne wymusza na nadawcy podkreślenie dystansu dzielącego rozmówców. Oficjalność w kontakcie może zostać zniesiona, jeśli uczestnicy aktu komunikacji znajdują się i osiągnąwszy pewien stopień zażyłości „przeszli na ty” (co zazwyczaj związane jest ze spotkaniem twarzą w twarz). To ograniczenie komunikacyjne nie obowiązuje jednak w Internecie. Niestosowanie bądź stosowanie w nieznacznym stopniu oficjalnej odmiany języka w sieci to jedna z istotnych cech komunikatów elektronicznych⁴⁴.

³⁸ K. Pistol, *Psychologiczne aspekty komunikacji za pośrednictwem sieci*, <http://web.archive.org/web/20050404080056/http://www.nadcisnienie.med.pl/konferencja/prace/pistol/cmc44.html> [07.08.2013].

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ Z. Łęski, Z. Wieczorek, *op. cit.*, s. 59.

⁴¹ J. Grzenia, *op. cit.*, s. 45.

⁴² Ibidem, s. 67.

⁴³ M. Bugajski, *op. cit.*, s. 487.

⁴⁴ J. Grzenia, *op. cit.*, s. 64.

Wszystkie osoby uczestniczące w komunikacji sieciowej poprzez Internet stają się częściami globalnej społeczności, tzw. węzłami sieci⁴⁵. Jak w każdej społeczności, tak i na gruncie Internetu, obowiązują pewne ogólne zasady współżycia. Zbiór wytycznych dotyczących odpowiedniego (grzecznego i kulturalnego) zachowania w sieci nazywa się netykietą. We wstępie do szerokiego opracowania⁴⁶ zawierającego wszelkie zasady internetowego savoir-vivre'u autorka podkreśla, że początkowo z sieci korzystały wyłącznie osoby z bardzo wąskiego grona, posiadające odpowiednią wiedzę informatyczną, programistyczną (znające Internet od środka, także od strony sposobów transportu danych czy stosowanych protokołów). Pionierzy Internetu stworzyli dla siebie zasady, które traktowali jako swoisty kodeks. Dziś z tej technologii może korzystać każdy, a większość użytkowników nie wie nic o informatycznych aspektach narzędzia. Nowi internauci nie znają też kultury i zasad zachowania obowiązujących w tym specyficznym środowisku, dlatego powstała netykieta.

Reguły dotyczące zachowywania się w sieci odnoszą się do różnych sytuacji, w tym głównie do sytuacji komunikacyjnych. We wspomnianym dokumencie z serii Request For Comments⁴⁷ porady podzielono na te dotyczące:

- komunikacji dwóch osób (np. email, pogawędka internetowa) – „One-to-One Communication”,
- porozumiewania się z grupą – wysyłania komunikatów do szerszej publiczności (np. forum internetowe, grupa dyskusyjna) – „One-to-many Communication”,
- komunikacji z szerokim audytorium – komunikaty dla odbiorcy masowego (np. strony WWW) – „Information services”.

Z punktu widzenia niniejszego artykułu najbardziej przydatne są te odnoszące się do komunikacji „One-to-One”. Określono w nich zasady, których powinno się przestrzegać w komunikacji typu korespondencyjnego. Do podstawowych zasad można zaliczyć :

- odpowiednie dobieranie tematu wiadomości – krótki, jednoznaczny, odnoszący się do treści wiadomości,
- nie używanie wyłącznie wielkich znaków – taki zapis oznacza krzyk,
- nie używanie zbyt dużej liczby emotikonów oraz akronimów, używanie tylko tych zrozumiałych dla odbiorcy,

⁴⁵ Zob. M. Castells, Społeczeństwo sieci. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

⁴⁶ S. Hambridge, RFC 1855 - FYI 28 on "Netiquette Guidelines". <http://www.rfc1855.net/> [06.08.2013].

⁴⁷ Ibidem.

- używanie odpowiedniego języka, dostosowanego do konkretnego odbiorcy,
- stosowanie odpowiednich znaków, zgodnych z przyjętym obyczajem w danym kraju (np. znaki diakrytyczne w języku polskim są obowiązkowe),
- pisanie krótkich i konkretnych e-maili,
- szanowanie prawa własności, prawa autorskiego podczas przesyłania treści autorstwa osób trzecich,
- nie zmienianie zapisów podczas cytowania czyichś wiadomości, do których się odnosimy.

Ważnym zagadnieniem jest również termin odpowiedzi na mail. *W polskim obyczaju przyjęto się, że elegancko jest przesłać odpowiedź najpóźniej następnego dnia. Zbytne zwlekanie z odpowiedziami – zarówno w relacjach prywatnych, jak i służbowych (oczywiście poza sytuacjami wymagającymi ze względu na charakter załatwianej sprawy dłuższego czasu) – naraża nas na miano osoby nieodpowiedzialnej lub niestarannie wychowanej*⁴⁸.

Małgorzata Marcjanik zauważa, że forma gatunkowa listu elektronicznego nie jest jeszcze ostatecznie ukształtowana, ponieważ nawiązuje do dwóch odmiennych wzorców – listu tradycyjnego oraz rozmowy telefonicznej. Z tego powodu komunikacja za pośrednictwem e-maila stwarza pewne trudności w używaniu zwrotów grzecznościowych. Inne pojawiające się problemy dotyczą często popełnianych drobnych błędów, będących wynikiem szybkiego pisania (np. brak polskich znaków czy interpunkcji), nadużywania emotikon oraz akronimów, braku podpisu pod wiadomością⁴⁹.

Komunikacja internetowa w polskich bibliotekach uczelnianych

Biblioteki, tak jak wszystkie inne instytucje, muszą nadążać za zachodzącymi zmianami, *poddają się przemianom społecznym, m.in. wirtualizacji*⁵⁰. Większość z nich prezentuje informacje o swoich zasobach i usługach na stronach WWW, a także korzysta z możliwości kontaktowania się ze swoim otoczeniem za pośrednictwem wielu różnych kanałów, w tym kanałów komunikacji elektronicznej, internetowej. Warto podkreślić, że *charakterystyczną cechą komunikacji internetowej jest jej nastawienie na odbiorcę, co wyraża się po pierwsze w*

⁴⁸ M. Marcjanik, *Mówimy uprzejmie. Poradnik językowego savoir-vivre'u*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009, s. 101.

⁴⁹ Zob. M. Marcjanik, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008, s. 70-76.

⁵⁰ M. Kisilowska, *Biblioteka w sieci – sieć w bibliotece*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2010, s. 47.

stworzeniu witryny, a więc chęci dotarcia do użytkownika również w środowisku elektronicznym, a po drugie – w oferowaniu temuż różnych możliwości kontaktu z instytucją (e-mail, blog, czat, hipertącza, facebook, twister itd.)⁵¹.

Biblioteki nie tylko publikują komunikaty typu hipertekstowego, ale również porozumiewają się z użytkownikami za pośrednictwem e-maili czy komunikatorów internetowych. Działanie to jest efektem zachodzących zmian. Bibliotekarz coraz częściej w kontaktach z użytkownikami spotyka się z nimi wirtualnie, a zatem musi podporządkować się specyficznym warunkom komunikowania się panującym w Internecie. Coraz więcej czytelników korzysta z opcji wysyłania zapytań za pośrednictwem e-maila⁵².

Wyłaniając grupę badawczą do niżej opisanych badań własnych komunikacji internetowej, autorka sprawdziła, jakie kanały komunikacji internetowej wykorzystują biblioteki uczelniane. Okazało się, że:

- wszystkie biblioteki⁵³ podają swój adres e-mail, w tym 37 bibliotek udostępnia na swojej stronie internetowej informacje o wielu adresach e-mailowych (np. do różnych działów lub do konkretnych pracowników),
- 34 biblioteki mają profil na portalu Facebook,
- 28 bibliotek proponuje użytkownikom kontakt przez różnego typu zakładki „Zapytaj bibliotekarza”,
- 17 bibliotek udostępnia swój numer komunikatora internetowego Gadu-Gadu lub korzysta z aplikacji Gadu-Gadu Widget⁵⁴,
- 7 bibliotek prowadzi blog,
- 4 biblioteki mają czat,
- nieliczne biblioteki komunikują się poprzez inne portale społecznościowe – YouTube (4 biblioteki), Twitter (3 placówki), Google+ (1 biblioteka),
- 2 biblioteki umożliwiają kontakt przez komunikator internetowy Skype.

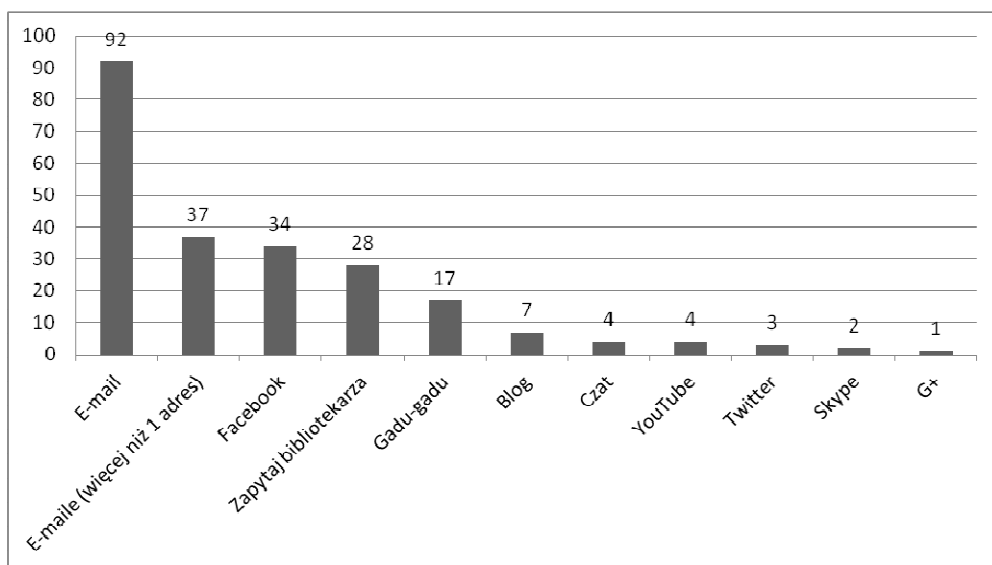
⁵¹ Ibidem, s. 81.

⁵² Zob. M. Zygmunt, *Ludzie listy piszą...* „Biuletyn Informacji Biblioteki Narodowej” 1999, nr 3, s. 29.

⁵³ Szczegółowy opis doboru próby badawczej znajduje się w kolejnej części niniejszego artykułu.

⁵⁴ *Gadu dodatki*, GG Network SA, 2013, <http://www.gadudodatki.pl/webAplikacje/show/id/39077>

Wykres 1. Kanały komunikacji internetowej wykorzystywane przez polskie biblioteki uczelniane.



Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z wyników powyższego badania, biblioteki najchętniej korzystają z poczty elektronicznej. Wśród e-maili wysyłanych przez bibliotekarzy można wydzielić te mające cel merytoryczny oraz te, które mają charakter promocyjny (ich celem jest nawiązywanie i podtrzymywanie relacji). Można też podzielić korespondencję na odpowiedzi na zapytania przesłane przez użytkowników oraz informacje wysyłane przez bibliotekarzy. Najczęściej poruszonymi tematami w e-mailach wymienianych na linii bibliotekarz–czytelnik są⁵⁵:

- odpowiedzi za zadawane pytania,
- przypomnienia o terminie zwrotu wypożyczonych książek,
- informacje o nowościach,
- kolejne numery biuletynu (czy newslettera).

W komunikacji internetowej typu konwersacyjnego należy pamiętać o wszelkich cechach charakteryzujących proces porozumiewania się poprzez Internet. Małgorzata Kisilowska podkreśla, że każda forma kontaktu pośredniego w obsłudze czytelnika musi spełniać podstawowe oczekiwania użytkownika, żeby została uznana za satysfakcjonującą. Do oczekiwań tych należą:

⁵⁵ M. Kisilowska, *op. cit.*, s. 85.

- krótki czas oczekiwania na odpowiedź (bądź zapowiedź przygotowania odpowiedzi merytorycznej, czyli poinformowanie kiedy można się spodziewać oczekiwanych materiałów),
- reagowanie na sugestie i skargi,
- czytelność i zrozumiałość tekstu z punktu widzenia użytkownika, a więc osoby nieorientowanej w praktyce bibliotecznej i żargonie zawodowym⁵⁶.

Istotne jest również to, że czytelnik nie musi, a chyba nawet nie powinien, orientować się w tym, jaką drogę pokonuje jego wiadomość wewnątrz instytucji – który dział odpowiada na jego zapytanie i jakie czynniki mają wpływ na termin uzyskania odpowiedzi. Nie jest to istotne z jego punktu widzenia, że wysłana wiadomość „czeka w kolejce” lub też została przekazana innemu bibliotekarzowi. Użytkownika interesuje jedynie efekt – uzyskanie odpowiedzi, która zaspokoi konkretną potrzebę informacyjną – dlatego nadrzędnym celem bibliotekarza powinno być możliwie szybkie jej wysłanie (bądź, jak zasugerowano powyżej, określenie czasu oczekiwania w krótkiej informacji zwrotnej).

Faktem jest, że komunikowanie na linii bibliotekarz–czytelnik, to zazwyczaj komunikowanie informacyjne (zdecydowanie rzadziej jest to komunikowanie perswazyjne). Podstawowym jego celem jest *kreowanie wzajemnego porozumienia i zrozumienia między uczestnikami procesu, dzielenia się wiedzą, wyjaśnianie i instruktaż, przy założeniu, że nadawca nie ma żadnych intencji wpływania na postawy i zachowania odbiorców. (...) wykorzystane w nim dane, wiedza, fakty, opinie, są zaprezentowane w sposób neutralny, rzeczowy i obiektywny*⁵⁷. Z tego powodu jakość merytoryczna odpowiedzi i to w jakiej formie zostanie ona przygotowana to kwestie bardzo istotne. Efektywność komunikowania informacyjnego zależy od kilku czynników⁵⁸:

- *Kreatywności* – dla jakości informacji mają znaczenie takie elementy jak forma i sposób prezentacji treści, przedstawianie alternatyw. W przypadku komunikacji na linii bibliotekarz–czytelnik cecha ta determinuje, jak będzie wyglądał komunikat, jakich środków użyje bibliotekarz, co wybierze. Od tego zależy, w jaki sposób zaprezentowane informacje odbierze czytelnik, czy będą one zrozumiałe i atrakcyjne.
- *Wiarygodności* – nadawca musi być wiarygodny i godny zaufania. Wiarygodność jednostki buduje się na wiedzy i doświadczeniu, autorytecie, intencjach, osobowości.

⁵⁶ M. Kisilowska, *op. cit.*, s. 86.

⁵⁷ B. Dobek-Ostrowka, *op. cit.*, s. 83-84.

⁵⁸ *Ibidem*, s. 84-85.

Wiarygodność bibliotekarza budowana jest również w oparciu o społeczne pojmowanie instytucji biblioteki i jej prestiżu, a także w oparciu o renomę konkretnej ksiąźnicy, w której jest zatrudniony.

- *Nowości informacji* – odbiorcy chętniej poświęcają uwagę informacjom nowym. W komunikacji bibliotekarz–czytelnik niezwykle ważną kwestią jest także aktualność informacji.
- *Doniosłości informacji* – to cecha, która z jednej strony odnosi się do potrzeby wiedzy odbiorców, a z drugiej do psychologicznego postrzegania elementów istotnych dla konkretnej jednostki. Doniosły charakter, jako cecha przekazu informacyjnego, to subiektywny punkt widzenia użytkowników (różne treści będą z różnych powodów ważne dla różnych czytelników). Z punktu widzenia bibliotekarza istotne będzie bardzo dobre rozpoznanie potrzeb informacyjnych użytkowników.
- *Położenia nacisku na informację* – nadawca, podkreślając wagę pewnych informacji, sytuuje je wyżej w stosunku do informacji innych, nadaje im wyższą rangę i wskazuje tym samym odbiorcy, co jest istotne. Tu również ważną kwestią jest rozpoznanie potrzeb informacyjnych użytkowników i odpowiednie zaplanowanie przekazu, tak by elementy wskazane jako ważniejsze pokrywały się z tym, co czytelnik uznać mógłby za *doniosłą informację*.
- *Wykorzystania pomocy wizualnych* – wzmacnianie przekazu za pomocą odpowiednich pomocy wizualnych (tabele, wykresy, rysunki) powinno być uzasadnione i ułatwiać prezentację treści, a także zrozumienie ich przed odbiorcą. W komunikacji na linii bibliotekarz–czytelnik należy ściśle trzymać się określonych wyżej zasad, tj. stosować materiały wizualne wyłącznie, aby pomóc czytelnikowi w recepcji przekazywanych informacji.

Badania własne

W badaniach własnych skupiono uwagę na komunikacji internetowej symetrycznej – asynchronicznej typu korespondencyjnego. Badaniu poddano komunikację interaktywną zachodzącą na linii bibliotekarz–czytelnik, biorąc pod uwagę najpopularniejszy kanał – e-mail. Założeniem badań było wniesienie wkładu w rozwój wiedzy na temat komunikacji internetowej. Przyjrano się wybranym procesom zachodzącym w polskich bibliotekach uczelnianych – zbadano komunikaty wysyłane przez bibliotekarzy do użytkowników w

odpowiedzi na zapytania. Oceniano głównie jakość merytoryczną wiadomości zwrotnych, a także ich język, wygląd i czas odpowiedzi. Główny nacisk położono na odnalezienie przykładów błędów komunikacyjnych oraz wyłonienie dobrych praktyk i liderów.

W badaniach wykorzystano elementy metodologii mieszanej. Najpierw zebrano dane ilościowe dotyczące aktywności w Internecie wszystkich istniejących w Polsce bibliotek uczelnianych. Następnie zakwalifikowano poszczególne biblioteki do ostatecznej grupy badawczej – 41 bibliotek. Materiał badawczy w postaci 142 e-maili poddano ocenie jakościowej, wykorzystując narzędzia benchmarkingowe (kwestionariusz oceny jakościowej). Porównano wyniki poszczególnych księżnic i stworzono ranking bibliotek uczelnianych najlepiej realizujących zadanie komunikowania się z czytelnikami poprzez Internet.

Dane zebrano w oparciu o zasoby baz POL-on⁵⁹. W pierwszym etapie (I kwartał 2012 r.) stworzono własną bazę zawierającą nazwy oraz adresy WWW wszystkich polskich uczelni (428 rekordów). Następnie (w II kwartale 2012 r.) przejrano wszystkie strony WWW i wyłoniono informacje o księżnicach. W dalszym etapie badania uwagę skoncentrowano na tych bibliotekach uczelnianych, które posiadały samodzielne serwisy WWW.

Badania ilościowe wykazały, że niezależne witryny internetowe funkcjonują w 92 bibliotekach uczelnianych w Polsce, natomiast własną zakładkę lub podstronę w serwisie uczelni udostępniają 263 placówki. Pozostałe 73 uczelnie nie publikują w Internecie informacji dotyczących swoich bibliotek lub treści te są znacznie ograniczone, jedynie świadczące o istnieniu placówki w strukturach organizacyjnych. Oznacza to, że ponad 17% bibliotek uczelnianych w ogóle nie komunikuje się poprzez Internet.

W kolejnym etapie (w IV kwartale 2012 r.) dokonano badania dotyczącego komunikacji internetowej, podczas którego przyznawano bibliotekom punkty za każdy odrębny wykorzystywany przez nie kanał komunikacji internetowej (wyniki badania opisano w poprzedniej części niniejszego artykułu, patrz Wykres 1.). W III kwartale 2013 roku wyłoniono grupę bibliotek uczelnianych do badania jakościowego komunikacji internetowej. Znalazły się w niej księżnice proponujące czytelnikom co najmniej dwa różne sposoby komunikowania się przez Internet (z założeniem, że warunkiem koniecznym jest posiadanie profilu na co najmniej jednym portalu społecznościowym lub udostępnianie choć jednego kanału komunikacji synchronicznej). W ten sposób do grupy badawczej zakwalifikowano 41 bibliotek uczelnianych posiadających własną stronę WWW i oferujących użytkownikom

⁵⁹ POL-on. System informacji o szkolnictwie wyższym, <https://polon.nauka.gov.pl/> [15.03.2012]

możliwość kontaktu poprzez Internet zgodnie z wyżej opisanymi kryteriami. Ponownie sprawdzono informacje kontaktowe i biblioteki otrzymały po jednym punkcie za każdy odrębny wykorzystywany kanał komunikacji internetowej – w badaniu znalazły się: 3 biblioteki, które otrzymały po siedem punktów, 4 biblioteki, które otrzymały po sześć punktów, 5 bibliotek, które otrzymały po pięć punktów, 8 bibliotek, które otrzymały po cztery punkty, 17 bibliotek, które otrzymały po trzy punkty oraz 4 biblioteki, które otrzymały po dwa punkty. Wśród zakwalifikowanych księżnic znalazło się 38 bibliotek uczelni państwowych i trzy biblioteki uczelni niepaństwowych. Zastosowane kryteria spowodowały, że do grupy badawczej zakwalifikowano księżnice będące liderami w zakresie komunikacji internetowej w Polsce.

Wyżej opisaną grupę poddano badaniu jakościowemu złożonemu z kilku kolejnych etapów. W pierwszym etapie (w dniach 20–29 sierpnia 2013) wysłano do bibliotek cztery różne wiadomości e-mail, korzystając z fikcyjnych kont użytkowników założonych w serwisie gmail.com (treść wiadomości przedstawiono w Tabeli 3). Cztery zapytania stworzono w oparciu o doświadczenia własne autorki w pracy w bibliotekach niepaństwowych szkół wyższych. Ich treść odpowiada zagadnieniom najczęściej poruszonym przez czytelników w korespondencji e-mailowej (wg. autorki niniejszego tekstu) i dotyczy: godzin otwarcia biblioteki, możliwości przedłużenia terminu zwrotu książki oraz możliwości korzystania z placówki przez osobę nie będącą studentem instytucji macierzystej. Konkretnie zapisy (w tym zapis ortograficzny) zostały zainspirowane wiadomościami otrzymywanymi przez Bibliotekę Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Łodzi.

Tabela 3. Wiadomości e-mail wysłane do badanych bibliotek.

data wysłania e-maila	treść wiadomości
Użytkownik1/ 20.08.2013	<p>Szanowni Państwo,</p> <p>w jakich dniach i godzinach Biblioteka będzie pracowała we wrześniu? Będę wdzięczna za odpowiedź.</p> <p>Z poważaniem, Katarzyna Nowicka</p>
Użytkownik2/ 21.08.2013	czy biblioteka teraz pracuje, można przyjsc czy dopiero we wrzesniu??? i o ktorej godzinie jakby co można?
Użytkownik3/ 26.08.2013	<p>Witam,</p> <p>czy z biblioteki mogą korzystać osoby spoza uczelni? Proszę o informacje - na jakich warunkach i czy można wypożyczyć wtedy książkę? Jeżeli jest tylko na miejscu, to czy jest ksero i czy mogę skserować całą potrzebną książkę u Państwa?</p> <p>pozdrawiam, W.Krążek</p>
Użytkownik4/ 29.08.2013	chciałbym przedłużyć książki - czy można mailowo, jak tak to ja bym chciał, dziękuje

Źródło: opracowanie własne.

W drugim etapie badania gromadzono odpowiedzi na powyższe zapytania przesłane przez biblioteki do 5 września 2013. W rezultacie otrzymano 142 wiadomości:

- *Użytkownik1* – 36 e-maili,
- *Użytkownik2* – 33 e-maile,
- *Użytkownik3* – 39 e-maili,
- *Użytkownik4* – 34 e-maile.

Następnie otrzymane wiadomości poddano ocenie. Do analizy zebranego materiału zastosowano stworzony na potrzeby badania formularz oceny jakościowej. Wytypowano cztery cechy wpływające na jakość wysyłanych komunikatów i efektywność procesu komunikowania: czas odpowiedzi na zapytanie, poziom merytoryczny wiadomości, forma graficzna wiadomości, forma językowa wiadomości. Elementy te poddano ocenie zgodnie z system punktowania, który opisano w Tabeli 4. Punkty przypisywane wiadomościom e-mail

wpisywano do bazy zawierającej informacje o 41 badanych bibliotekach. Każda z placówek mogła otrzymać 16 ocen – po cztery za każdą przesłaną e-mailem odpowiedź.

Tabela 4. Skala punktów – cechy poddawane ocenie jakościowej.

Punktacja Cecha	2	1	0	-1	-4
czas odpowiedzi na zapytanie	odpowiedź tego samego dnia	odpowiedź dzień później	odpowiedź dwa dni później	odpowiedź trzy lub więcej dni później	brak odpowiedzi
poziom merytoryczny wiadomości	X	bardzo dobry wiadomość zawiera pełną i poprawną odpowiedź na zadane pytanie oraz informacje dodatkowe	wystarczający wiadomość zawiera poprawną odpowiedź na zadane pytanie	niewystarczający wiadomość nie zawiera odpowiedzi na zadane pytanie	X
forma graficzna wiadomości	X	bardzo dobra wiadomość zawiera informacje w formie graficznej ułatwiającej ich zrozumienie, wygląda schludnie	wystarczająca wiadomość nie zawiera elementów graficznych, wygląda schludnie	niewystarczająca wiadomość nie wygląda schludnie	X
forma językowa wiadomości	X	bardzo dobra wiadomość zawiera zwroty grzecznościowe (w tym zwrot do adresata i pożegnanie), jest napisana poprawną polszczyzną (ze znakami diakrytycznymi oraz interpunkcyjnymi)	wystarczająca wiadomość nie zawiera zwrotów grzecznościowych lub zawiera niektóre, jest napisana poprawną polszczyzną (dopuszczalne literówki i brak niektórych znaków interpunkcyjnych)	niewystarczająca wiadomość napisana jest niepoprawną polszczyzną, zawiera błędy (ortograficzne, rażąca liczba literówek, brak większości znaków diakrytycznych i interpunkcyjnych)	X

Źródło: opracowanie własne.

Biblioteki mogły uzyskać łączną sumę punktów mieszczącą się w zakresie od -16 do +20 (od -4 do +5 za każdy email). W ten sposób powstał ranking bibliotek, w którym na pierwszych miejscach znalazły się te placówki, których sposób komunikowania się online można uznać za dobrą praktykę, a na ostatnich – biblioteki popełniające błędy w komunikacji internetowej.

Warto zaznaczyć, że po ocenieniu zebranego materiału wyodrębniono grupę 15 bibliotek, które były z różnych powodów zamknięte podczas badania. Znalazły się w niej placówki,

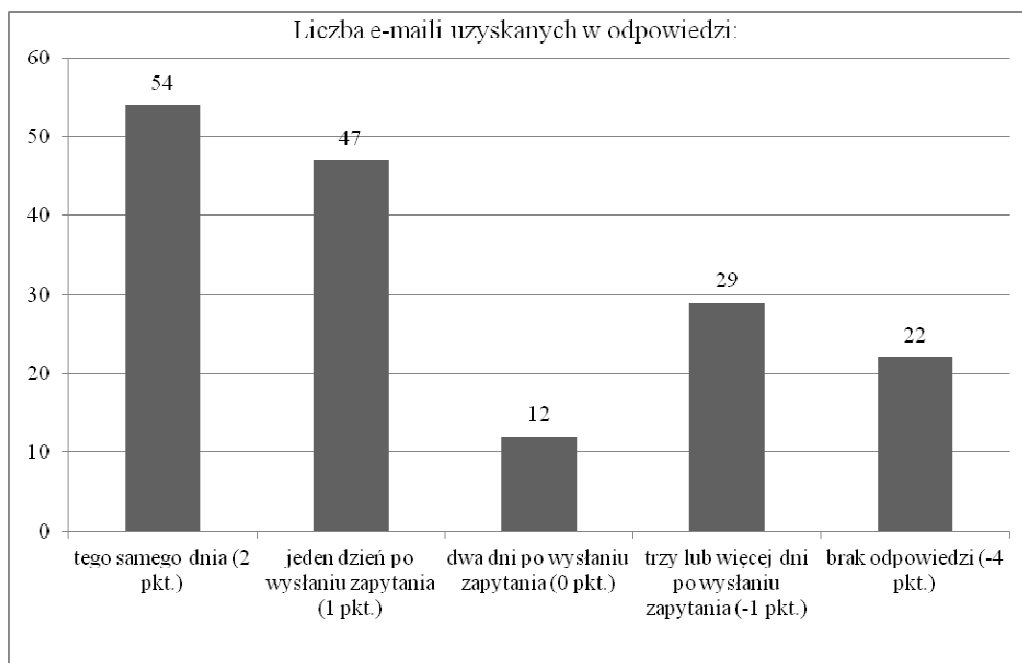
które nie były otwarte dla czytelników przez cały okres badania lub większą jego część. W ten sposób powstały dwie grupy badawcze:

- grupa pierwsza – biblioteki czynne w okresie badania, otwarte dla czytelników wszystkie bądź niektóre działy,
- grupa druga – biblioteki nieczynne w okresie badania, zamknięte dla czytelników w całym okresie badania lub jego większej części.

Czas odpowiedzi na zapytanie

Według przytaczanych wyżej źródeł, dotyczących komunikacji internetowej i savoir vivre'u w sieci, nie powinno się odpowiadać na e-mail później niż jeden dzień po jego otrzymaniu. Autorka badań podeszła do tej kwestii z większym dystansem. Na potrzeby niniejszego opracowania uznano, że zadowalające dla czytelnika będzie również uzyskanie informacji zwrotnej do dwóch dni po wysłaniu zapytania. Wyniki prezentuje Wykres 2.

Wykres 2. Czas odpowiedzi na zapytanie.



Źródło: opracowanie własne.

Na 164 wysłane zapytania otrzymano 142 odpowiedzi (co za tym idzie, 22 razy biblioteki uzyskały po -4 punkty za brak odpowiedzi). 54 razy księżnice przestały odpowiedź tego samego dnia i dostały po 2 punkty. 47 e-maili uzyskało po 1 punkcie – zostały wysłane jeden dzień po otrzymaniu zapytania. Zero punktów przyznano 12 wiadomościom przesłanym w dwa dni po otrzymaniu zapytania. 29 e-maili przyszło trzy lub więcej dni po otrzymaniu zapytania – te wiadomości uzyskały po -1 punkcie.

Korzystając ze skali wartościującej (Tabela 5), oceniono, w jakim stopniu biblioteki spełniają oczekiwania współczesnych czytelników. Biorąc pod uwagę to kryterium, można uznać, że większość placówek nie ma problemów z bieżącym odpowiadaniem na e-maile. Biblioteki mogły zdobyć w sumie od -16 do +8 punktów (od -4 do +2 za każdy z czterech e-maili), przy czym -4 punkty przyznawano za brak odpowiedzi, ponieważ taki przypadek powodował brak ocen w kolejnych kategoriach.

Tabela 5. Skala wartościująca – czas odpowiedzi na zapytanie.

Liczba zdobytych punktów (suma)	od 6 do 8 punktów	od 0 do 5 punktów	od -1 do -4 punktów	od -5 do -16 punktów
Ocena	Bardzo dobry	Zadowolający	Niezadowolający	Bardzo zły

Źródło: opracowanie własne.

Aż 12 z 26 bibliotek z pierwszej grupy zostało ocenionych „bardzo dobrze”, osiem placówek otrzymało ocenę „zadowolającą”, po trzy księżnice dostały pozostałe oceny – „niezadowolającą” oraz „bardzo złą”. Oznacza to, że za błędne można uznać postępowanie tylko trzech placówek, które uzyskały mniej niż -4 punkty w tej kategorii. Wyjątkowo źle oceniono Bibliotekę Politechniki Koszalińskiej, która zebrała aż -16 punktów (brak odpowiedzi na wszystkie cztery wysłane zapytania). Na ostatnich miejscach uplasowały się również Biblioteka Uniwersytecka we Wrocławiu (-8 punktów) oraz Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu (-7 punktów), w obu przypadkach otrzymano odpowiedzi na dwa z czterech e-mailowo wysłanych zapytań. Zaskakujące jest szczególnie to, że Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu jest zazwyczaj wskazywana jako lider, a jej serwis „Zapytaj bibliotekarza” wielokrotnie był prezentowany jako przykład dobrej praktyki⁶⁰. Warto zaznaczyć, że w tej grupie najlepiej ocenione zostały Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w

⁶⁰ Zob. np. P. Marcinkowski, *Ask A Librarian w Bibliotece Uniwersyteckiej w Poznaniu*, <http://bibliosfera.tv/wideo/13/ask-a-librarian-w-bibliotece-uniwersyteckiej-w-poznaniu-piotr-marcinkowski/> [10.09.2013].

Białymstoku oraz Biblioteka Główna Politechniki Warszawskiej (obie z maksymalną liczbą punktów +8).

Wśród bibliotek z drugiej grupy badawczej (zamkniętych) tylko jedna placówka uzyskała ocenę „bardzo dobrą” – Biblioteka Główna Wojskowej Akademii Technicznej im. Jarosława Dąbrowskiego w Warszawie. Sześć księżnic dostało ocenę „zadowalającą”, cztery ocenę „niezadowalającą”, a cztery „bardzo złą”. Żadna z bibliotek z tej grupy nie uzyskała maksymalnej liczby punktów ujemnych. Najgorzej oceniona została Biblioteka Główna Politechniki Częstochowskiej, zbierając aż -13 punktów.

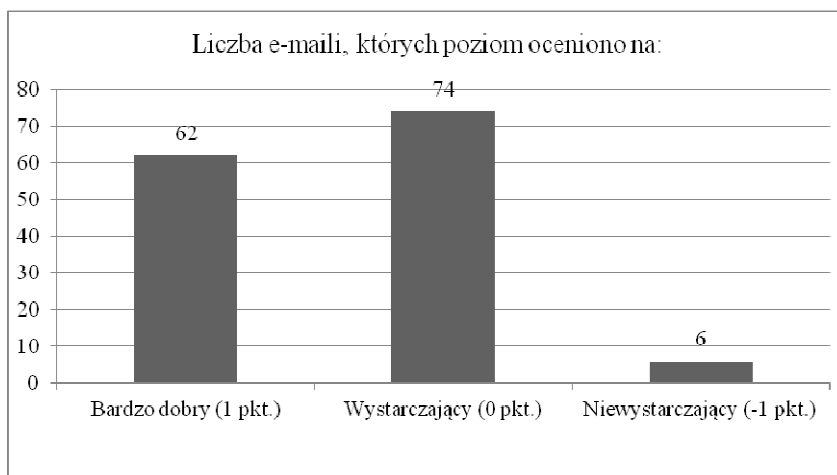
Wyniki badania przeprowadzonego podczas okresu zamknięcia bibliotek wskazują, że połowa instytucji nie odpowiada na e-maile w dniach, w których nie obsługuje czytelników. Tym bardziej warto wskazać na dobrą praktykę, jaką jest wysyłanie odpowiedzi na zapytania internetowe pomimo czasowego wstrzymania obsługi użytkowników. Blisko ½ bibliotek zamkniętych uzyskała oceny pozytywne, co świadczy o tym, że można na bieżąco odpowiadać na zapytania e-mailowe w tak specyficznym okresie jak wakacyjna przerwa. W większości placówek realizowane są wtedy zadania wymagające zamknięcia obiektu dla czytelników (np. skontrum), jednak bibliotekarze przychodzą do pracy i mogą odpisywać na e-maile. Wyjątkiem są biblioteki posiadające bardzo mały zespół (np. jedno- czy dwuetatowe), w których podczas wakacji może faktycznie nie być nikogo, ze względu na konieczność wzięcia urlopów przez całą kadrę, a także biblioteki w okresie przeprowadzek lub gruntownych remontów – brak dostępu do infrastruktury informatycznej.

Komunikacja internetowa jest specyficzną odmianą komunikacji społecznej. Biblioteki, jako placówki pożytku publicznego, powinny do niej podchodzić z równym zaangażowaniem, jak do porozumiewania się tradycyjnymi kanałami. Współczesny czytelnik, szczególnie młody (a takich głównie obsługują biblioteki uczelniane), oczekuje szybkiej i konkretnej odpowiedzi na zadane pytanie. Jak wspomniano wcześniej, komunikacja internetowa jest oderwana od czasu i miejsca – do tego przyzwyczajeni są internauci, dlatego argument, że placówka aktualnie nie jest otwarta dla czytelników, nie będzie dla nich do końca przekonujący. W sytuacjach, kiedy nie ma możliwości odpowiadania na zapytania można użyć opcji autorespondera, którego włączenie nie powinno sprawiać większych problemów. Na takie proste i często spotykane rozwiązanie nie zdecydowała się jednak żadna z bibliotek, która trafiła do drugiej grupy badawczej.

Poziom merytoryczny odpowiedzi

Oceniając poziom merytoryczny odpowiedzi kierowano się subiektywną oceną, biorąc pod uwagę własne doświadczenia w pracy bibliotekarza, a także te związane z otrzymywaniem odpowiedzi na zapytania kierowane do różnych bibliotek. Brano pod uwagę również cechy wpływające na efektywność komunikowania informacyjnego, np. kładzenie nacisku na informację, jej aktualność. Głównym elementem przyznawania ocen było stwierdzenie, czy dana wiadomość zawiera konkretną i rzeczową odpowiedź na wysłane zapytanie. Skalę oceniania zaprezentowano w Tabeli 2. Na Wykresie 3 przedstawiono wyniki oceny merytorycznej otrzymanych e-maili.

Wykres 3. Poziom merytoryczny odpowiedzi.



Źródło: opracowanie własne.

Wśród 142 otrzymanych odpowiedzi 62 otrzymały po 1 punkcie za wysoką wartość merytoryczną. 74 wiadomości uznano za poprawne – przyznano im po 0 punktów, sześć odpowiedzi oceniono negatywnie – te dostały po -1 punkcie.

Badane biblioteki mogły uzyskać w tej kategorii od -4 do +4 punktów, przy czym zero punktów należy odczytywać, jako ocenę pozytywną, ponieważ (jak wskazano w Tabeli 2) tyle punktów przyznawano wiadomościom zawierającym pełną odpowiedź na przesłane zapytanie, a więc wystarczającym z punktu widzenia czytelnika. Biblioteki oceniono korzystając ze skali wartościującej przedstawionej w Tabeli 6.

Tabela 6. Skala wartościująca – poziom merytoryczny odpowiedzi.

Liczba zdobytych punktów (suma)	od 3 do 4 punktów	od 0 do 2 punktów	od -1 do -2 punktów	od -3 do -4 punktów
Ocena	Bardzo dobry	Zadowolający	Niezadowolający	Bardzo zły

Źródło: opracowanie własne.

W tej kategorii w pierwszej grupie badawczej pięć bibliotek uzyskało ocenę „bardzo dobrą”, natomiast większość – 17 placówek, otrzymała ocenę „zadowolającą”. Tylko trzy księżnice odpisują na e-mailowe zapytania w sposób „niezadowolający”. Co istotne, żadna księżnica nie uzyskała najgorszej oceny w tej kategorii. Jedna biblioteka nie podlegała ocenie, ponieważ nie uzyskano od niej żadnej odpowiedzi (Biblioteka Politechniki Koszalińskiej).

Pozytywne oceny przyznane badanym księżnicom świadczą o tym, że jeżeli bibliotekarz odpowiada na zapytanie, to ta wiadomość w zdecydowanej większości sytuacji zadowoli użytkownika. Na uwagę zasługują te e-maile, które poza odpowiedzią na zapytanie zawierają jeszcze dodatkowe informacje dla czytelnika (aż 62 ze 142 otrzymanych). Za tego typu wartość dodaną uznano np. przesłanie linka z komentarzem – np. „więcej informacji na ten temat znajdzie Pan tu: *adres WWW*”, albo „szczegółowe informacje znajdzie Pan na stronie internetowej: *adres WWW*”. Odpowiedzi ocenione „bardzo dobrze” często zawierały również szczegółowe wyjaśnienia, jak krok po kroku czytelnik powinien się zachować, co miało szczególne znaczenie w przypadku trzeciego z wysyłanych zapytań.

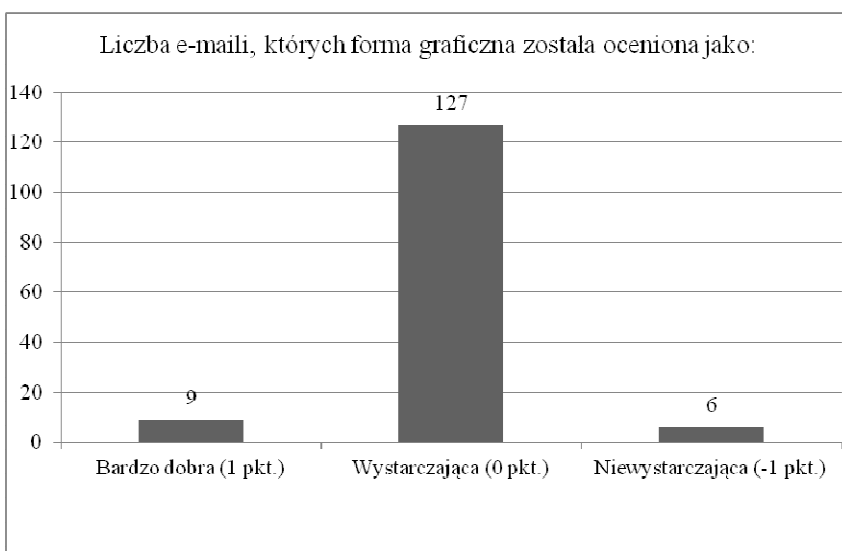
Najlepsze oceny w tej kategorii uzyskały Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku oraz Biblioteka Główna Politechniki Warszawskiej (obie z maksymalną liczbą punktów +4). Najgorzej oceniono: Bibliotekę Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, bibliotekę Główną i Centrum Informacji Naukowej Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu, Bibliotekę Uniwersytecką w Poznaniu (wszystkie uzyskały po -1 punkcie).

W drugiej grupie badawczej (bibliotek zamkniętych) jedna placówka uzyskała ocenę „bardzo dobrą”, 13 „zadowolającą”, a jedna „niezadowolającą”. Najwięcej punktów uzyskała Biblioteka Śląskiej Wyższej Szkoły Zarządzania im. Gen. Jerzego Ziętka w Katowicach (placówka zdobyła maksymalną liczbę punktów +4). Najmniej punktów uzyskała Biblioteka Główna Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie (-1 punkt).

Forma graficzna odpowiedzi

Oceniając formę graficzną odpowiedzi kierowano się subiektywną oceną, biorąc pod uwagę wygląd e-maila oraz zasady netykiety. Zwracano uwagę na sposób prezentacji treści i użycie pomocy wizualnych, a także na ogólne wrażenie, jakie sprawiała konkretna wiadomość (schludna, niechlujna, przeładowana, nieczytelna itp.). Skalę oceniania zaprezentowano w Tabeli 6. Na Wykresie 4 przedstawiono wyniki oceny formy graficznej otrzymanych odpowiedzi.

Wykres 4. Forma graficzna odpowiedzi.

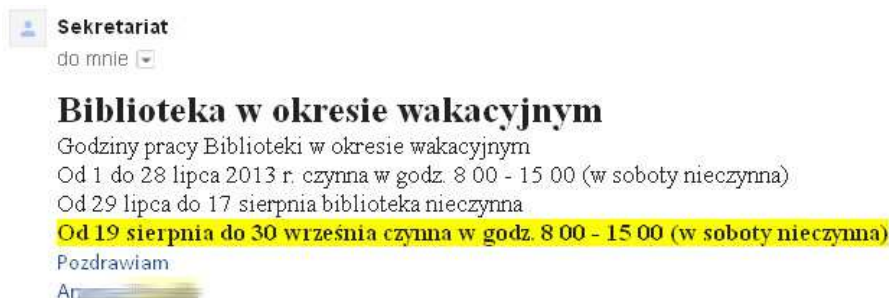


Źródło: opracowanie własne.

Wśród 142 otrzymanych odpowiedzi 9 otrzymało po 1 punkcie – wiadomości te zawierały elementy graficzne adekwatne do treści i ułatwiające jej zrozumienie. 217 wiadomości uznano za poprawne – przyznano im po 0 punktów, sześć odpowiedzi oceniono negatywnie – te otrzymały po -1 punkcie. Ocena negatywna oznacza, że otrzymana wiadomość nie wygląda schludnie lub elementy graficzne przeszkadzają w odbiorze treści. Taka sytuacja zdarza się najczęściej wtedy, gdy bibliotekarz kopiuje informacje ze strony internetowej lub innych dokumentów, a następnie wkleja w treść e-maila oraz nie formatuje układu treści, nie ujednocila kolorystyki i użytych krojów czcionek (przykład pokazano na Rysunku 1). Warto również zwrócić uwagę, czy przekopiowane treści są rzeczywiście w całości potrzebne użytkownikowi, czy nie należałoby ich skrócić lub dopisać komentarza. Odbiór treści może

być również zaburzony, jeśli cytowane fragmenty wysłanego zapytania znajdują się w nieodpowiednich miejscach, są bardziej widoczne niż sama odpowiedź.

Rysunek 1. Skopiowane i wklejone w wiadomość e-mail informacje.



Źródło: opracowanie własne.

Badane placówki mogły uzyskać w tej kategorii od -4 do +4 punktów, przy czym zero punktów należy odczytywać jako ocenę pozytywną, ponieważ (jak wskazano w Tabeli 2) tyle punktów przyznawano wiadomościom nie zawierającym elementów graficznych, schludnym. Biblioteki oceniono, korzystając ze skali wartościującej przedstawionej w Tabeli 6.

W tej kategorii w pierwszej grupie badawczej żadna z bibliotek nie uzyskała oceny „bardzo dobrej”, natomiast większość – 22 placówki, otrzymały ocenę „zadowalającą”, trzem przydzielono ocenę „niezadowalającą”. Co istotne, żadna księżnica nie uzyskała najgorszej oceny w tej kategorii. Jedna księżnica nie podlegała ocenie, ponieważ nie uzyskano od niej żadnej odpowiedzi (Biblioteka Politechniki Koszalińskiej).

W większości wypadków forma graficzna odpowiedzi jest „zadowalająca”. W praktyce elementy graficzne ułatwiające zrozumienie treści wiadomości są przydatne w niewielu sytuacjach. Badane biblioteki decydowały się na rozpiskę godzin otwarcia w formie przejrzystej tabeli, w ten sam sposób przedstawiały również cennik.

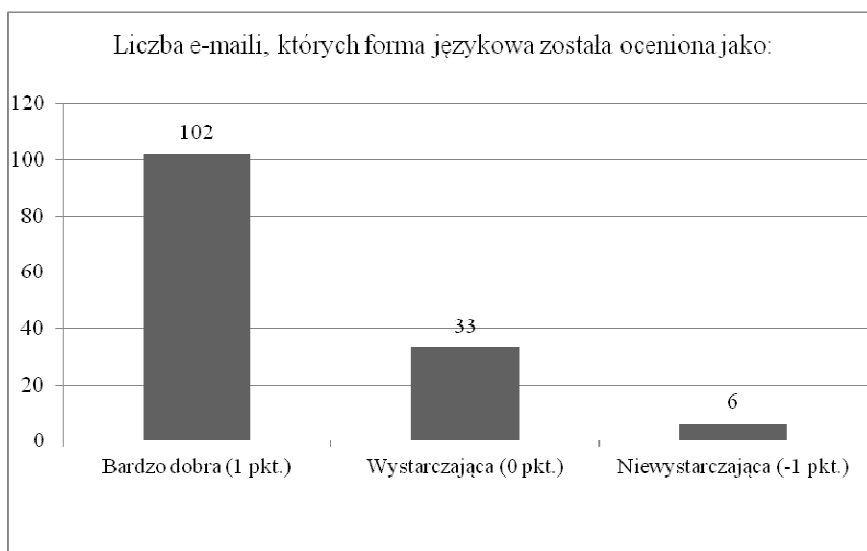
Najlepsze oceny w tej kategorii uzyskały Biblioteka Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku, Biblioteka Główna Politechniki Warszawskiej oraz Biblioteka Główna Uniwersytetu Gdańskiego (wszystkie z liczbą punktów +2). Najgorzej oceniono: Bibliotekę Uniwersytecką w Poznaniu oraz Bibliotekę Politechniki Lubelskiej (obie uzyskały po -2 punkty).

W drugiej grupie (bibliotek zamkniętych) 14 placówek otrzymało ocenę „zadowalającą”, a tylko jedna „niezadowalającą”. Najwięcej punktów uzyskały: Biblioteka Główna Szkoły Główniej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie oraz Bibliotekę Główną Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (placówki zdobyły po 1 punkcie). Najmniej punktów uzyskała Biblioteka Główna Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego w Gdańsku (-1 punkt).

Forma językowa odpowiedzi

Oceniając formę językową odpowiedzi zwracano uwagę na poprawność językową oraz grzeczność językową. Brano pod uwagę również zasady netykiety. Skalę oceniania zaprezentowano w Tabeli 6. Na Wykresie 5 przedstawiono wyniki oceny formy językowej otrzymanych odpowiedzi.

Wykres 5. Forma językowa odpowiedzi.



Źródło: opracowanie własne.

Ze 142 otrzymanych odpowiedzi aż 103 otrzymały po 1 punkcie – wiadomości te zawierały zwroty grzecznościowe (w tym zwrot do adresata i pożegnanie) oraz były napisane poprawną polszczyzną. 33 wiadomości uznano za „wystarczające” – przyznano im po 0 punktów. Były napisane poprawną polszczyzną, ewentualnie z nielicznymi literówkami i/lub brakiem

niektórych znaków diakrytycznych czy interpunkcyjnych, nie zawierały powitania lub pożegnania. Sześć odpowiedzi oceniono negatywnie – te dostały po -1 punkcie. Ocenę negatywną przyznawano wiadomości napisanej z błędami, w której występowała rażąca liczba literówek, brak znaków diakrytycznych oraz interpunkcyjnych – przykład przedstawiono na Rysunku 2.

Rysunek 2. Błędy językowe w wiadomości e-mail.



Źródło: opracowanie własne.

Badane placówki mogły uzyskać w tej kategorii od -4 do +4 punktów. Zero punktów należy odczytywać jako ocenę pozytywną, ponieważ (jak wskazano w Tabeli 2) tyle punktów przyznawano wiadomościom zawierającym nieliczne i nieznacznie zakłócające odbiór treści błędy. Biblioteki oceniono korzystając ze skali wartościującej przedstawionej w Tabeli 6.

W tej kategorii w pierwszej grupie badawczej aż 15 bibliotek uzyskało ocenę „bardzo dobrą”. Ośmiu placówkom przydzielono ocenę „zadowalającą”, a trzem „niezadowalającą”. Co istotne, żadna księżnica nie uzyskała najgorszej oceny w tej kategorii. Jedna biblioteka nie podlegała ocenie, ponieważ nie uzyskano od niej żadnej odpowiedzi (Biblioteka Politechniki Koszalińskiej). Z drugiej grupy 14 placówek otrzymało ocenę „zadowalającą”, a tylko jedna „niezadowalającą”.

W większości wypadków forma językowa odpowiedzi została oceniona pozytywnie. Bibliotekarze piszą poprawną polszczyznę i nie robią rażących błędów. Często zdarzają się

literówki oraz brak niektórych znaków interpunkcyjnych, co może wynikać z pośpiechu w pisaniu odpowiedzi i braku czasu na jej porządne sprawdzenie przed wysłaniem. Biorąc pod uwagę specyfikę komunikacji internetowej, należy drobne błędy uznać za nieznacznie utrudniające odbiór treści (internauci są do nich przyzwyczajeni⁶¹). Ponadto zdecydowana większość bibliotekarzy podpisuje się pod e-mailem z imienia i nazwiska, co należy uznać za dobrą praktykę. Aż 118 ze 142 otrzymanych wiadomości tak właśnie podpisano.

Warto również zwrócić uwagę na stosowane w korespondencji powitania. Dominujące są formy na „Pan/Pani” – najczęściej bibliotekarze rozpoczynają wiadomość zwrotem „Szanowna/y Pani/e”. Są to poprawne powitania, najbardziej bezpieczne z punktu widzenia bibliotekarza reprezentującego instytucję. Często używane są także nagłówki mniej oficjalne, takie jak „Witam” oraz „Dzień dobry”. Niewiele wiadomości nie posiadało żadnej formy zwrotu do adresata. E-maile najczęściej zakończone były popularnym zwrotem „Pozdrawiam” lub „Z pozdrowieniami”. Rzadko używano oficjalnego „Z poważaniem”. Nieliczni bibliotekarze pomijali pożegnania w wiadomościach. Należy pamiętać, że formy mniej oficjalne, niedopuszczalne w korespondencji tradycyjnej, w Internecie mogą być stosowane. Warto zwrócić uwagę na fakt, że oceniane w badaniu e-maile stanowiły odpowiedzi na zapytania wysyłane z różnymi powitaniami. Trudno określić, jaki wpływ na formę powitania użytą w odpowiedzi ma to, jakim zwrotem wiadomość rozpoczął wysyłający zapytanie. Błędem jest zupełny brak zwrotu do odbiorcy. Za niegrzeczne można uznać także brak pożegnania i podpisu.

W tej kategorii biblioteki oceniono wysoko i nie wyróżniono wyróżniających się w grupach liderów. W pierwszej grupie najgorzej oceniono: Bibliotekę Uniwersytecką w Poznaniu, Bibliotekę Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu (obie uzyskały po -1 punkcie). W drugiej grupie (bibliotek zamkniętych) najmniej punktów uzyskała Biblioteka Główna Politechniki Częstochowskiej oraz Biblioteka Główna Akademii Morskiej w Szczecinie (-1 punkt).

Badaniom towarzyszyła myśl o poszukiwaniu błędów w komunikacji. W toku analizy zebranego materiału badawczego okazało się, że tego typu zachowania stanowią margines. Większość bibliotek została oceniona dobrze lub bardzo dobrze, nieliczne otrzymały oceny

⁶¹ Ponadto mniej restrykcyjnie podchodzi się do błędów językowych popełnianych w komunikacji internetowej niż tych w oficjalnych pismach. Nie oznacza to, że bibliotekarz odpisujący na zapytania e-mailowe nie powinien się nimi przejmować. Powinien pisać poprawnie, ponieważ reprezentuje instytucję, jeżeli jednak nieznaczny błąd się pojawi, to prawdopodobnie wielu odbiorców e-maila nawet go nie zauważy.

niezadowolające czy bardzo złe. Tabele 7 i 8 przedstawiają powstały w toku badania ranking bibliotek.

Za błędy w komunikacji za pośrednictwem e-maili należy uznać brak odpowiedzi. Zjawisko takie zaobserwowano w przypadku 22 ze 164 wysłanych wiadomości i dotyczyło 12 z 41 badanych bibliotek. Warto jednak zwrócić uwagę, że aż 8 stanowiły księżnice zamknięte w okresie badania, co może tłumaczyć fakt braku informacji zwrotnej. Za poważny błąd należy uznać również brak odpowiedzi na skierowane zapytanie w e-mailu zwrotnym do czytelnika. Sytuację taką zaobserwowano jedynie w przypadku 6 ze 142 przysłanych listów i dotyczyła ona czterech bibliotek. Podstawowym celem odpowiedzi powinno być zaspokojenie potrzeby informacyjnej użytkownika. Nie zaobserwowano większych błędów w formie graficznej i językowej wiadomości. Zdecydowana większość bibliotekarzy radzi sobie w tym zakresie dobrze lub bardzo dobrze. Błędy to zazwyczaj literówki, brak zwrotów grzecznościowych czy interpunkcji.

Tabela 7. Ranking – grupa pierwsza (biblioteki otwarte w czasie badania)

Miejsce w rankingu	Biblioteka	Uzyskane punkty (suma)
1.	Uniwersytecka im. Jerzego Giedroycia w Białymstoku	18
	Główna Politechniki Warszawskiej	18
2.	Uczelniana Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jana Amosa Komeńskiego w Lesznie	14
	Główna Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego	14
3.	Uniwersytecka w Toruniu	12
	Uniwersytecka w Warszawie	12
	Główna Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach	12
	Główna Politechniki Wrocławskiej	12
	Politechniki Lubelskiej	12
	Główna Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu	12
4.	Biblioteka Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej	11
5.	Główna Uniwersytetu Gdańskiego	9
	Główna Politechniki Śląskiej w Gliwicach	9

6.	Politechniki Poznańskiej	8
	Jagiellońska	8
7.	Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu	7
8.	Główna Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie	5
	Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu	5
9.	Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Głogowie	4
	Uniwersytetu Rzeszowskiego	4
10.	Główna Uniwersytetu Szczecińskiego	3
11.	Główna Politechniki Gdańskiej	1
12.	Główna i Centrum Informacji Naukowej Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu	0
13.	Uniwersytecka we Wrocławiu	-6
14.	Uniwersytecka w Poznaniu	-11
15.	Politechniki Koszalińskiej	-16

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 8. Ranking - grupa druga (biblioteki zamknięte w czasie badania)

Miejsce w rankingu	Biblioteka	Uzyskane punkty (suma)
1.	Główna Wojskowej Akademii Technicznej im. Jarosława Dąbrowskiego	11
2.	Główna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie	10
3.	Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy	8
	Główna Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie	8
4.	Główna Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie	5
5.	Śląskiej Wyższej Szkoły Zarządzania im. Gen. Jerzego Ziętka w Katowicach	4
	Politechniki Krakowskiej im. Tadeusza Kościuszki	4
	Uniwersytecka w Kielcach	4

6.	Główna Szkoła Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie	2
7.	Uniwersytetu Zielonogórskiego	0
8.	Główna Akademia Morskiej w Szczecinie	-2
9.	Główna Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie	-6
10.	Uniwersytecka KUL	-7
11.	Główna Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego w Gdańsku	-10
12.	Główna Politechniki Częstochowskiej	-14

Źródło: opracowanie własne.

Zakończenie

Komunikacja internetowa, stanowiąca coraz częściej wybierany przez czytelników kanał komunikacji, jest niezwykle istotna dla prawidłowego funkcjonowania nowoczesnej biblioteki. W szczególności dla ksiąźnicy uczelnianej – obsługującej głównie osoby młode, dla których Internet to nie tylko medium, ale wirtualny świat. Oferowanie użytkownikom usługi kontaktu poprzez pocztę elektroniczną wiąże się z koniecznością podjęcia przez instytucję konkretnych działań, które spowodują, że usługa będzie realizowana sprawnie, będzie ceniona i chętnie użytkowana. Należy się zastanowić, na ile taka usługa ma być dobrem samym w sobie, a na ile ma rzeczywiście spełniać oczekiwania użytkowników. Efektywne komunikowanie się stanowi bowiem podstawę w spełnianiu funkcji informacyjnej przez biblioteki.

Z przedstawionych badań wynika, że bibliotekarzom zależy na poprawnej komunikacji internetowej z użytkownikami. Można stwierdzić, że polskie biblioteki uczelniane dobrze radzą sobie z tą kwestią. Wysyłane przez bibliotekarzy e-maile spełniają oczekiwania czytelnika i zaspokajają jego potrzeby informacyjne. Ponadto duża liczba e-maili zawierających informacje dodatkowe świadczy o tym, że pracownicy uczelnianych ksiąźnic chcą udzielać odpowiedzi wyczerpujących temat i na wysokim poziomie merytorycznym. Bibliotekarze nie posiadają większych problemów z pisaniem poprawną polszczyzną oraz wysyłają e-maile o schludnym wyglądzie. Nieliczne ksiąźnice mają problem z czasem odpowiedzi na zapytania wysłane drogą elektroniczną. Nie można mówić o poważnych błędach, te stanowią margines.

Bibliografia

1. Aouil B., *Komunikowanie się w Internecie – narzędzia, specyfika i właściwości*, w: red. M. Wawrzak-Chodaczek, *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, 2008
2. Bard A., Söderqvist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006
3. Bugajski M., *Język w komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007
4. Castells M., *Spółczesność sieci*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
5. Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
6. *Gadu dodatki*, GG Network SA, 2013,
<http://www.gadudodatki.pl/webAplikacje/show/id/39077>
7. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005
8. Grzenia J., *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007
9. Hambridge S., *RFC 1855 - FYI 28 on "Netiquette Guidelines"*. <http://www.rfc1855.net/> [06.08.2013]
10. <http://bibliosfera.tv/wideo/13/ask-a-librarian-w-bibliotece-unwersyteckiej-w-poznaniu-piotr-marcinkowski/> [10.09.2013]
11. Jażdżewska B., *Historia Internetu*, <http://www.oeizk.edu.pl/informa/jazdzewska> [10.09.2008]
12. Kisilowska M., *Biblioteka w sieci – sieć w bibliotece*, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2010
13. Krejtz K., Krejtz I., *Ja w sieci, sieć we mnie. Zależności pomiędzy doświadczeniami relacji w internecie a reprezentacją obrazu siebie*, w: D. Batorski, M. Maroda, A. Nowak, *Spółczesna przestrzeń Internetu*, Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2006
14. Krol E., Hoffman E., *RFC 1462 - FYI on "What is the Internet?"*, <http://www.faqs.org/rfcs/rfc1462.html> [06.08.2013]
15. Lombard D., *Globalna wioska cyfrowa*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2009
16. Łęski Z., Wieczorek Z., *Internet – informacja czy relacja?*, w: *Oblicza Internetu*, red. M. Sokołowski, Instytut Informatyki Stosowanej PWSZ w Elblągu, Elbląg 2004

17. Marcinkowski P., *Ask A Librarian w Bibliotece Uniwersyteckiej w Poznaniu*,
<http://bibliosfera.tv/wideo/13/ask-a-librarian-w-bibliotece-uniwersyteckiej-w-poznaniu-piotr-marcinkowski/> [10.09.2013]
18. Marcjanik M., *Grzeczność w komunikacji językowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008
19. Marcjanik M., *Mówimy uprzejmie. Poradnik językowego savoir-vivre'u*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009
20. McLuhan M., *Przekazem jest przekaznik*, w: J. Gajda, *Media w edukacji*, Gdańsk 2004
21. Murray P.J., *Forms or types of CMC*, "Computer Mediated Communication Magazine", 1997, Vol. 4, No 1
22. Murray P.J., *What Is CMC?*, "Computer Mediated Communication Magazine" 1997, Vol. 4, No 1
23. Nowak A., Krejtz K., *Internet z perspektywy nauk społecznych*, w: D. Batorski, M. Maroda, A. Nowak, *Spółeczna przestrzeń Internetu*, Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2006
24. Pisarek W. (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Universitas, Kraków 2006
25. Pistol K., *Psychologiczne aspekty komunikacji za pośrednictwem sieci*,
<http://web.archive.org/web/20050404080056/http://www.nadcisnienie.med.pl/konferencja/prace/pistol/cmc44.html> [07.08.2013].
26. Płonka-Syroka B., *e-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo*, Arboretum, Wrocław 2008
27. *POL-on. System informacji o szkolnictwie wyższym*, <https://polon.nauka.gov.pl/> [15.03.2012]
28. Przywara B., *Człowiek w sieci. Socjologiczne ujęcie więzi wirtualnych*, w: *Oblicza Internetu. Internet a globalne społeczeństwo informacyjne*, red. nauk. M. Sokołowski, Instytut Informatyki Stosowanej Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu, Elbląg, 2005
29. Rheingold H., *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*,
<http://books.google.com/books?id=fr8bdUDisqAC&printsec=frontcover&dq=rheingold&hl=pl#PPR15,M1>, [07.08.2013]
30. Zieliński J., *Ideologia Internetu*, <http://www.winter.pl/internet/ideologia.html> [09.09.2013]
31. Zygmunt M., *Ludzie listy piszą...* „Biuletyn Informacji Biblioteki Narodowej” 1999, nr 3