

Emilia Lepkowska, Łukasz Jeszke, Iwona Pujanek,  
Politechnika Poznańska, Biblioteka  
61- 138 Poznań, ul. Piotrowo 2  
{emilia.lepkowska,lukasz.jeszke,iwona.pujanek,}@put.poznan.pl

## **Komunikacja w bibliotece akademickiej i jej rola jako narzędzia promocji zasobów i usług w środowisku akademickim**

### **Communication in an academic library and its role as a tool for promoting resources and services in the academic environment**

#### ***Streszczenie***

Z uwagi na szybki rozwój technologii komunikacyjno-informacyjnych znaczenie komunikacji interpersonalnej stale wzrasta. Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi pozwala bibliotekom akademickim stać się głównym miejscem transferu wiedzy. W referacie przedstawiono różnorodne formy komunikacji interpersonalnej i wirtualnej, występujące w Bibliotece Politechniki Poznańskiej w relacjach bibliotekarz-użytkownik w oparciu o doświadczenia pracowników Oddziału Obsługi Użytkowników i Pracowni E-biblioteki.

Podstawową formą komunikacji interpersonalnej jest tradycyjna komunikacja werbalna i niewerbalna generująca wieloaspektową komunikację wirtualną. Rozwój i współistnienie tych dwóch form komunikacji w bibliotece zostały ukazane w kontekście prowadzonych działań promocyjnych i usługowych. Wykazano, że różnorodność form komunikacyjnych wpływa na kształt i realizację bieżących i przyszłych usług bibliotecznych oraz warunkuje dalszy rozwój kompetencji komunikacyjno-informacyjnych.

*Słowa kluczowe: komunikacja interpersonalna, biblioteka, promocja, usługi dedykowane.*

#### ***Abstract***

Growth of information and communication technology is strictly linked to interpersonal communication needs. Usage of modern solutions can help academic libraries to be one of the main source of knowledge transfer. Article presents different ways of interpersonal and virtual communication between user and librarian, based on example of Poznan of Technology University Library (in particular within experience of Reading Rooms Department and E-library Laboratory).

Among basics forms of communication authors presents traditional communication (verbal and nonverbal) and more advanced virtual communication. Communication forms have an impact on and are connected with library offer, promotional efforts and information literacy level among users.

*Keywords: interpersonal communication, library, promotion, dedicated services*

#### **Wprowadzenie**

Komunikacja stanowi podstawę działań międzyludzkich w różnych sferach życia społecznego i zawodowego. Obecnie znaczenie komunikacji społecznej wzrasta z uwagi na rozwój nowych technologii i powszechny dostęp do informacji.

Dla społecznego komunikowania nie wystarczą środki techniczne, ważną rolę pełnią umiejętności pozyskiwania, przetwarzania i następnie przekazywania informacji. Każdy człowiek potrafi intuicyjnie zrozumieć pojęcie komunikacji. Komunikowanie interpersonalne zazwyczaj rozumiemy jako rodzaj kontaktu między co najmniej dwoma podmiotami (w przypadku komunikacji interpersonalnej są to oczywiście ludzie), dzięki którym zachodzi proces informacji między jego uczestnikami

### **Komunikacja werbalna i usługi w bibliotece naukowej**

Użytkowników bibliotek naukowych można sklasyfikować w następujących kategoriach: studenci (I,II,III stopnia - doktoranci) pracownicy naukowcy oraz inni użytkownicy (emeryci dyplomanci, uczniowie, e-użytkownicy). Jeszcze kilka lat temu komunikaty można było podzielić według kategorii i liczby odbiorców na skierowane do czytelników indywidualnych i grup. Komunikaty do odbiorców pojedynczych mają zwykle charakter wtórny i są odpowiedzią na zgłaszane zapytania i potrzeby. Obejmują przyjęcie zapytania, opracowanie odpowiedzi i przekazanie jej użytkownikowi. Są to komunikaty proste i złożone obejmujące coraz szersze spektrum informacji. Nadal nasze komunikaty muszą być jasne, zwięzłe, ale coraz częściej muszą być wzbogacone fachowym słownictwem i dobrą znajomością obsługi sprzętów np. skanera, tablicy interaktywnej. Nie straciły na znaczeniu podstawowe zasady komunikacji werbalnej:

- reguła zrozumiałości, poprawności gramatycznej,
- reguła ekonomiczności (bez zbędnych powtórzeń),
- reguła ekspresyjności (pokazania swoich uczuć),
- reguła uprzejmości (okazywanie akceptacji),
- reguła skromności (unikanie wywyższania<sup>1</sup>).

Komunikaty skierowane do grup mają charakter pierwotny, pojawiają się z inicjatywy bibliotekarzy i mają zwykle cel edukacyjny np. infoprogramy, e-learning, szkolenia z baz, wyszukiwarek, promocję biblioteki.

Komunikaty werbalne dzielimy także na ustne i pisemne. Te pierwsze realizujemy w bezpośrednim kontakcie z użytkownikiem, oraz dla wymiany informacji między współpracownikami. Nie straciła na ważności rozmowa z czytelnikiem *vis a vis* odbywająca się zwykle w wypożyczalni lub czytelniku podczas warunku wiarygodności i zrozumienia informacji. (Wiarygodność czytelnika to rzeczywiste zainteresowanie tematem. Wiarygodność bibliotekarza wiąże się z jego kwalifikacjami zawodowymi, umiejętnością znalezienia odpowiedzi na zadane pytanie, znajomością zasobów biblioteki). Tutaj postęp technologiczny wymusił znajomość nowych technik.

Przesunęły się obszary komunikatów formułowanych pisemnie. To już nie tylko oficjalna korespondencja instytucji, komunikaty i informacje wywieszane dla czytelników. Większość komunikatów poza e-mailowymi to komunikaty w Internecie na stronie domowej biblioteki lub na facebooku. Ważne miejsce zajmuje też informacja wizualna czyli telebimy. Tu komunikaty formułowane są na bieżąco i ciągle powtarzane. Obszar komunikacji werbalnej w ostatnich latach znacznie się poszerzył i wzbogacił o nowe źródła. Dzięki Internetowi jej zasięg jest praktycznie nieograniczony. Ważną rolę we współczesnej komunikacji werbalnej odgrywają strony domowe bibliotek naukowych-zawierające kompendia wiedzy o usługach, ofercie źródeł elektronicznych, baz.

Obecnie bibliotekarze mają nieograniczone możliwości kontaktu z użytkownikiem.

---

<sup>1</sup> E. Lepkowska, G. Kostecki: *Komunikacja Interpersonalna a wizerunek biblioteki w nowoczesnej bibliotece*. Biuletyn EBIB [on-line] 2006 nr.10 [Dostęp z dnia 30.04 2013].Dostępny w World Wide Web: [www.nowyebib.info2006/80/a.php?lepkowska\\_kostecki](http://www.nowyebib.info2006/80/a.php?lepkowska_kostecki)

E-mail z przypomnieniem o zwrocie książek, informacja o rezerwacji on-line pokoi pracy zespołowej, wystawach, imprezach w bibliotece typu „Noc Naukowców” to także komunikaty werbalne przekazywane drogą elektroniczną.

Takie usługi jak funkcjonująca w BPP usługa „Zamów kopię” to również komunikacja werbalna. Usługa ta zapewnia dostarczanie kopii artykułów z czasopism drukowanych dostępnych w katalogu on-line naszej biblioteki. Usługa jest dostępna dla wszystkich użytkowników posiadających aktywne konto biblioteczne. Można jednorazowo zamówić kopie trzech artykułów-przyciskiem: *zamów kopię* umieszczonym w opisie katalogowym czasopisma. Wyniki w postaci skanu są przesyłane na adres e-mailowy użytkownika w ciągu pięciu dni. Usługa ta cieszy się dużym zainteresowaniem - około 3500 zeskanowanych stron wysyłanych jest w ciągu roku. W roku 2012 odpowiada to realizacji 500 zamówień; do 30 kwietnia 2013 roku zrealizowano już 299 zamówień – wysłano 2221 zeskanowanych stron tekstu. Jak widać z powyższego jest to coraz bardziej popularna forma wśród użytkowników.

Inną formą usługi związaną z komunikacją werbalną jest usługa: „Zapytaj bibliotekarza” Jest ona realizowana dwutorowo. Ze strony domowej BPP jest dostępna usługa, dająca możliwość wysłania e-maili z zapytaniem. Jest to dobre i przydatne źródło informacji on-line jednak coraz częściej użytkownicy oczekują odpowiedzi w czasie rzeczywistym. W związku z tym od stycznia 2012 usługa ta poszerzona została o czat oraz telefon komórkowy. Jeśli użytkownik ma problem ze skorzystaniem z danej usługi lub czegoś nie rozumie, może w łatwy, anonimowy sposób się z nami skontaktować. I nie tylko uzyskać szybką odpowiedź na zadane pytanie, ale dzięki wymianie pytań i odpowiedzi odpowiedzieć na wszelkie „potrzeby usłpione”. Zakres odpowiedzi jest szeroki: od zasad funkcjonowania biblioteki po przeszukiwanie e-zasobów. Czat początkowo oparty był na komunikatorze internetowym meebo messenger, obecnie działa na komunikatorze web.gadu-gadu. dostępnym z poziomu przeglądarki internetowej. Usługa „Zapytaj bibliotekarza” jest usługą infobrokerską z dwoma zastrzeżeniami: jest bezpłatna oraz pomaga w rozwiązaniu problemów - nie daje gotowych wzorów.<sup>2</sup>

Jest to komunikacja odpowiadająca użytkownikom-świadczy o tym rosnąca ilość udzielanych rocznie odpowiedzi. W roku 2012 użytkownicy sformułowali 461 pytań, a już 529 zapytań padło do 30 kwietnia 2013 r.

## **Komunikacja niewerbalna a użytkownik w bibliotece naukowej**

Przekaz informacji odbywa się tu zwykle wielokanałowo, poza słowami które wypowiadamy informujemy również poprzez: postawę ciała, intonację głosu, mimikę, kontakt wzrokowy, gesty, odległość, aparycję, strój.

Właściwy odbiór informacji polega na wychwyceniu tych wszystkich komunikatów i połączeniu ich w spójną całość zgodnie z intencją nadawcy. Przy interpretacji komunikacji niewerbalnej konieczne jest rygorystyczne przestrzeganie holistycznej analizy komunikatów, a więc jednoczesnego interpretowania słów i wszystkich zachowań danej osoby oraz analizowania warunków, w jakich rozmówcy się znajdują.

Komunikaty werbalne i niewerbalne w bibliotece jak w każdej innej instytucji są często sprzeczne lub niespójne co utrudnia prawidłowy odbiór informacji. Warto pamiętać, że bliższy prawdy jest zawsze komunikat niewerbalny, ponieważ częściej jest nadawany nieświadomie i trudniej nim manipulować.<sup>3</sup> Słowo jest narzędziem, wykorzystywanym

---

<sup>2</sup> M. Siąkowski, *Zapytaj bibliotekarza*. Głos Politechniki 2012 nr.3, s.19-20

<sup>3</sup> E. Lepkowska, *Wpływ komunikacji interpersonalnej na wizerunek biblioteki i relacje bibliotekarz-użytkownik*. [W] *Przestrzeń informacyjna biblioteki akademickiej-Tradycja i nowoczesność*. Toruń 2009, s.303-318

zależnie od intencji nadawcy. Pracując z czytelnikiem, należy szybko działać, umieć odpowiednio reagować, a niejednokrotnie wykazać się wiedzą z różnych dziedzin, trzeba mieć także wyczucie, intuicję i wolę współdziałania. Musimy zdawać sobie sprawę z tego jak duże znaczenie ma wygląd pracownika (ubiór), zachowanie się, (kontakt wzrokowy, sposób mówienia, komunikatywność, chęć pomocy). Przekaz niewerbalny jest pełniejszy niż językowy, ponieważ przesyła informacje wieloma kanałami i nie możemy go przerwać, tak jak możemy na poziomie językowym. Komunikując się niewerbalnie przekazujemy głównie emocje i tworzymy relacje międzyludzkie. Ale ponieważ 65% sygnałów i wiadomości pochodzi z sygnałów niewerbalnych –to tylko 35% pozostaje na akt mowy.

### **Formy komunikacji niewerbalnej**

Nadal pierwsze wrażenie tworzymy na podstawie wyglądu fizycznego nowo poznanej osoby, oceniając jej atrakcyjność fizyczną, płeć, wzrost, wagę, ubranie. Na tej podstawie wystawiamy pierwsze oceny. Czyli bardzo ważny jest styl ubierania się. Walcząc ze stereotypami ” szarych myszy bibliotecznych” , musimy pamiętać, że ubranie ma własną mowę i kody, których znaczenie przypisujemy określonym typom sytuacji. Zawsze mamy tendencje do obdarzania zaufaniem ludzi, których ubiór odzwierciedla profesjonalizm.

Mowa ciała - nasza postawa, gesty, oczy to możliwość pozytywnego komunikowania uczuć, dlatego należy unikać w pracy postawy obronnej, krzyżowania rąk.

Wyraz twarzy - ujawnia uczucia i emocje. Wiemy z doświadczenia, że na uśmiech reagujemy pozytywnie. Bibliotekarz, który się uśmiecha do użytkownika jest instynktownie odbierany pozytywnie. Równie ważny jest kontakt wzrokowy, aby komunikować zainteresowanie, budować poczucie jedności grupy.

Głos - komunikuje więcej niż słowa. Tempo mówienia i wysokość głosu wzmacniają uwagę i utrzymują uwagę słuchaczy.

### **Medialny proces komunikacyjny**

Najnowsze środki komunikowania się w dużym stopniu zmodyfikowały tradycyjne rodzaje komunikacji. Ludzie coraz rzadziej prowadzą bezpośrednie rozmowy. Wypierają je rozmaite formy komunikacji elektronicznej (poczta internetowa, komunikatory, fora, czaty, grupy dyskusyjne, itp.). Medialny proces komunikacyjny wskazuje na większą niż bezpośrednia odległość fizyczną. Rozmawiający posługują się wytworzonymi przez człowieka narzędziami (urządzeniami), które umożliwiają komunikację.

Komunikacja międzyludzka jest środkiem transferu wiedzy, rozumianej jako umiejętność wykorzystania informacji do skutecznego i efektywnego działania. Także komunikacja za pośrednictwem sieci komputerowych odbywa się wyłącznie na płaszczyźnie werbalnej - tekstowej.

Dostępne obecnie formy komunikacji za pośrednictwem sieci komputerowych najogólniej można podzielić na jednostronne, czyli takie, w których nadawca nie zwraca się bezpośrednio do określonego odbiorcy i nie oczekuje odpowiedzi, oraz interaktywne, które wymagają udziału co najmniej dwóch osób, wchodzących z sobą w interakcję. Z kolei w obrębie interaktywnych form komunikacji możemy wyróżnić formy synchroniczne i asynchroniczne. W asynchronicznych formach komunikacji reakcje odbiorcy są odroczone w czasie, co pozwala na ich przemyślenie i wpływa na sposób porozumiewania się; natomiast synchroniczne - umożliwiają porozumiewającym się stronom odbywać zupełnie standardową konwersację lub dyskusję w czasie rzeczywistym. Poczta elektroniczna (asynchroniczna forma komunikacji) to sposób przekazywania plików tekstowych pomiędzy komputerami. Do przesyłki można dołączyć dowolny plik komputerowy, co daje możliwość przesyłania

anonsów reklamowych, zeskanowanych obrazów, arkuszy kalkulacyjnych, nagrań z płyt kompaktowych, łączy do stron WWW, a nawet programów komputerowych. Wysłanie listu elektronicznego do kogokolwiek, niezależnie od odległości to tylko kwestia sekund.

## **Komunikacja interpersonalna a promocja zasobów i usług biblioteki uczelnianej**

Wykorzystując szeroko rozumianą interpersonalną komunikację werbalną, zarówno tą tradycyjną jak też za pośrednictwem sieci komputerowych prowadzimy promocję elektronicznych zasobów literaturowych jak też oferowanych przez pracowników pracowni E-biblioteki usług dedykowanych dla środowiska naukowego naszej uczelni. Wśród zasobów promowanych przez nas są bazy danych, pełnotekstowe zasoby czasopism, książek, materiałów konferencyjnych oraz narzędzia ułatwiające wyszukiwanie i dostęp – posiadowane na różnych platformach, a dostępne poprzez stronę domową Biblioteki PP.

Podczas licznych spotkań z pracownikami i doktorantami PP ważną rolę odgrywa tradycyjna komunikacja werbalna i niewerbalna.

W ostatnich trzech latach pracownicy naszej pracowni uczestniczyli w 18 spotkaniach na różnych wydziałach naszej uczelni, co w znacznym stopniu przyczyniło się do pogłębienia wiedzy o zasobach elektronicznych oferowanych przez bibliotekę oraz znacznego zwiększenia wykorzystania przez naszych użytkowników tych zasobów.

Promocja naszych zasobów prowadzona jest też równocześnie z wykorzystaniem wieloaspektowej komunikacji wirtualnej. Opracowana w ostatnim roku nowa wersja naszej strony domowej swoim nowoczesnym interfejsem oraz wieloma propozycjami korzystania z zasobów, w tym również z szerokiej oferty pełnotekstowych zasobów testowych wiodących wydawców takich jak Wiley & Sons, Taylor & Francis, Cambridge University Press i in. przyciąga coraz liczniejsze grono naszych użytkowników.

Nie poprzestajemy tylko na informacjach umieszczanych na stronie domowej BPP (<http://www.library.put.poznan.pl>), wykorzystujemy też portale społecznościowe typu: Facebook Biblioteki PP (<https://www.facebook.com/BibliotekaPP>), Twitter (<https://twitter.com/BibliotekaPP>) czy YouTube (<https://www.youtube.com/user/PUTLibrary?>) oraz możliwości subskrybowania aktualności poprzez kanały rss BPP (<http://library.put.poznan.pl/rss/bgpp.rss>).

Pracowników, doktorantów i studentów naszej uczelni informujemy też o nowościach i wszelkich zmianach na stałych portalach za pomocą zdalnego kontaktu jakim jest poczta elektroniczna - tekstowa płaszczyzna werbalnej komunikacji.

Pracownicy Pracowni E-biblioteki oferują też całą gamę dedykowanych usług wykonywanych dla naszych pracowników w oparciu o dostępne zasoby elektroniczne. Do najczęściej wykonywanych należą: wykonywanie analiz cytowań publikacji pracowników, przygotowywanie dorobku naukowego pracowników do oceny, poprzez określenie punktacji MNiSW, przygotowywanie wykazów publikacji znajdujących się na *Master Journal List* dla pracowników naukowych Uczelni i in.

Oferty tych usług przedstawiane są zarówno na spotkaniach z pracownikami jak też umieszczane na stronie domowej BPP ([http://library.put.poznan.pl/pl/3\\_11.html](http://library.put.poznan.pl/pl/3_11.html)), [http://library.put.poznan.pl/pl/s\\_1.html](http://library.put.poznan.pl/pl/s_1.html). Wykorzystujemy więc w tym celu różnorodne formy komunikacji interpersonalnej, zarówno te tradycyjne jak też wirtualne. Jednakże wirtualny warsztat jaki wykorzystujemy w celu wykonywania tychże usług generuje w dalszej części wieloaspektową komunikację wirtualną, przede wszystkim z poziomu poczty elektronicznej.

W latach 2010-2012 promowaliśmy na uczelni w postaci dostępów testowych sumarycznie 42 zasoby elektroniczne (bazy danych oraz pełnotekstowe serwisy czasopism i książek).

W pracowni E-biblioteki wykonaliśmy w tych latach 311 indywidualnych i zbiorczych (dla wydziałów) analiz cytowań oraz 67 innych prac dedykowanych dla pracowników PP.

Wyniki wykonanych prac przesłano pracownikom w plikach pocztą elektroniczną.

### **Komunikacja w praktyce wypożyczeń międzybibliotecznych**

Nie tylko promocja, ale także cały kształt oferowanych użytkownikom usług oparty jest o formy wzajemnej komunikacji. Wykorzystując pozyskane informacje wdrażane są w bibliotece nowe usługi. Mowa tu w szczególności o – wspomnianej już – kategorii usług dedykowanych stanowiących odpowiedź na najbardziej zaawansowane potrzeby użytkowników, co z kolei implikuje wzmożone procesy komunikacyjne dla uzyskania satysfakcjonujących obie strony rozwiązań.

Pisząc o komunikacji w bibliotece akademickiej konieczne należy dostrzec kontekst. Mianowicie przeobraża się komunikacja w nauce jako takiej. Badacze przeformułują swój warsztat. To, że stale podążamy w kierunku komunikacji wirtualnej jest oczywiste, ale również działamy bezpośrednio. Interpersonalne relacje stanowią przecież podstawę dla zrozumienia potrzeb i dalszej naszej aktywności. Kanały komunikacji wykorzystywane w rozpoznaniu i wdrażaniu usług są na kolejnym etapie wykorzystywane do szerszego ich wypromowania oraz – co niezwykle ważne – do dalszego rozwoju, wprowadzania koniecznych zmian. Stąd ważny jest nie tylko kierunek komunikatu prowadzący do użytkownika ale i komunikacja zwrotna.

W ramach usług dedykowanych prowadzona jest komunikacja wszelkiego typu ze szczególnym uwzględnieniem werbalnej wtórnej (odbiorca indywidualny, reakcja na konkretną potrzebę) oraz wirtualnej interaktywnej asynchronicznej (w której zawiera się komunikacja poprzez e-mail).

Przykładem usługi stanowiącej zobrazowanie powyższego opisu są wypożyczenia międzybiblioteczne połączone z wyszukiwaniem literatury. Ma tu miejsce wielowymiarowa komunikacja zarówno z użytkownikami biblioteki, jak i na zewnątrz, z innymi instytucjami. Stąd w ogólnym zakresie uznać można, iż przejawiają się tu praktycznie wszystkie wymienione sposoby komunikowania. Z drugiej jednak strony – szczególnie obserwując relacje wewnętrzne pomiędzy biblioteką a pracownikami naukowymi – komunikacja w swej formie jest szczególnie zbieżna z codziennymi przyzwyczajeniami środowiska naukowego czyli wspomniana wirtualność ale i indywidualizacja kontaktów. Wyraźny jest tu wpływ zmieniającego się warsztatu komunikacyjnego środowiska naukowego, potrzeby szybkiego kontaktu, profesjonalnej pomocy i konieczności podjęcia analizy konkretnych przypadków. Specyfika wyszukiwania i sprowadzania publikacji w wypożyczalni międzybibliotecznej mocno opiera się o powyższe cechy – czas realizacji, skuteczność oraz szczegółowa pomoc – ważna w przypadkach szczególnie trudnych, wymagających doradztwa czy to bardziej formalnego (jak np. ustalenie budżetu), czy wręcz merytorycznego (np. dobór tematyczny źródeł). Wśród zapytań międzybibliotecznych w roku 2011 (1039 zapytań) i 2012 (630 zapytań) większość wymagała pomocy przy ustalaniu danych bibliograficznych i lokalizowaniu źródeł a z tego ok. 30% (zarówno w roku 2011, jak i 2012) to prośby o pomoc w wyszukiwaniu publikacji w ramach zasobów naszej biblioteki.

W takim obszarze komunikacji nie tylko realizowane są bieżące działania wspomnianych usług, ale przygotowywana jest cała ich oferta. Poziom adekwatności proponowanych rozwiązań poznamy tak naprawdę tylko poprzez wypracowanie ze środowiskiem potrzeb, a w tym miejscu intensywna komunikacja okazuje się warunkiem niezbędnym. W tym polu działalności mieści się również cała koncepcja rozwijania i ewaluacji istniejących rozwiązań. Sposoby komunikacji są cały czas te same, być może z niewielkimi zmianami w formule – w celu ewaluacji stosowane są w bibliotece chociażby ankiety online rozsyłane do

użytkowników, choć najbardziej wartościowe są zawsze kontakty interpersonalne. Wiedza pozyskana tymi drogami przyczyniła się do wielu mniejszych lub większych zmian w wypożyczalni międzybibliotecznej, w tym przyspieszenia realizacji zamówień, zwiększenia liczby informacji zwrotnych, rozwiązania problemu finansowania sprowadzanych materiałów dla studentów i doktorantów (wszelkie koszty są obecnie ponoszone przez bibliotekę).

Przedstawiony obraz usługi wypożyczalni międzybibliotecznej i powiązanej z nią całej sfery poszukiwania publikacji źródłowych ukazuje jak wieloaspektowo wykorzystywana jest tu komunikacja, ile wypełnia jednoczesnych celów przy wielości przekazywanych komunikatów. W tym obszarze nie może zabraknąć promowania naszych usług i zasobów. Jest dość spory obszar w ramach międzybibliotecznych ze względu na intensywną komunikację z zewnętrznymi instytucjami i wymianę zasobami – co samo w sobie posiada walor promocyjny. Stąd rola komunikacji w tym obszarze działalności biblioteki jest na pewno ważna. Jak również ważna jest – szeroko wyżej opisana – wewnętrzna komunikacja, w ramach której promowana jest nie tylko oferta międzybiblioteczna i wprowadzane w niej usprawnienia ale przy okazji inne – mniej lub bardziej powiązane – usługi biblioteki jak np. „Zamów kopię” wraz z całą ofertą czytelnicy, wypożyczenia tradycyjne, szkolenia z zakresu wyszukiwania źródeł, narzędzia wyszukiwawcze i bibliograficzne czy nawet formy wydawnicze (promowanie Open Access).

Przykład wypożyczeni międzybibliotecznych i wyszukiwani literaturowych to zobrazowanie oraz zogniskowanie zakresu i znaczenia komunikacji w bibliotece oraz możliwych dróg promocji. Jest to wycinek działalności, jeden z wielu, składający się na ogólny obraz komunikacji bibliotecznej: naukowej i promocyjnej. Występowanie tak licznych kwestii w obszarze jednej de facto usługi jasno komunikuje nam potrzebę rozpoznawania tematu, jego złożoności i wagi.

## **Podsumowanie**

Podsumowując możemy stwierdzić, że rozwój usług i technologii przyczynił się do dalszego rozwoju i stworzenia nowych form komunikacji werbalnej, ona też generuje wieloaspektową komunikację wirtualną. Komunikacja niewerbalna nabiera dalszego znaczenia w aspekcie kompetencji i pogłębiania wiedzy z zakresu psychologii. Nasz kontakt z użytkownikiem w bibliotece naukowej nie będzie pełny, jeśli nie będziemy się szkolić w zakresie kierowania, asertywności.

Jeśli nowoczesny bibliotekarz ma prowadzić szkolenia z umiejętności informacyjnych i pomagać nowemu wymagającemu użytkownikowi oraz oferować usługi dedykowane musi systematycznie pogłębiać swoją wiedzę i kompetencje komunikacyjne rozumiane jako umiejętności przekazywania informacji, których niezbędnym elementem jest zdolność nawiązywania kontaktów z użytkownikami. Komunikacja interpersonalna w połączeniu z relacjami wirtualnymi, które generuje, jest i będzie jednym z najważniejszych narzędzi promocji zasobów i usług.

## **Bibliografia:**

1. Dobek-Ostrowska B.: *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2002,
2. Kisilowska M. *Już nie wiem jak mam do Ciebie mówić czyli komunikacja w bibliotece*, Warszawa. 2001.
3. Kuraś M., Nęcki Z. *Psychologiczne aspekty komunikacji z użytkownikiem* [dostęp 08 maja.2013] Dostępny w World Wide Web : <http://janek.ae.krakow.pl/~zajaca/artykulyMQ/szczypsy.html>
4. Nicholas D. *Ocena potrzeb informacyjnych w dobie Internetu*. Warszawa, 2001
5. Thomson P. *Sposoby komunikacji interpersonalnej*. Poznań, 1998

6. Wojciechowski J. *Praca z użytkownikiem w bibliotece*. Warszawa, 2002

7. Strona domowa Biblioteki Politechniki Poznańskiej [dostęp 13 czerwca 2013] Dostępny w World Wide Web : <http://www.library.put.poznan.pl/pl/index.html>