



Könyvtári környezetben kívüli kommunikáció a könyvtárosokkal: azonnali üzenetküldés mint könyvtári szolgáltatás

Az internetes kommunikáció változásai

Manapság az internetezők nem csak keresésre használják a hálózatot. Saját információt is előállítanak, amit megosztanak másokkal, és különböző típusú beszélgetésekben vesznek részt, például az olyan közösségi helyeken, mint a Facebook, továbbá a blogokban és a wikikben, valamint a hagyományosabb fórumokon. Az online kommunikáció egyik divatos formája az azonnali üzenetküldés (*instant messaging*, röviden: IM). Lankes és szerzőtársai 2007-es cikkükben [1] a könyvtárat „beszélgetésként” határozták meg, és ilyen szempontból teljesen természetes, hogy a könyvtárosoknak részt kell venniük a kommunikáció új fajtáiban is. A technikai változások újfajta stratégiát is igényelnek: a központi helyről szolgáltatott információtól el kell mozdulni a decentralizált szolgáltatások felé; oda kell menni, ahol az emberek beszélgetnek.

Bordewijk és Kaam 1986-ban [2] négy csoportba sorolta a kommunikációs formákat – ezek mindegyike létezik az interneten is, de a világháló egyes fejlődési szakaszaiban arányuk más és más volt. A négyféle típus a következő:

1. Sugárzás: egy központ küldi ki az információt egy széles, anonim közönségnek. Történhet szinkron vagy aszinkron formában: az előbbire példa a webes műsorszórás/közvetítés, az utóbbira pedig a podcast vagy az RSS hírszolgáltatás.
2. Tanácskérés: a felhasználó keresi meg információért valamelyik információ-előállító vagy -elosztó központot (pl. egy könyvtárat).
3. Regisztrálás: a használók szolgáltatnak információt a központnak azzal, hogy bejelentkeznek, és adatokat adnak meg (pl. a webes közvélemény-kutatások).

4. Párbeszéd: maguk az emberek termelik az információt és osztják meg egymás között (pl. az e-mail, az IM és egyéb formák).

A hagyományos médiára – beleértve a kiadói ipart, a rádió- és a tévécsatornákat – az 1. típus, vagyis a „sugárzás” jellemző. A 2. forma olyankor fordul elő, amikor valaki mondjuk egy könyvben, vagy egy adatbázisban utánanézik valaminek. A könyvtár hagyományosan erre a fajta kommunikációra rendezkedett be: megteremti a hozzáférés lehetőségét. A 3. típus az üzleti világban fordul elő, és lehet önkéntes (pl. vásárlói felmérések), vagy akaratlan (pl. a weben való tevékenységünket regisztráló cookie-k esetében). A 4. fajta kommunikáció az előző hárommal ellentétben nem igényel egy központot, és az információ nem csak egyfelé, hanem mindkét irányban folyik. Ha ezt a fajta párbeszédet a számítógépek világméretű hálózata támogatja, akkor az átlagemberek soha nem ismert hatalom birtokába jutnak: megkerülhetik a hagyományos média kapuőrzeit.

Az interneten már a 80-as években kialakultak a feltételei a közvetlen párbeszédnek, akkor még levelezőlisták (lists), hírcsoportok (newsgroups) és faliújságok (BBS) formájában. A mai web 2.0-ra jellemző közösségi internethasználat nem új dolog, csak ennek a korábban is meglévő párbeszédnek a jól érezhető felerősödése, amit a korszerű webes technológiák tettek lehetővé. Ami igazán döbbenetes, az az, hogy milyen tömegű tartalmat hoztak létre néhány év alatt ezek a virtuális közösségek az olyan webhelyeken, mint a Wikipedia, a Flickr, a YouTube, vagy a baráti beszélgetésekre szánt Facebook, és ezekhez hozzájön még a blogok tömege, valamint az IM eszközökkel küldött rengeteg közvetlen üzenet.

Tredinnick, a digitális kultúráról írt 2008-as könyvében [3] a tudásmegosztás és -felhasználás „közvetítőtelenedéséről” beszél. Arra hívja fel a figyelmet, hogy az előadó és a hallgatóság, a kiadó és az olvasó közötti válaszvonal egyre jobban elmosódik. A nyomtatott kultúrában – és a tömegkommunikációs eszközök fénykorában is – a tudás és az információ az azt előállító epicentrumból sugárzódott ki. Az eljuttatását olyan közvetítők segítették, mint a kiadók, a műsorszórók, vagy éppen a könyvtárak. A digitális kultúra idején viszont már nem válik szét a küldő és a fogadó/közönség. Mindannyian létrehozunk, vagy átalakítunk információs tartalmakat, vagy új jelentést, kontextust adunk nekik. Ez a részvételen alapuló kultúra a párbeszédese kommunikáció megerősödéséhez vezetett. Az IM programok mindig fogadásra készek, és mindig nyitva a lehetőség arra is, hogy üzeneteket írjunk a virtuális „falakra” vagy éppen a webes naplókba. Az internethasználók állandó beszélgetésben vesznek részt.

A változó kommunikációs formák és a könyvtár

A könyvtárak hagyományosan tanácsadói szerepkörben működnek. A vezérelvük az, hogy hozzáférést nyújtsanak a használóiknak a katalógusokhoz és az egyéb adatbázisokhoz, valamint a gyűjteményükhöz. Az interneten felerősödött párbeszédese, információmegosztáson alapuló kommunikációs forma ugyanakkor ennek a stratégiának az újragondolását válthatja ki. Az egyik irány, amikor a könyvtár kihasználja a közösségi tudásmegosztást, és lehetővé teszi, hogy katalógusának használói megcímkézzék az egyes tételeket; vagy amikor blogot indít az irodalombarátok számára. Ezekben az esetekben a könyvtárnak továbbra is központi szerepe van, de igénybe veszi olvasóinak a segítségét szolgáltatásainak a fejlesztéséhez.

Ettől eltérő az a stratégia, amikor a könyvtár megjelenik a népszerű közösségi helyeken: például kitesz egy olyan keresődobozt a katalógusához, amit a Facebook használói hozzáadhatnak a saját oldalukhoz; vagy megengedi, hogy felvegyék ismerősként és közvetlen üzenetet küldjenek neki. Így módon az emberek úgy tudnak kapcsolatot teremteni a könyvtárral, hogy nem kell elhagyniuk a számukra ismerős, kedvelt online környezetüket. Ahogy *Coyle* fogalmazott a 2.0-ás világról írott cikkében [4]: „Ma már nem az a kérdés, hogy hogyan hozzuk be az embereket a könyvtárba, ha-

nem hogy hogyan vigyük el a könyvtárat az emberekhez.”

Egy IM szolgáltatás: a Need2Know

A dániai Aalborg közkönyvtárai 2006–2007 között öt hónapra az *MSN Messenger* üzenetküldő segítségével egy „tudakozó” szolgálatot hoztak létre *Need2Know* néven, kísérleti jelleggel. A használók kérdéseit és a könyvtárosok válaszait egy blogban rögzítették az utólagos elemzés céljából. A kísérlet figyelemmel kísérésére és a tanulságok összefoglalására meghívták a *Royal School of Library and Information Science* két tudományos munkatársát (egyikük a jelen cikk szerzője). A projektet a Microsoft dániai képviselője és a *Danish Library Agency* is támogatta. A *Need2Know* nem a már megszokott online könyvtári referenzszolgáltatás volt.

Nem a könyvtárak honlapján jelent meg, hanem a Messenger reklámcsíkjai között, és a könyvtárosok „áruhában” dolgoztak, vagyis a felhasználók nem tudtak róla, hogy ez egy könyvtári szolgáltatás. Elsősorban olyan fiatalokat szerettek volna így elérni és felkelteni az érdeklődésüket, akik számára a könyvtár ismeretlen vagy éppen elijesztő. Ezért a Messengerben megjelenő bannereken ilyen kérdések voltak: „Mikor lép fel legközelebb *Justin Timberlake* Koppenhágában?”, vagy: „Mi Madonna eredeti neve?” – és ezt követte egy „A *Need2Know* megadja neked a választ!” felirat. Ha valaki rákattintott erre, akkor megjelent a szolgáltatás ismertetése és a lehetőség, hogy az illető felvegye a *Need2Know*-t a partnerlistájára, és máris tudott kérdezni. A szolgáltatás célja nem a könyvtárak népszerűsítése volt; olyannyira álcázták, hogy a felhasználók számára úgy jelent meg, mint egy „élő” Wikipédia vagy a Google, amellyel beszélgetni lehet. Egy alkalommal az egyik fiatal meg is kérdezte az ügyeletes könyvtárost: „Klassz munkád van. Hogy lehetnék én is olyasmi, mint te?” Az egyszerű kérdés-válasz eseteken túlmenően, bonyolultabb kutatást igénylő ügyekben persze végül a közeli könyvtárba irányították a kérdezőt, de ha nem volt rá szükség, akkor nem hívták fel a figyelmét erre a lehetőségre.

Az azonnali üzenetküldés a mindennapok része

A *Need2Know* az *MSN Messenger*re épült, de természetesen több más elterjedt üzenőprogram létezik még ezen kívül, például az *ICQ*, a *YIM* (Ya-

hoo!), az AIM (America Online), vagy a Skype; és sok olyan közösségi weboldalba is beépítenek IM funkciókat, mint amilyen a Facebook. Különösen a fiatalok szeretik ezeket használni. A *Mediapro* 2006-os jelentése [5] szerint az üzenetküldés közvetlenül a keresőgépek használata mögött áll a gyakorisági rangsorban. A felmérés dániai válaszadói közül a 12-18 éves korosztály 87 százaléka használ néha, gyakran vagy igen gyakran valamilyen üzenetküldőt, 66 százalék kap és küld elektronikus leveleket, és csak 26 százalékuk látogatja a csevegőszobákat. Máshol is hasonló a helyzet: a kutatásban vizsgált európai országok közül csak az Egyesült Királyságban haladta meg ebben a korosztályban az e-mail az IM használatot (81% és 78%). A gyakorlatilag mindig online levő fiataloknál az üzenetküldés a kommunikáció természetes módjává lett, már nem egy technikai eszköz, hanem a napi élet része.

Ezt a trendet a könyvtári világ is felismerte, és kezdetben főleg az egyetemi könyvtárak vezettek be IM-alapú segítőszolgáltatást, elsősorban a katalógus és az egyéb adatbázisok, valamint a könyvtári gyűjtemény és szolgáltatások használatával kapcsolatban. A saját fejlesztésű üzenetküldő rendszerekről az utóbbi időben egyre inkább az elterjedt és ingyenes IM szoftverekre térnek át, hogy ezzel is közelebb kerüljenek az emberekhez, akik így a megszokott digitális környezetükbe tudják integrálni a könyvtári ügyfélszolgálatot.

A Need2Know beszélgetések típusai

A Need2Know felhasználói oldalról nézve egy könyvtártól független, anonim, ingyenes szolgáltatásnak látszott és egy olyan kommunikációs csatornát használt, amelyen az emberek rendszerint a barátaikkal és a családtagjaikkal beszélgetnek. Ennek azután érdekes következményei lettek: jók és problematikusak egyaránt. A kísérlet során vezetett blogból az látszik, hogy az üzenetváltások egy részénél a formális stílusból a partnerek átváltak közvetlen magánbeszélgetésbe. A könyvtárosokat néha bosszantották ezek a céltalan fecsegések, de máskor úgy tűnt, hogy inkább élvezték ezt a kikapcsolódást a napi rutinból, amit előnynek is tekinthetünk a formálisabb tájékoztató csatornához viszonyítva. A könnyed beszélgetés javítja a légkört és elősegíti a pozitív kapcsolatokat, de persze a túlságosan szószátyár ügyfelek a könyvtáros értékes munkaidejét vesztegetik.

Voltak kifejezetten kellemetlen alkalmak is. A fiatalok közül néhányan csak szórakozás vagy idegesítés céljából küldtek üzenetet, és olyan kérdéseket tettek fel, hogy „Szabad-e rókavadászatot atomfegyvert használni?” Egyes esetekben pedig egyenesen szexuális zaklatás céljára használták fel ezt a lehetőséget. A kérdések jellegét naplózó blogból az is látszik, hogy egyéb „zaj” is volt ezen a csatornán: sok olyan tesztkérdés (pl. „Te tényleg ember vagy?”), amivel csak ellenőrizni akarták a használók, hogy működik-e egyáltalán a szolgáltatás. Mivel nem kötődött a könyvtári környezethez, ez a tájékoztató szolgálat kontextus nélküli lett és időnként teljesen célt tévesztett.

Ugyanakkor sok felhasználó valóban rövid kérdés-felelet beszélgetést kezdeményezett. Pontos kérdésük volt és megelégedtek a kapott rövid válasszal. Ám a használt médium sajátosságai befolyásolták azt, ahogy a tájékoztató könyvtárosok ezt a számukra jól ismert feladatot megoldották. A hagyományos referenzszolgálat alapját a könyvtár törzsgyűjteményében levő kézikönyvek és más, megbízható információforrások jelentik. A Need2Know viszont nem egy hagyományos könyvtári tájékoztatás volt. Természetesen a könyvtárosok a nyilvános online források (pl. Google, Wikipédia) mellett hozzáfértek az előfizetett adatbázisokhoz is, de az azonnali üzenetküldésnél nincs idő arra, hogy összehasonlítsák a különböző alternatívákat és kiválasszák az adott témában a legjobbat. Ennek ellenére a kérdezők rendszerint elégedettek voltak. Az IM kapcsolatok rövidek és gyakran a gépen végzett egyéb tevékenységeik mellett intézik őket az emberek. Nem is várnak gondosan megfogalmazott feleleteket és további tanácsokat, csak gyors és egyszerű válaszokat. Érdekes módon sok olyan kérdés volt, amelyekre a kérdezők maguk is könnyen megtalálhatták volna a választ a Google-t használva, de mégis inkább az emberi segítséget választották. Ez a könyvtárosokra nézve pozitívum. Ugyanakkor ilyen esetekben háttérbe szorul a könyvtárosság valódi célja: segíteni az ügyfelet az információkeresési folyamatban, és a tájékoztató szakemberből csak „élő Google” lesz.

2006 októberétől 2007 februárjáig mintegy hétszáz üzenet érkezett, az utolsó hetekben már néha óránként 5-10. A blogban ezekből 611 kérdést regisztráltak, melyek többsége (397) ilyen egyszerű és konkrét volt: „Mi Bulgária fővárosa?”, „Mikor született Hitler?”, „Hány csontja van egy kutyának?”, „Hogyan gyógyítható a Chlamydia?”, „Mi Goofy spanyol neve?” A kérdések egy része sze-

mélyes jellegű érdeklődés volt, másokat a házi feladatok indukáltak. Sok kérdés jött a popzenei előadókkal és a CD-lemezekkel kapcsolatban is – ami a tinédzserek tipikus érdeklődési köre. A bonyolultabb kérdések (89 db) mögött általában komolyabb motiváció állt, például iskolai feladatok („Afrikai ősi kultúrái”, „Henrik Pontoppidan író élete”, „az embercsempészet”, „a Föld tömegének kiszámítása”, „a kormány menekültügyi politikája” stb.). Ezeknél szinte mindig hosszabb válaszra és internetes vagy könyvtári források ajánlására volt szükség. A kérések harmadik csoportja (88 db) egy konkrét könyv vagy egyéb dokumentum hozzáférhetőségére vonatkozott. A negyedik kategóriába (14 db) azokat az eseteket sorolták, amikor valaki a kereséshez kért segítséget. És végül az ötödik csoportba (23 db) az állampolgári vonatkozású érdeklődések kerültek, például továbbtanulási lehetőségek, vagy lakbértámogatás igénylése.

A kérdések 65 százaléka esett az első kategóriába, vagyis amikor csak rövid választ, konkrét adatot kért a felhasználó, amit akár maga is könnyen megtalálhatott volna az interneten. Hogy ilyen magas volt ennek a kérdéstípusnak az aránya, azt az magyarázhatja, hogy a Need2Know nem egy könyvtári környezetben jelent meg, ahová az emberek általában bonyolultabb problémákkal fordulnak, hanem csak egyszerűen arra biztatta a Messenger használóit, hogy „kérdessenek bármit”. Ezt a tapasztalatot kétféleképpen értékelhetjük:

- Sikerült több száz fiatal elérni egy szolgáltatással, akik inkább az emberi segítséget választották a Google helyett és elégedettek voltak a válasszal, vagyis a könyvtárak egy „piaci résre” bukkantak.
- Az erőforrások vesztegetése, ha jól képzett könyvtárosok élő keresőgépekként működnek. A „keresztretjvény”-szintű kérdések megválaszolása helyett a könyvtáraknak a valódi referenzkérdésekre kell figyelmet fordítaniuk, amelyek ennél a kísérletnél 35 százalékat tettek ki.

Minden könyvtár maga döntheti el – humán erőforrásainak függvényében –, hogy melyik tanulságot szűri le a kettő közül. Az aalborgi kísérletben részt vevő könyvtárak maguk is értékelték a projektet, és végül is sikeresnek nyilvánították négy okból:

1. Sikerült kimutatni egy létező információs igényt. 700 ember regisztrált felhasználóként, és a szolgáltatás élénk forgalmat okozott.

2. A könyvtárosok olyan csoporttal kerültek kapcsolatba (tinédzserek), akik nem gyakori könyvtárhasználók.
3. Kiderült, hogy az IM eszközökkel hasznos könyvtári szolgáltatást lehet működtetni.
4. A könyvtári dolgozók új számítástechnikai és kommunikációs képességekre tettek szert a tesztidőszak alatt.

A részt vevő könyvtárosok nem panaszkodtak, illetve nem voltak szkeptikusak ezzel az „élő Google” szerepkörrel kapcsolatban. Számukra minden kérdésnek volt értelme és a pozitív élmények túlsúlyban voltak a problematikusakhoz képest. Minden újszerűsége ellenére a Need2Know a hagyományos megközelítésen alapult: a könyvtárosok voltak a keresők és a felhasználók a választok passzív címzettjei, tehát ez a modell nem használta ki a web 2.0-ás közösségeknek azt a jellemzőjét, hogy a résztvevők maguk is előállítanak, megtalálnak, válogatnak, értékelnek, tárolnak, címkéznek, megosztanak és terjesztenek informá-

ciókat. Sikerült viszont eljuttatni egyfajta könyvtári szolgáltatást a fiatalok mindennapos információs környezetébe, vagyis az azonnali üzenetküldő rendszerek egyikébe.

Irodalom

- [1] LANKES, R.D. – SILVERSTEIN, J.L. – NICHOLSON, S. – MARSHALL, T.: Participatory networks: the library as conversation. = Information Research, 12. köt. 4. sz. 2007.
<http://information.net/ir/12-4/colis/colis05.html>
 - [2] BORDEWIJK, J.L. – KAAM, B.V.: Towards a new classification of tele-information services. = Inter Media, 14. köt. 1. sz. 1986. p. 16–21.
 - [3] TREDINNICK, L.: Digital Information Culture: The Individual and Society in the Digital Age. Oxford, Chandos Publishing, 2008.
 - [4] COYLE, K.: The library catalog in a 2.0 world. = The Journal of Academic Librarianship, 33. köt. 2. sz. 2007. p. 289–291.
 - [5] Mediappro Final Report. The appropriation of media by youth. A European research project, with the support of the European Commission. 2006.
<http://www.mediappro.org/publications/finalreport.pdf>
- /NIELSEN, Hans Jørn: Library communication outside a library context: instant messaging as library service. = New Library World, 110. köt. 5–6 sz. 2009. p. 237–248./

(Drótos László)