

**Zawiera m.in.:**

KISIŁOWSKA, M.: Konsumpcjonizm informacyjny a kultura czytelnicza;

GÓRALSKA, M.: Typizacja czytelników w kontekście problemów współczesnej kultury książki;

TOMASZEWSKI, B.: Czytelnik w literackim ogródku i nieliterackiej rzeczywistości;

SOSNOWSKA, J.: Widz i czytelnik XXI wieku, czyli promocja czytelnictwa w polskiej telewizji;

KIDA-BOSEK, A.: Identyfikowanie odbiorcy w katalogach wystaw plakatu;

HOJKA, B.: Książka i czytanie jako elementy tożsamości kulturowej - na przykładzie wirtualnych społeczności czytelniczych;

HAS-TOKARZ, A.: (S)konsumujemy małe Conieco... Książki kucharskie dla dzieci i młodzieży (rekonesans);

KARP-SZYMAŃSKA, A.: Marketing książki skierowany do rodziców i dzieci jako konieczność w kontekście wychowania świadomych i aktywnych uczestników XXI wieku;

REJAKOWA, B.: Książka do konsumowania. Metaforyka kulinarna w recenzjach i tekstach reklamujących książki;

JARSKA, L.M.: Książka czy gadżet? Wpływ nowych technologii na zmianę oblicza książki - próba analizy zjawiska z uwzględnieniem problematyki prawnej;

STĘPIEŃ, K.: Formy funkcjonowania książki w przestrzeni sieciowej;

WASILEWSKA, A.: Konsumując informacje - kilka refleksji o kliencie i bibliotece w ponowoczesnym świecie;

WOŁOSIAK-TOMASZEWSKA, A.: Promocja w bibliotece, czyli jak wkroczyć w XXI wiek i przetrwać;

MALESA, R.: Formy promocji biblioteki i czytelnictwa - teoria i praktyka (z działalności małych bibliotek gminnych);

WOŹNIAK, G.: Moda na bibliotekę na przykładzie lubelskiej Mediateki Biblio;

POTEMPA, A.: Działalność promocyjna Biblioteki Głównej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.