

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE	11
kontynuacje (s. 11) • komunikacyjne zamieszanie (s. 11) • dlaczego pismo (s. 12)	
• współlistnienie (s. 12) • biblioteka hybrydalna (s. 13) • przyszłość (s. 14)	
2. KOMUNIKACJA PUBLICZNA	15
obiegowe pojmowanie komunikacji (s. 15) • komunikowanie się (s. 15)	
2.1. CECHY KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ	16
niejasności (s. 16) • instytucjonalizacja (s. 16) • zorganizowanie (s. 17)	
• medialność (s. 18) • otwarty charakter (s. 18) • ponadprywatność (s. 18)	
2.2. KOMUNIKACJA PISEMNA	19
wielowiekowa dominacja (s. 19) • cechy użytkowe (s. 19) • łatwość	
używania (s. 21) • elastyczność (s. 21) • formy (s. 22) • cechy	
intelektualne (s. 23) • dwuobszarowość (s. 24) • uniwersalność (s. 25)	
• książka (s. 26) • piśmiennictwo w bibliotekach (s. 28)	
2.3. KOMUNIKACJA ELEKTRONICZNA	29
nowy byt (s. 29) • istotne cechy (s. 32) • zalety i ograniczenia (s. 35)	
• odbiór (s. 39) • zakresy (s. 43) • formy (s. 46) • miejsce w komunikacji	
publicznej (s. 50) • obecność w bibliotece (s. 52)	
2.4. KOMUNIKACJA AUDIOWIZUALNA	54
punkt dojścia (s. 54) • charakterystyczne cechy (s. 55) • transmisja	
sieciowa (s. 57) • nośniki przemieszczalne (s. 60) • relacje biblioteczne (s. 61)	
2.5. KOMUNIKACJA BEZPOŚREDNIA	63
cechy (s. 64) • efektywność (s. 67) • konteksty i przedłużenia (s. 67)	
• zastosowanie w bibliotekach (s. 68)	
3. BIBLIOTECZNE PROCESY MEDIACYJNE W KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ	70
3.1. ISTOTA MEDIACJI BIBLIOTECZNEJ	70
charakterystyka mediacji (s. 70) • dobre pośrednictwo (s. 72) • mediator (s. 73)	
• broker informacji (s. 74) • nowy paradygmat (s. 75) • dysonans (s. 76)	
3.2. TWORZENIE I WSPÓLTWORZENIE KOLEKCJI I BAZ DANYCH	77
kolekcje biblioteczne (s. 78) • zasoby mieszane (s. 79) • warianty kolekcji	
(s. 83) • archiwizacja (s. 85) • wspólnota zasobów (s. 87) • dobór zasobów	
(s. 89) • usuwanie materiałów (s. 92)	
3.3. UTYLIZACJA	93
opracowanie materiałów (s. 93) • intelektualne naddanie (s. 94) • klasyfikacja	
(s. 95) • katalogi papierowe (s. 96) • katalogi elektroniczne (s. 98) • katalogowanie	
automatyczne (s. 98)	
3.4. UDOSTĘPNIANIE ZASOBÓW I ORGANIZACJA DOSTĘPU	99
organizacja udostępniania (s. 100) • zintegrowana oferta usługowa (s. 105)	
• formy udostępniania (s. 106) • zapewnienie dostępu (s. 112) • oferta	
elektroniczna (s. 115)	
3.5. INFORMOWANIE	117
informacyjne niejasności (s. 117) • kłopoty bogactwa (s. 118) • biblioteczna	
transmisja informacji (s. 120) • organizacja i formy (s. 122) • użytkownik	
i bibliotekarz w informowaniu (s. 124)	

3.6. PRZYSPOSOBIENIE BIBLIOTECZNO-INFORMACYJNE	127
istota przysposobienia (s. 128) • przysposobienie biblioteczne i czytelnicze (s. 129) • przysposobienie informacyjne (s. 130) • typowe formy (s. 132)	
3.7. MARKETING I PROMOCJA	134
istota marketingu (s. 135) • promocja (s. 137) • przedmiot i formy promocji (s. 138) • Public Relations (s. 140)	
3.8. ARANŻACJA POZAUSŁUGOWYCH FORM KOMUNIKACJI	142
komunikacja bibliotekarsko-użytkownicza (s. 143) • grupowa komunikacja bezpośrednia (s. 144) • inspiracja komunikacji międzyużytkowniczej (s. 145)	
4. FUNKCJE BIBLIOTECZNEJ MEDIACJI	149
4.1. INFORMACJA	149
ranga powinności (s. 149) • magicy informacji (s. 151) • organizacja (s. 152) • źródła (s. 153) • obieg (s. 155) • cele (s. 156)	
4.2. WSPIERANIE KSZTAŁCENIA	157
powinność ogólnobiblioteczna (s. 158) • edukacja formalna (s. 158) • samokształcenie (s. 160) • efektywność (s. 161) • zaplecze dydaktyki (s. 163) • przestrzeń edukacyjna (s. 165) • programy własne (s. 166)	
4.3. ZADANIA INTELEKTUALNE I ESTETYCZNE	167
źródła myślenia twórczego (s. 168) • biblioteki a intelektualizacja (s. 170) • estetyczne aspekty komunikacji (s. 170) • rola bibliotek (s. 172)	
4.4. ROZRYWKA	173
rozrywka w procesach komunikacji (s. 173) • biblioteki wobec rozrywki (s. 174)	
4.5. SUBSTYTUCJA	175
substytucja w komunikacji (s. 176) • substytucyjna funkcja biblioteki (s. 178)	
4.6. INTEGRACJA	179
oferta możliwych relacji komunikacyjnych (s. 180) • biblioteczna przestrzeń publiczna (s. 181) • instytucja środowiskowa (s. 183)	
5. MEDIACJA KOMUNIKACYJNA W RÓŻNYCH BIBLIOTEKACH	187
5.1. BIBLIOTEKI AKADEMICKIE	187
publiczność i zasoby (s. 187) • oparcie dla studiów (s. 189) • baza nauki (s. 191) • dyfuzja informacji (s. 194) • programy ponadusługowe (s. 196) • uwarunkowania organizacyjne (s. 198)	
5.2. BIBLIOTEKI PUBLICZNE	201
publiczność (s. 202) • uniwersalizacja mediacji (s. 203) • mediacja specjalna (s. 205) • oferta ponadusługowa (s. 206) • charakter środowiskowy (s. 208) • kooperacja (s. 210)	
5.3. BIBLIOTEKI SZKOLNE	212
publiczność i organizacja (s. 212) • powinności edukacyjne (s. 214) • inne zadania (s. 216) • oferta dodatkowa (s. 217)	
5.4. BIBLIOTEKI PEDAGOGICZNE	219
charakterystyka (s. 219) • rozwiązania organizacyjne (s. 221) • prognozy (s. 221)	
5.5. KONWERGENCJA	224
dopełnianie zadań (s. 224) • warianty kooperacji (s. 225)	
6. BIBLIOTEKI W SPOŁECZEŃSTWIE	228
6.1. ŚRODOWISKO LOKALNE JAKO WARTOŚĆ	230
wymiar lokalny (s. 230) • wymiar społeczny (s. 231) • rodowód (s. 231) • wspólne wartości (s. 232)	
6.2. BIBLIOTEKI W OTOCZENIU LOKALNYM	233
scalanie wspólnot; przywracanie wartości (s. 234) • zasięg (s. 235)	

• prywatna przestrzeń publiczna (s. 235) • zasoby lokalne (s. 236) • środowiskowa oferta ponadusługowa (s. 237)

6.3. DEKONSTRUKCJA, GLOBALIZM, GLOKALIZM 237

migracje (s. 237) • relacje zdystansowane (s. 238) • glokalizacja (s. 239)

6.4. ŚRODOWISKA PONADLOKALNE I BIBLIOTEKI 241

wspólnoty zadaniowe (s. 241) • biblioteki wobec zbiorowości wtórnych (s. 242)

6.5. MEDIACJA OTWARTA 243

oferta dla wszystkich (s. 243) • rozwój i kompensacja (s. 244) • naddania (s. 245)

7. CO DALEJ? 247

8. PUBLIKACJE WYKORZYSTANE 250

9. INDEKS NAZWISK 265