

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE

kontynuacje (s. 11) • komunikacyjne zamieszanie (s. 11) • dlaczego pismo (s. 12) • współistnienie (s. 12) • biblioteka hybrydalna (s. 13) • przyszłość (s. 14)

2. KOMUNIKACJA PUBLICZNA

obiegowe pojmowanie komunikacji (s. 15) • komunikowanie się (s. 15)

2.1. CECHY KOMUNIKACJI PUBLICZNEJ

niejasności (s. 16) • instytucjonalizacja (s. 16) • zorganizowanie (s. 17) • medialność (s. 18) • otwarty charakter (s. 18) • ponadprywatność (s. 18)

2.2. KOMUNIKACJA PISEMNA

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

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

punkt dojścia (s. 54) • charakterystyczne cechy (s. 55) • transmisja sieciowa (s. 57) • nośniki przemieszczalne (s. 60) • relacje biblioteczne (s. 61)

2.5. KOMUNIKACJA BEZPOŚREDNIA

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

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 WSPÓŁTWORZENIE KOLEKCJI I BAZ DANYCH

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

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

organizacja udostępniania (s. 100) • zintegrowana oferta usługowa (s. 105) • formy udostępniania (s. 106) • zapewnienie dostępu (s. 112)* oferta elektroniczna (s. 115)

3.5. INFORMOWANIE

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

istota przysposobienia (s. 128) • przysposobienie biblioteczne i czytelnicze (s. 129) • przysposobienie informacyjne (s. 130) • typowe formy (s. 132)

3.7. MARKETING I PROMOCJA

istota marketingu (s. 135) • promocja (s. 137) • przedmiot i formy promocji (s. 138) • Public Relations (s. 140)

3.8. ARANŻACJA POZAUSŁUGOWYCH FORM KOMUNIKACJI

komunikacja bibliotekarsko-użytkownicza (s. 143) • grupowa komunikacja bezpośrednia (s. 144) • inspiracja komunikacji międzyużytkowniczej (s. 145)

4. FUNKCJE BIBLIOTECZNEJ MEDIACJI

4.1 INFORMACJA

ranga powinności (s. 149) • magicy informacji (s. 151) • organizacja (s. 152) • źródła (s. 153) • obieg (s. 155) • cele (s. 156)

4.2. WSPIERANIE KSZTAŁCENIA

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

źródła myślenia twórczego (s. 168) • biblioteki a intelektualizacja (s. 170) • estetyczne aspekty komunikacji (s. 170) • rola bibliotek (s. 172)

4.4. ROZRYWKA

rozrywka w procesach komunikacji (s. 173) • biblioteki wobec rozrywki (s. 174)

4.5. SUBSTYTUCJA

substytucja w komunikacji (s. 176) • substytutowa funkcja biblioteki (s. 178) ■

4.6. INTEGRACJA

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

publiczność i zasoby (s. 187) • oparcie dla studiów (s. 189) • baza nauki (s. 191) • dyfuzja informacji (s. 194) • programy ponaduskigowe (s. 196) • uwarunkowania organizacyjne (s. 198)

5.2. BIBLIOTEKI PUBLICZNE

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..

publiczność i organizacja (s. 212) • powinności edukacyjne (s. 214) • inne zadania (s. 216) • oferta dodatkowa (s. 217)

5.4. BIBLIOTEKI PEDAGOGICZNE

charakterystyka (s. 219) • rozwiązania organizacyjne (s. 221) • prognozy (s. 221)

5.5. KONWERCENCJA

dopełnianie zadań (s. 224) • warianty kooperacji (s. 225)

6. BIBLIOTEKI W SPOŁECZEŃSTWIE

6.1. ŚRODOWISKO LOKALNE JAKO WARTOŚĆ

wymiar lokalny (s. 230) • wymiar społeczny (s. 231) • rodowód (s. 231) • wspólne wartości (s. 232)

6.2. BIBLIOTEKI W OTOCZENIU LOKALNYM

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

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

6.4. ŚRODOWISKA PONADLOKALNE I BIBLIOTEKI

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

6.5. MEDIACJA OTWARTA

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

7. CO DALEJ

8. PUBLIKACJE WYKORZYSTANE

9. INDEKS NAZWISK