

**Aleksandra Marciniak**  
Biblioteka Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Łodzi  
[aleksandra.marciniak@wsp.lodz.pl](mailto:aleksandra.marciniak@wsp.lodz.pl)

## Jak skutecznie pozbyć się użytkowników? O „siedmiu grzechach głównych”

**Streszczenie:** W artykule wskazano problemy, z którymi najczęściej, zdaniem autorki, spotykają się użytkownicy bibliotek, co powoduje trudności w dostępie do informacji. Celem wypunktowania „grzechów głównych” jest zwrócenie na nie uwagi zarządzającym i wszystkim pracownikom bibliotek. Książnice powinny dostosowywać się do potrzeb swoich klientów, wychodzić naprzeciw ich oczekiwaniom, a przede wszystkim likwidować bariery, a tym samym zapobiegać wykluczeniu informacyjnemu.

**Słowa kluczowe:** obsługa użytkownika, bariery w dostępie do informacji, zarządzanie bibliotekami

Potrzeby informacyjne definiuje się jako *informację, dzięki której można wykonać pracę lub badania, i która tak jest postrzegana przez odbiorcę informacji*<sup>1</sup>. Potrzeby powstają wówczas, gdy osoba stwierdza lukę w stanie swojej wiedzy i chce ten deficyt usunąć. Aby ludzie mogli efektywnie wykonywać pracę, satysfakcjonująco rozwiązywać problemy, oddawać się hobby czy pomyślnie rozwijać zainteresowania, muszą dysponować informacją. Potrzeba jest nieodłącznie związana z brakiem, a w przypadku potrzeby informacyjnej — z brakiem informacji.

Jednym z częstszych powodów, dla których użytkownicy pojawiają się w bibliotekach, szczególnie tych o charakterze naukowym, jest chęć pozyskania danych, umożliwiających osiągnięcie obranego celu<sup>2</sup>. Niestety, bywa tak, że pracownicy książnic czy nieprawidłowe procedury, utrudniają lub nawet uniemożliwiają klientowi zaspokojenie jego potrzeby informacyjnej. Należy zdać sobie sprawę, że sytuacja taka jest również niekorzystna dla samej biblioteki i oznacza brak odpowiednich mechanizmów związanych z public relations, czyli planowanymi działaniami kreującymi wizerunek instytucji zgodnie z jej oczekiwaniami<sup>3</sup>. Biblioteki w swoich kontaktach z otoczeniem powinny dążyć do wyeliminowania tzw. czarnego PR-u, czyli unikania wszystkich okoliczności, zjawisk, sytuacji oraz sposobów postępowania, które utrudniają korzystanie z oferowanych usług, zniechęcają oferenta lub choćby sprawiają niekorzystne wrażenia. Kluczową sprawą jest pozbycie się negatywnych skojarzeń i stereotypów oraz wytworzenie korzystnego wizerunku instytucji, która zdaniem użyt-

---

<sup>1</sup> NICHOLAS, D. *Ocena potrzeb informacyjnych w dobie Internetu: idee, metody, środki*. Warszawa: Wydaw. Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2001, s. 25.

<sup>2</sup> PRÓCHNICKA, M. *Informacja a umysł*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, 1991, s. 28; KOZŁOWSKA, A. Potrzeba informacyjna a sytuacja problemowa użytkownika systemu wyszukiwawczego. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum* 1999, z. 9, s. 131.; SOBIELGA, J. Psychologiczne uwarunkowania zachowań informacyjnych. *Zagadnienia Informacji Naukowej* 1999, R. 29, nr 2, s. 96.

<sup>3</sup> BELLER, R. Public relations biblioteki. *Poradnik Bibliotekarza* 2006, nr 12, s. 13.

kowników będzie przyjaźnie do nich nastawiona, będzie oferowała im przydatne usługi, jawiła się jako placówka potrzebna, produktywna, sprawnie działająca oraz nowoczesna<sup>4</sup>.

Na podstawie doświadczeń autorki artykułu oraz relacji bliskich jej osób, sformułowana została lista „siedmiu grzechów głównych bibliotek akademickich”, które mogą skutkować negatywnymi relacjami z klientem, a tym samym rzutować na zaspokajanie potrzeb informacyjnych. Jest to z pewnością dość subiektywne spojrzenie na sprawę obsługi użytkowników i udostępniania zbiorów, prawdopodobnie jednak większość z poruszonych tu kwestii poirytowała niejednego czytelnika.

### **1. Grzechy „na dzień dobry”**

Związane są ze zniechęcaniem użytkownika tuż po tym, jak przekroczy próg biblioteki. Wymienić tu należy niewłaściwą, często noszącą znamiona agresji, postawę pracowników ochrony, traktujących wszystkich jako potencjalnych złodziei czy też obsługę szatni, która domaga się od czytelników przedziwnych działań, na przykład pozostawiania czegoś w zastaw za kluczyk do szafki depozytowej. Często bywa tak, że osoby pracujące na wspomnianych stanowiskach nie są bezpośrednio zatrudniane przez bibliotekę, ale przez zewnętrzne firmy. Nie zwalnia to jednak zarządzających księżnicą od obowiązku nadzorowania ich działań, ponieważ przeciętny użytkownik traktuje bibliotekę jako całość i nie zastanawia się nad tym, kto danej osobie wypłaca pensję. Cały personel instytucji powinien działać spójnie, postępować według określonych przez władze zasad.

W literaturze przedmiotu wiele mówi się o tym, jak ważna jest właściwa postawa pracowników. To oni przecież mają wpływ na sukces lub porażkę instytucji, kreują także jej wizerunek w środowisku zewnętrznym. Trzeba dążyć do tego, by personel, także na gruncie prywatnym, pozytywnie wypowiadał się o miejscu pracy. Osiągnąć to można poprzez odpowiednie motywowanie, docenianie zatrudnionych osób i dobrą atmosferę w firmie<sup>5</sup>. W bibliotece szczególnie ważne jest uświadomienie wszystkim głównego celu public relations, czyli osiągnięcia zadowolenia użytkowników. Pracownicy muszą zdawać sobie sprawę z faktu, że ich działania mają znaczenie dla instytucji<sup>6</sup>.

Innego rodzaju grzechem „na dzień dobry” jest taka organizacja przestrzeni, która uniemożliwia sprawne i szybkie załatwienie sprawy. Przykładem może tu być umieszczenie punktów zwrotu i odbioru książek, a także stanowiska informacyjnego w takim miejscu, że użytkownik, by tam się dostać, musi najpierw skorzystać z szatni. Skutkuje to nieuzasadnionym wydłużeniem czasu wizyty w bibliotece i bardzo często związanym z tym niezadowoleniem klienta.

---

<sup>4</sup> ZAWADA, A. O promocji biblioteki. *Biuletyn EBIB* [on-line]. 2002, nr 3 (32) [Dostęp: 27.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/zawada.php>.

<sup>5</sup> TARKA, M. Public relations w bibliotece. *Biuletyn EBIB* [on-line]. 2007, nr 3 (84) [Dostęp: 26.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://ebib.info/2007/84/a.php?tarka>.

<sup>6</sup> KUBÓW, S. Jak promować bibliotekę? *Bibliotekarz* 2006, nr 9, s. 11.

## 2. Nieuprzejmy personel

Niedopuszczalne jest, by użytkownik przychodzący do biblioteki miał wrażenie, że jest tam niemile widziany czy wręcz zbędny. Tymczasem zdarza się, że personel swym zachowaniem sugeruje czytelnikowi, iż ten przeszkadza mu w pracy. Zawód bibliotekarza ma w swą specyfikę wpisana działalność usługową. Nie oznacza to bynajmniej, że powinien mieć postawę uniżoną, wyręczać we wszystkim czytelnika, pozabawiając go w ten sposób samodzielności. Idealnym rozwiązaniem jest przyjęcie postawy asertywnej, która przejawiałaby się gotowością do pomocy klientowi, przy jednoczesnym zachowaniu dystansu.

Aby nie zniechęcić użytkownika do korzystania z księżnicy, należy zadbać, by personel był kompetentny, potrafił sprostać oczekiwaniom środowiska. Pożądane są też umiejętności związane z poprawną komunikacją interpersonalną oraz schludny i wzbudzający zaufanie wygląd. Nie bez znaczenia są umiejętności komunikacyjne, profesjonalizm i życzliwość ujawniana w codziennej pracy, a także podczas prowadzenia działalności szkoleniowej<sup>7</sup>.

W społeczeństwie funkcjonują dwa negatywne stereotypy bibliotekarza — pierwszy z nich prezentuje przedstawiciela zawodu jako osobę rzetelną, profesjonalną, mogącą pomóc, ale czyniącą to w sposób mało sympatyczny, wywyższając się, udowadniając swoją przewagę nad czytelnikiem. Drugi obraz ukazuje bibliotekarza-odludka, życiowego nieudacznika, osobę zrzędliwą o mało urozmaiconym życiu towarzyskim. Wiele jest opinii mówiących o tym, że pracownicy księżnic to osoby mrukliwe, nieżyczliwe, apodyktyczne i aroganckie, skłonne do udzielania ostrych reprimend, a biblioteki to miejsca skrajnie konserwatywne i nieprzyjazne<sup>8</sup>.

Niestety, niepozytywny obraz naszej grupy zawodowej potwierdzają także badania nad Polską Skalą Niepokoju Związanego z Korzystaniem z Biblioteki<sup>9</sup>. Okazuje się, że zdaniem respondentów, bibliotekarze są nieprzystępni, niechętni do pomocy, sprawiają wrażenie niemających czasu dla użytkowników.

Niezależnie od tego, czy utrwalone w społeczeństwie stereotypy mają jakiś związek z rzeczywistością, czy też są „wyssanymi z palca” opiniami osób, które z bibliotek w ogóle nie korzystają, a swoje zdanie opierają na czyichś przekazach, należy w środowisku bibliotekarskim pamiętać o ich istnieniu. Negatywne opinie mogą bowiem powodować u niedoświadczonego czytelnika dezorientację, frustrację, zagubienie, a nawet agresję. Jeśli użytkownik podczas pierwszego kontaktu z nową dla niego biblioteką, np. akademicką, utwierdzi się w zasłyszanych stereotypowych przekonaniach, prawdopodobnie zniechęci się do niej i będzie rozpowszechniał tę niepocholebną opinię w swoich kręgach.

---

<sup>7</sup> Tamże, s. 13–14.

<sup>8</sup> SOBOCHA-STANUCH, J., PICHETA, P. *Stereotypy bibliotekarzy* [on-line]. [Dostęp: 25.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: [http://www.profuturo.agh.edu.pl/pliki/Pliki\\_III\\_KKMU/Zbiory\\_referatow/607-614\\_NH\\_Sobocha-Stanuch\\_Picheta.pdf](http://www.profuturo.agh.edu.pl/pliki/Pliki_III_KKMU/Zbiory_referatow/607-614_NH_Sobocha-Stanuch_Picheta.pdf).

<sup>9</sup> ŚWIGOŃ, M. Polska Skala Niepokoju Związanego z Korzystaniem z Biblioteki: wyniki badań. *Przeгляд Библиотечный* 2011, nr 2, s. 234.

Kierownictwo bibliotek powinno zatem skrupulatnie dobierać pracowników, dbać, by mieli oni odpowiednie kwalifikacje, cechowali się wysoką kulturą osobistą, posiadali odpowiednie kompetencje w zakresie komunikacji międzyludzkiej i potrafili profesjonalnie obsłużyć użytkownika, szanując jego czas i zaspokajając potrzeby informacyjne.

### **3. Utrudnianie dostępu do księgozbioru**

Grzechem, popełnianym szczególnie przez duże biblioteki z długoletnią tradycją, jest udostępnianie znacznej części księgozbioru wyłącznie w trybie prezencyjnym. Obecnie niewiele osób ma czas na kilkugodzinną wizytę w księżnicy. Znacznie wygodniejszą opcją jest wypożyczanie publikacji choćby na krótki okres. Prawdopodobnie niewiele bibliotek podejmuje działania zmierzające do zmiany statusu udostępnianych książek, mimo że po latach część z nich z pewnością mogłaby zostać przeznaczona do wypożyczeń, szczególnie wówczas, gdy dany tytuł występuje w kilku egzemplarzach.

Kolejną sprawą, którą należałoby zmienić, jest wyjątkowe traktowanie księgozbioru z zakresu bibliologii, bibliotekoznawstwa i informacji naukowej. Niemal wszystkie publikacje z tego obszaru wiedzy są udostępniane wyłącznie na miejscu. Łatwo domyślić się przyczyny takiego stanu rzeczy — chodzi o to, by bibliotekarze danej placówki mieli możliwość skorzystania ze zbiorów w każdym momencie. W ten sposób jednak znacząco utrudnia się dostęp do literatury fachowej osobom postronnym. Szczególnie cierpią na tym bibliotekarze pracujący w małych ośrodkach, które nie inwestują w publikacje bibliotekoznawcze. Środowisko zawodowe powinno się wspierać, dążyć do uzyskania jak najlepszej pozycji w społeczeństwie, dbać o podnoszenie swego prestiżu. „Strzeżenie” fachowych publikacji z pewnością w tym nie pomaga.

Utrudnianie dostępu do księgozbioru to także zbyt długi okres upływający między pojawieniem się publikacji na rynku wydawniczym a jej dostępnością dla użytkownika w bibliotece<sup>10</sup>. Oczywiście jest, że proces nabywczy i ewidencyjny zajmuje czas, każda publikacja musi otrzymać właściwy opis zarówno pod względem formalnym, jak i rzeczowym. Jednakże obecnie, gdy istnieje dostęp do katalogów centralnych, a systemy biblioteczne wyposażane są w coraz to nowsze funkcjonalności, nie powinno dochodzić do sytuacji, kiedy książka jest opracowywana, a przez to niedostępna dla czytelnika, przez 450 dni<sup>11</sup> od momentu zakupu.

Ostatnią sprawą, o której należałoby tu wspomnieć, jest utrudnianie dostępu do księgozbiorów publicznych uczelni osobom z nimi niezwiązanym. Niezaprzeczalne jest, że biblioteka szkoły wyższej powinna służyć przede wszystkim własnemu środowisku akademickiemu, jednakże nie należy nikogo pozbawiać możliwości korzystania z dóbr nabywanych z funduszy publicznych. Użytkownicy niezwiązani z uczelnią

<sup>10</sup> WOJCIECHOWSKI, J. *Biblioteka w komunikacji publicznej*. Warszawa: Wydaw. Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2010, s. 192.

<sup>11</sup> CZYŻEWSKA, M. Uwarunkowania rozwoju bibliotek niepaństwowych szkół wyższych. Rozważania w aspekcie nowoczesnych koncepcji i metod zarządzania. W: KUBÓW, S. (red.) *Marketing i jakość usług bibliotek akademickich*. Wrocław: Dolnośląska Wyższa Szkoła Edukacji TWP, 2002, s. 41.

mogą oczywiście mieć nieco mniej przywilejów (np. krótsze okresy i niższe limity wypożyczeń), jednakże całkowite pozbawianie ich możliwości korzystania ze zbiorów poza biblioteką jest społeczną niesprawiedliwością.

#### **4. Dyskomfort korzystania ze zbiorów na miejscu**

Grzech czwarty jest wynikiem grzechu trzeciego. Ze względu na fakt, że znaczącą część zbiorów bibliotek uczelnianych udostępnia się wyłącznie w trybie prezencyjnym, użytkownicy powinni znaleźć czas na długie wizyty. Tymczasem zdarza się, że korzystanie z publikacji na miejscu jest niekomfortowe. Może to się przejawiać w nieodpowiednich godzinach udostępniania, archaicznych regułach panujących w czytelniach (np. konieczność zachowania absolutnej ciszy, zakaz spożywania napojów), wreszcie niewygodnych miejscach pracy (np. nieodpowiednie ławki, brak dostępu światła czy odpowiedniego oświetlenia, konieczność zajęcia miejsca wskazanego przez bibliotekarza).

Bolączką korzystających ze zbiorów na miejscu jest też długi czas oczekiwania na dostarczenie publikacji do czytelni. Oczywiście niekiedy jest to związane z rozmieszczeniem zbiorów w magazynach, jednakże zdarzają się sytuacje, gdy zamówienie mogłoby zostać zrealizowane szybciej, a niestety tak się nie dzieje.

#### **5. Nietrafiona działalność promocyjna biblioteki**

Biblioteki uczelniane często prowadzą działalność promocyjną własnymi siłami, tzn. nie zatrudniają do tego celu specjalistów z zewnątrz. Na ogół marketingiem zajmują się wyznaczeni bibliotekarze, nie zawsze mający zdolności i kwalifikacje w tym kierunku. Brak odpowiedniego przygotowania skutkuje nieudanymi materiałami promocyjnymi — mało czytelnymi ulotkami czy plakatami, źle skonstruowanymi stronami internetowymi itp. Największym grzechem jest jednak zamieszczanie informacji nieprawdziwych czy nieaktualnych, co jest skutkiem złego przepływu informacji między pracownikami biblioteki, ewentualnie także innymi działami uczelni. Konieczne jest wypracowanie sprawnego wewnętrznego systemu przekazywania informacji, co można osiągnąć poprzez zamieszczanie aktualności na tablicach ogłoszeń, rozsyłanie poczty elektronicznej (newslettera) z ważnymi komunikatami, aktualizowanie na bieżąco treści strony internetowej, dbanie o dobrą komunikację bezpośrednią, organizację spotkań zespołu, a także wizytacje dyrekcji w oddziałach czy filiach instytucji<sup>12</sup>.

Aby działalność promocyjna biblioteki przynosiła pożądane skutki, a jednocześnie nie było konieczności angażowania w te procesy osób z zewnątrz, należy inwestować w rozwój własnych pracowników. Z pewnością można znaleźć takie formy szkoleń, które nie generują wysokich kosztów. Przykładem może być konferencja zorganizowana przez Polskie Towarzystwo Bibliologiczne, Oddział Warszawski oraz Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego „Pol-

---

<sup>12</sup> BELLER, R. dz. cyt., s. 14–15.

skie biblioteki publiczne. Promocja!”<sup>13</sup> czy warsztaty zaproponowane przez Sekcję Bibliotek Niepaństwowych Szkół Wyższych w Łodzi „Tworzenie materiałów promocyjnych w instytucjach non-profit”<sup>14</sup>.

Aby móc swobodnie zajmować się działalnością promocyjną, należy nabyć kompetencje z zakresu tworzenia materiałów reklamowych. Ważna jest zarówno strona językowa, graficzna, jak i techniczna, związana z ich wykonaniem. Osoba lub zespół zaangażowany w promocję powinien także czuwać nad właściwą konstrukcją strony internetowej, która obecnie staje się bardzo ważnym źródłem informacji o działaniach instytucji. Powinny ją cechować: wysoki poziom estetyczny, wyróżniająca forma graficzna z zachowaniem prostoty dotarcia do pożądaney informacji, aktualność, a także odpowiedni poziom językowy zamieszczanych treści<sup>15</sup>. Warto też rozważyć wprowadzenie innych form elektronicznej komunikacji z użytkownikiem — rozsyłanie newslettera, założenie profilu biblioteki na portalu społecznościowym czy prowadzenie bloga.

## **6. Obciążanie użytkowników dodatkowymi kosztami**

Artykuł 14 pkt 2 *Ustawy o bibliotekach*<sup>16</sup> wymienia, za co biblioteki o charakterze publicznym mogą pobierać opłaty. Są to: usługi informacyjne, bibliograficzne, reprograficzne oraz wypożyczenia międzybiblioteczne, wypożyczenia materiałów audiowizualnych, wypożyczenia materiałów bibliotecznych (w formie kaucji), nieterminowy zwrot wypożyczonych materiałów bibliotecznych, uszkodzenie, zniszczenie lub niezwrócenie materiałów bibliotecznych. Punkt 3 wspomnianej ustawy mówi natomiast o tym, że wysokość wyżej wymienionych opłat nie może przekraczać kosztów wykonania usługi. Tymczasem użytkownicy narzekają na mało atrakcyjne ceny usług reprograficznych, które w bibliotekach są wyższe niż w punktach komercyjnych. W 2006 r. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ukarał Bibliotekę Narodową za wygórowaną cenę wykonywanych tam kserokopii<sup>17</sup>. Poza tym użytkownicy muszą płacić za wyrobienie karty bibliotecznej (czasami są to opłaty cykliczne, pobierane raz do roku), a także wpłacać niewspółmierną do wartości książki kaucję za jej wypożyczenie.

---

<sup>13</sup> *Polskie biblioteki publiczne. Promocja!* [on-line]. Warszawa: Polskie Towarzystwo Bibliologiczne [Dostęp: 30.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.projekt.ptbow.pl/konferencje/konferencja-polskie-biblioteki-publiczne-promocja>.

<sup>14</sup> *Szkolenie i panel dyskusyjny „Tworzenie materiałów promocyjnych w instytucjach non-profit” – Sprawozdanie* [on-line]. Łódź: Sekcja Bibliotek Niepaństwowych Szkół Wyższych [Dostęp: 30.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://sekcjabnsw.blogspot.com/2012/02/03072011-szkolenie-i-panel-dyskusyjny.html>.

<sup>15</sup> BELLER, R. dz. cyt., s. 14–15.

<sup>16</sup> *Ustawa o bibliotekach* z dnia 27 czerwca 1997 r. Dz.U.2012.642.

<sup>17</sup> *Biblioteka Narodowa ukarana za ceny ksero* [on-line]. [Dostęp: 27.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,8311,title,Biblioteka-Narodowa-ukarana-za-cenyksero,wid,8589688,wiadomosc.html?icaid=1cf57> — czytajdalej.

## 7. Złe wykorzystywanie nowych technologii

Szczęśliwie większość bibliotek uczelnianych w Polsce jest już skomputeryzowana, posługuje się specjalistycznymi programami, tworzonymi z myślą o tych instytucjach. Niestety, nie zawsze wprowadzanie nowych technologii odbywa się z korzyścią dla użytkownika. Niektóre systemy biblioteczne i oprogramowania mają wyjątkowo nieprzyjazny, nieintuicyjny interfejs, a komunikaty wysyłane do czytelnika są napisane niezrozumiałym językiem. Oczywiście największy wpływ na ich wygląd mają twórcy, jednakże bibliotekarze jako klienci powinni dbać o to, by technologie wprowadzane do księżnic nie tylko im ułatwiały pracę, ale także usprawniały komunikację z użytkownikiem.

Odrębnym problemem jest wyposażanie bibliotek w sprzęt komputerowy, reprograficzny czy odtwarzający. Nie zawsze jest on dobrej jakości, co wydłuża czas korzystania z niego. Jest dobra rada na wyeliminowanie siódmego grzechu — zwiększenie nakładów finansowych na ten cel i przeszkolenie personelu w zakresie posługiwania się dostępnymi urządzeniami.

Unikanie omówionych w artykule „siedmiu grzechów głównych” pomogłoby z pewnością w budowaniu pozytywnego wizerunku biblioteki w środowisku i przyczyniłoby się do wzrostu stopnia zaspokojenia potrzeb informacyjnych użytkowników, którzy w przyjaznej atmosferze są bardziej skłonni do poszukiwania rozwiązań swoich problemów. Należy pamiętać, że otwartość bibliotek i bibliotekarzy to jeden z czynników walki z wykluczeniem informacyjnym.

Pytanie postawione w tytule jest oczywiście prowokacją — wszyscy bowiem bibliotekarze muszą zdawać sobie sprawę z faktu, że moment, w którym czytelnik przestanie mieć potrzebę korzystania z zasobów materialnych i/lub osobowych księżnic, będzie momentem ich upadku.

### Bibliografia:

1. BELLER, R. Public relations biblioteki. *Poradnik Bibliotekarza* 2006, nr 12, s. 13–15.
2. *Biblioteka Narodowa ukarana za ceny ksero* [on-line]. [Dostęp: 27.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,8311,title,Biblioteka-Narodowa-ukarana-za-cenyksero,wid,8589688,wiadomosc.html?ticaid=1cf57> — czytajdalej.
3. CZYŻEWSKA, M. Uwarunkowania rozwoju bibliotek niepaństwowych szkół wyższych. Rozważania w aspekcie nowoczesnych koncepcji i metod zarządzania. W: KUBÓW, S. (red.) *Marketing i jakość usług bibliotek akademickich*. Wrocław: Dolnośląska Wyższa Szkoła Edukacji TWP, 2002, s. 31–42.
4. KOZŁOWSKA, A. Potrzeba informacyjna a sytuacja problemowa użytkownika systemu wyszukiwawczego. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum* 1999, z. 9, s. 129–138.
5. KUBÓW, S. Jak promować bibliotekę? *Bibliotekarz* 2006, nr 9, s. 10–15.
6. KUBÓW, S. Wizerunek biblioteki szkoły wyższej w jej bezpośrednim otoczeniu. W: KUBÓW, S. (red.) *Marketing i jakość usług bibliotek akademickich*. Wrocław: Dolnośląska Wyższa Szkoła Edukacji TWP, 2002, s. 61–68.
7. NICHOLAS, D. *Ocena potrzeb informacyjnych w dobie Internetu: idee, metody, środki*. Warszawa: Wydaw. Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2001. ISBN 83-87629-56-1.

8. *Polskie biblioteki publiczne. Promocja!* [on-line]. Warszawa: Polskie Towarzystwo Bibliologiczne [Dostęp: 30.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.projekt.ptbow.pl/konferencje/konferencja-polskie-biblioteki-publiczne-promocja>.
9. PRÓCHNICKA, M. *Informacja a umysł*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, 1991. ISBN 83-7052-011-1.
10. SOBIEŁGA, J. Psychologiczne uwarunkowania zachowań informacyjnych. *Zagadnienia Informatyki Naukowej* 1999, R. 29, nr 2, s. 96.
11. SOBOCHA-STANUCH, J., PICHETA, P. *Stereotypy bibliotekarzy* [on-line]. [Dostęp: 25.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: [http://www.profuturo.agh.edu.pl/pliki/Pliki\\_III\\_KKMU/Zbiory\\_referatow/607-614\\_NH\\_Sobocha-Stanuch\\_Picheta.pdf](http://www.profuturo.agh.edu.pl/pliki/Pliki_III_KKMU/Zbiory_referatow/607-614_NH_Sobocha-Stanuch_Picheta.pdf).
12. ŚWIGOŃ, M. Polska Skala Niepokoju Związanego z Korzystaniem z Bibliotek: wyniki badań. *Przegląd Biblioteczny* 2011, nr 2, s. 231–243.
13. *Szkolenie i panel dyskusyjny „Tworzenie materiałów promocyjnych w instytucjach non-profit” — Sprawozdanie* [on-line]. Łódź: Sekcja Bibliotek Niepaństwowych Szkół Wyższych [Dostęp: 30.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://sekcjabnsw.blogspot.com/2012/02/03072011-szkolenie-i-panel-dyskusyjny.html>.
14. TARKA, M. Public relations w bibliotece. *Biuletyn EBIB* [on-line]. 2007, nr 3 (84) [Dostęp: 26.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://ebib.info/2007/84/a.php?tarka>.
15. *Ustawa o bibliotekach z dnia 27 czerwca 1997 r.* Dz.U.2012.642.
16. WOJCIECHOWSKI, J. *Biblioteka w komunikacji publicznej*. Warszawa: Wydaw. Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2010. ISBN 978-83-61464-38-9.
17. ZAWADA, A. O promocji biblioteki. W: *Biuletyn EBIB* [on-line]. 2002, nr 3 (32) [Dostęp: 27.08.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://ebib.oss.wroc.pl/2002/32/zawada.php>.