

**Magdalena Wójcik**  
Uniwersytet Jagielloński  
magda.wojcik@uj.edu.pl

## ***Maker space* jako narzędzie budowania korzystnego wizerunku biblioteki**

**Słowa kluczowe:** promocja biblioteki, przestrzenie kreatywne, technologie informacyjno-komunikacyjne, wizerunek biblioteki

**Abstrakt:** Przedmiot artykułu stanowi koncepcja tworzenie w bibliotekach przestrzeni pracy kreatywnej, tzw. *maker space*. Celem jest określenie potencjału takich przestrzeni dla promocji usług bibliotecznych i budowanie pozytywnego wizerunku bibliotek różnego typu. W wyniku przeprowadzonych analiz sformułowano wnioski dotyczące szans i zagrożeń związanych z tworzeniem *maker space* w bibliotekach.

**Keywords:** library promotion, maker space, information and communication technologies, library image

**Abstract:** The subject of the article is the concept of introducing creative work spaces in the libraries, also called maker space. The aim is to identify the potential of such spaces with regards to the promotion of library services as well as building a positive image of various library types. As a result of conducted analysis, the conclusions with regards to the opportunities and threats associated with creating a maker space in libraries are formulated.

Współczesne biblioteki są dynamicznymi instytucjami, które ciągle się zmieniają i dostosowują do potrzeb swoich użytkowników. Zmianom podlega zakres i forma świadczonych usług. Przemianom ulegają także wewnętrzne procesy biblioteki: zmieniają się style i sposoby zarządzania biblioteką [16; 30; 31], a także metody i formy jej promocji [4; 24; 32]. Biblioteki jako instytucje usługowe, by dalej istnieć, nieustannie szukają sposobów zarówno na podtrzymanie relacji z dotychczasowymi klientami, jak i na przyciągnięcie nowych użytkowników [9]. Podstawą każdej rzetelnej promocji, jak również elementem niezbędnym dla działań z zakresu *public relations* jest posiadanie przez instytucję dobrej oferty odpowiadającej na faktyczne potrzeby społeczności. Coraz częściej taką potrzebą jest praca kreatywna, wykonywana tak hobbystycznie, jak i biznesowo [6]. Zarówno osoby prywatne, jak i firmy szukają miejsc, w których mogą swobodnie oddawać się pracy twórczej, mając zapewnione odpowiednie miejsce, narzędzia i warunki do tego typu działalności [20]. Na rynku zaczyna się tworzyć nowa grupa prosumentów-rzemieślników, którzy chcą samodzielnie wytwarzać niepowtarzalne dobra na użytek własny bądź w celach zarobkowych. Jak pisze Felicjan Byłok: „Obserwując dynamiczny rozwój sklepów z produktami do majsterkowania, można prognozować szybki rozwój tej formy produkcji na własny użytek, albowiem coraz więcej ludzi decyduje się na wytwarzanie produktów według własnego pomysłu” [5, s. 51].

Żywe zainteresowanie samodzielnym tworzeniem unikatowych i spersonalizowanych obiektów wykazują szczególnie młodsze pokolenia, przedstawiciele tzw. generacji Y i Z. W raportach dotyczących nawyków konsumenckich zaczyna się pojawiać pojęcie „klasy kreatywnej” na określenie młodych ludzi, najczęściej zamieszkujących środowiska miejskie, odczuwających silną potrzebę kreatywności oraz wyróżnienia się i podkreślenia własnej wyjątkowości [22]. Biblioteka może wyjść naprzeciw takim potrzebom poprzez tworzenie przestrzeni pracy kreatywnej (tzw. *maker space*).

Przedmiotem artykułu jest koncepcja tworzenia w bibliotekach przestrzeni pracy kreatywnej, tzw. *maker space*<sup>1</sup>. Celem jest określenie potencjału takich przestrzeni dla promocji usług bibliotecznych i budowania pozytywnego wizerunku bibliotek różnego typu. Do celów szczegółowych można zaliczyć:

- omówienie stanu badań odnośnie tworzenia przestrzeni pracy kreatywnej reprezentowanego w polskiej i anglojęzycznej literaturze przedmiotu;
- wskazanie przykładów dobrych praktyk w zakresie tworzenia *maker space* w bibliotekach zagranicznych;
- określenie potencjału *maker space* dla działań wizerunkowych bibliotek;
- określenie szans i zagrożeń związanych z tworzeniem *maker space* w bibliotekach.

**Maker space**, a więc przestrzeń pracy twórczej, to: „Fizyczna lokalizacja, w której ludzie gromadzą się, aby dzielić się zasobami i wiedzą, pracować nad projektami, nawiązywać kontakty i budować. Przestrzenie pracy zapewniają narzędzia i przestrzeń w środowisku społecznym – w bibliotece, ośrodku kultury, organizacji prywatnej lub w kampusie” [11, s. 1]. W przytoczonej definicji zwrócono uwagę na dwie istotne kwestie: cel tworzenia przestrzeni kreatywnych oraz ich społeczny wymiar. *Maker space* to nie tylko fizyczna przestrzeń do pracy, ale także środowisko nawiązywania nowych kontaktów i współpracy. Społecznym celem tworzenia *maker spaces* jest stwarzanie ludziom możliwość rozwijania kompetencji w wielu dziedzinach: inżynierii, rękodzieła, projektowania czy sztuki użytkowej, a tym samym stymulowanie samodzielności, pomysłowości i zaradności [10]. Co istotne, przestrzenie kreatywne przeznaczone są dla użytkowników w każdym wieku, reprezentujących różne grupy społeczne – korzystanie z *maker space* nie jest zarezerwowane dla profesjonalistów. Przestrzenie kreatywne mogą oferować całe spektrum narzędzi i materiałów – od prostych akcesoriów papierniczych i klocków Lego, przez maszyny do szycia i urządzenia do grawerowania, aż po drukarki i skanery 3D umożliwiające tworzenie zaawansowanych projektów. Sensem tworzenia przestrzeni kreatywnych nie jest jednak wyłącznie udostępnianie narzędzi do pracy, ale przede wszystkim tworzenie bezpiecznego środowiska społecznego, w którym każdy może rozwijać swoją kreatywność [18]. Podkreśla się przy tym często, że to nie oferowane narzędzia stanowią o wartości przestrzeni kreatywnej, ale zgromadzeni w niej ludzie, którzy uczą się od siebie wzajemnie i wspólnie tworzą nową jakość [17].

Problematyka tworzenia przestrzeni twórczych w bibliotekach jest dobrze reprezentowana w anglojęzycznej literaturze przedmiotu [1; 3]. Na przestrzeni ostatnich kilku lat stała się szczególnie widoczna w kontekście rozważań nad potencjałem druku 3D dla usług

<sup>1</sup> Przyjęto pisownię rozdzielną: **maker space**. W literaturze przedmiotu występuje ona zamiennie z pisownią łączną: *makerspace*

bibliotecznych [21; 23]. Do najciekawszych tekstów anglojęzycznych z tego zakresu można zaliczyć: *3D-prints and robots play a part in my story. Participatory learning action and content creation in a library maker space* – tekst dotyczący wykorzystania najnowszych technologii informacyjno-komunikacyjnych w bibliotekach publicznych [23] oraz poruszający podobną problematykę, choć w kontekście bibliotek amerykańskich, artykuł *Makers in the library: case studies of 3D printers and maker spaces in library settings* [20]. W polskiej, bibliotekoznawczej literaturze przedmiotu obecne są wprawdzie od dawna postulaty postrzegania bibliotek w kategoriach tzw. trzeciego miejsca, a więc przestrzeni, w której obok domu i pracy użytkownicy bywają najczęściej i w której mogą swobodnie realizować swoje pasje [7; 29], jednak poza tym ogólnym kontekstem trudno znaleźć teksty poświęcone wprost problematyce tworzenia *maker space*. Problematyka ta nie jest jednak obca polskim bibliotekarzom – temat tworzenia przestrzeni kreatywnych pojawia się na konferencjach, jest opisywany w portalach branżowych i w mediach społecznościowych. Przykładem może być prezentacja Ewy Rozkosz *Makerspace w bibliotekach publicznych* [26], prezentacja B. Jaskowskiej *DIY w bibliotece. Biblioteka jako makerspace* [14] czy wpis w serwisie Bibliowizjer autorstwa Agnieszki Koszowskiej *O co chodzi z tymi drukarkami 3D? Makerzy i makerspace w bibliotece* [18]. Mimo obecności problematyki tworzenia *makerspace* w dialogu profesjonalnym, brakuje ciągle naukowych, systematycznych analiz tego zjawiska.

Dobrym przykładem działań z zakresu tworzenia przestrzeni kreatywnych są działania Sacramento Public Library, która od kilku lat zapewnia swoim użytkownikom możliwość korzystania z drukarek 3D. Biblioteka jest nie tylko wyposażona w odpowiedni sprzęt, oprogramowanie oraz materiały umożliwiające druk, ale także zapewnia użytkownikom regularne szkolenia oraz materiały do samokształcenia [27]. Działania Sacramento Public Library mają nie tylko długą tradycję, są też prowadzone w uporządkowany i przemyślany sposób oraz ciągle doskonalone.

Innym przykładem pokazującym, że przestrzenie kreatywne są związane nie tylko z najnowszymi technologiami, są działania Public Library of Cincinnati And Hamilton County. Biblioteka zapewnia swoim użytkownikom możliwość korzystania z wielu stanowisk o różnym profilu – od technologicznych, takich jak drukarki 3D czy skanery, poprzez sprzęt audio-video, aż do maszyn do grawerowania i maszyn do szycia [25]. Przykład ten zasługuje na uwagę ze względu za szeroki zakres i różnorodność oferowanych usług.

Ciekawym przykładem działań biblioteki akademickiej, która ze względów lokalowych nie mogła sobie pozwolić na zorganizowanie stałej przestrzeni kreatywnej w budynku biblioteki, są działania College of San Mateo w San Francisco. Bibliotekarze, chcąc przybliżyć studentom możliwości twórczego spędzania wolnego czasu i nauki, aplikowali w porozumieniu z wykładowcami o grant, który umożliwił zakup sprzętu i tworzenie przenośnych stacji kreatywnych, które działają w salach lekcyjnych i innych miejscach kampusu [8]. Aktywność tej niewielkiej biblioteki akademickiej zasługuje na uwagę ze względu na kreatywność zastosowanych rozwiązań – mimo braku przestrzeni i środków, bibliotekarzom udało się jednak zorganizować przestrzenie kreatywne dla swoich użytkowników.

Przytoczone przykłady nie obrazują oczywiście całokształtu działań bibliotek w zakresie tworzenia przestrzeni kreatywnych, ale pokazują ciekawe i różnorodne podejścia do tego

tematu wdrażane w konkretnych instytucjach. Krytyczna analiza przytoczonych przykładów może pomóc w tworzeniu analogicznych przestrzeni w polskich bibliotekach.

Działania wizerunkowe opierają się na systematycznym, konsekwentnym prezentowaniu obrazu osoby lub instytucji w sposób pozytywny i zgodny z wartościami charakterystycznymi dla danego podmiotu [12]. Podstawą każdego działania wizerunkowego jest przy tym posiadanie rzetelnej oferty zgodnej z oczekiwaniami odbiorców [15]. Z tej perspektywy – wobec rosnącej mody na inicjatywy DIY (ang. *Do It Yourself*, zrób to sam) [6; 20] – tworzenie przestrzeni kreatywnych jest elementem budowania relewantnej oferty biblioteki, a tym samym tworzenia warunków do działań wizerunkowych.

Przestrzenie pracy twórczej dają szansę na dotarcie z ofertą biblioteki do różnych grup odbiorców. Wśród grup potencjalnie najbardziej zainteresowanych tego rodzaju pracą można wymienić przede wszystkim: uczniów i studentów, młode matki, które często na urlo-pach macierzyńskich rozpoczynają swoją działalność twórczą, przedsiębiorców, szczególnie małe i średnie firmy z sektora kreatywnego oraz osoby starsze, zainteresowane powrotem do dawnego hobby, np. majsterkowania czy szycia. Tworzenie przestrzeni pracy twórczej daje więc możliwość dotarcia do różnych grup wiekowych i demograficznych, w tym takich, które często tracą kontakt z biblioteką, np. młodzież w wieku gimnazjalnym.

Przestrzenie pracy twórczej pozwalają nie tylko realizować indywidualne pasje poszczególnych użytkowników, ale także stwarzają warunki do współpracy, wymiany myśli i budowania wspólnoty [17]. *Maker space* staje się więc w bibliotece kolejnym elementem pozwalającym postrzegać ją w kategoriach trzeciego miejsca, gdzie każdy może swobodnie spędzać czas sam lub z innymi, relaksując się i czując się częścią większej społeczności. Pozytywne doświadczenia zebrane przez użytkowników w trakcie samodzielnej pracy, jak również podczas kontaktów z innymi użytkownikami, przekładają się na dobre skojarzenia z biblioteką jako całością.

Posiadanie w bibliotece miejsca do pracy twórczej daje bibliotekarzom możliwość pokazania się w roli ekspertów, nie tylko od wyszukiwania informacji, ale także jako znawców technologii i innowatorów. Biblioteka może – działając z korzyścią dla swojego wizerunku – sama wytwarzać przedmioty użyteczne dla społeczności lub udostępniać przestrzeń organizacjom charytatywnym, np. maszyny do szycia mogą umożliwić wolontariuszom szycie odzieży dla osób potrzebujących, a na drukarkach 3D można stworzyć niewielkie gadżety, np. breloczki do kluczy, które mogą zostać zlicytowane na cele społeczne. Takie działania, choć wymagają rozwiązania problemów o charakterze organizacyjnym, posiadają znaczny potencjał dla działań wizerunkowych.

Przeprowadzona analiza literatury przedmiotu oraz analiza dobrych praktyk pokazała, że tworzenie w bibliotekach przestrzeni kreatywnych powoduje poszerzenie ich oferty, co pozwala na potencjalne pozyskanie nowych grup odbiorców oraz umocnienie wizerunku biblioteki jako „trzeciego miejsca”. Takie podejście może być dobrym fundamentem dla kształtowania obrazu biblioteki jako instytucji otwartej, kreatywnej i przyjaznej. Tworzenie przestrzeni pracy kreatywnej, stanowiących nieformalne i atrakcyjne środowisko edukacyjne [19], pozwala też bibliotekom na wzmocnienie swojego wizerunku jako instytucji wspierających procesy kształcenia, co jest szczególnie ważne dla obrazu bibliotek

szkolnych, pedagogicznych i akademickich. Posiadanie w bibliotece *maker spaces* może się także przyczynić do poprawy i unowocześnienia wizerunku samych bibliotekarzy, którzy mają okazję pokazać się jako eksperci w różnych dziedzinach pracy technicznej i twórczej. Z drugiej jednak strony tworzenie przestrzeni do pracy wymaga wygospodarowania i adaptacji specjalnego pomieszczenia lub stworzenia mobilnych stacji kreatywnych, co w warunkach działania wielu bibliotek nie jest łatwe. Tworzenie przestrzeni pracy kreatywnej może się też wiązać z wysokimi kosztami zakupu i konserwacji sprzętu oraz materiałów, wymaga także szkolenia kadry. W tym kontekście istnieje ryzyko, że koszty – zarówno materialne, jak i organizacyjne – przewyższą przewidywane zyski w postaci pozyskania nowych użytkowników i przywiązania ich do biblioteki. W pewnych środowiskach potrzeba pracy twórczej może być przy tym mniejsza lub większa niż zakładana przez bibliotekę, co może stwarzać problemy organizacyjne. Istnieje także ryzyko, że prowadzenie przestrzeni pracy kreatywnej może wykraczać poza zakres kompetencji bibliotekarzy i – jeśli system szkoleń nie spełni swojej roli – obsługa stanowisk *maker space* może obnażyć niedostatki w wiedzy pracowników, a tym samym podważyć ich autorytet i wizerunek.

Podsumowując, wprowadzanie do bibliotek nowych koncepcji zawsze wiąże się z ryzykiem i wymaga szeroko zakrojonych starań o charakterze finansowym i organizacyjnym. Doświadczenia związane z komputeryzacją bibliotek [28] czy ich wchodzeniem w sferę Web 2.0 [13; 32] pokazują jednak, że w większości przypadków działania te odnoszą sukces i korzystnie wpływają na sposób postrzegania bibliotek, szczególnie w środowiskach młodszych grup wiekowych. Wydaje się więc, że z tej perspektywy ewentualne zagrożenia nie przeważają nad szansami (zob. tab. 1).

**Tabela 1.** Szanse i zagrożenia związane z tworzeniem przestrzeni kreatywnych – analiza SWOT

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• poszerzenie oferty biblioteki</li> <li>• wyjście z ofertą w kierunku nowych grup odbiorców</li> <li>• stworzenie nieformalnego środowiska edukacyjnego</li> <li>• wzmocnienie pozycji biblioteki jako „trzeciego miejsca”</li> <li>• wzmocnienie pozycji bibliotekarzy jako ekspertów w wielu dziedzinach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• konieczność wygospodarowania i adaptacji pomieszczenia lub stworzenia mobilnych stacji kreatywnych</li> <li>• wysoki koszt zakupu sprzętu i materiałów</li> <li>• wysoki koszt napraw i konserwacji urządzeń</li> <li>• konieczność szkolenia kadry</li> </ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• możliwość przyciągnięcia do biblioteki nowych grup odbiorców</li> <li>• możliwość wzmocnienia edukacyjnej roli bibliotek (ważne szczególnie dla bibliotek szkolnych, pedagogicznych i akademickich)</li> <li>• możliwość wzmocnienia wizerunku biblioteki jako instytucji przyjaznej, kreatywnej i otwartej</li> <li>• możliwość wzmocnienia i unowocześnienia wizerunku bibliotekarzy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• koszt niewspółmierny do uzyskanych korzyści</li> <li>• problemy z konserwacją sprzętu</li> <li>• zbyt małe lub zbyt duże zainteresowanie</li> <li>• ujawnienie niedostatków wiedzy bibliotekarzy w niektórych dziedzinach</li> </ul>

**Źródło:** opracowanie własne.

Po analizie szans i zagrożeń związanych z wdrażaniem przestrzeni kreatywnych w bibliotekach rozważenia wymaga kwestia perspektyw dalszego rozwoju tego typu inicjatyw. Analiza literatury przedmiotu pozwala stwierdzić, że w wielu publikacjach koncepcja *maker space* jest prezentowana jako trend, który ma szansę zdobyć dużą popularność. Taką opinię prezentują między innymi Penny Dugmore, Hamish Lindop i Baruk Jacob, pisząc: „Przestrzenie kreatywne w bibliotekach są szybko rosnącym na świecie trendem” [10, s. 2]. Zdanie to podziela także John Burke – „Przestrzenie kreatywne są rosnącym obszarem świadczenia usług w bibliotekach szkolnych, publicznych i akademickich” [3, s. 497]. Z przytoczonych wypowiedzi wynika, że przestrzenie kreatywne są odbierane, przynajmniej przez niektórych autorów, jako kolejny obszar, w którym biblioteki różnego typu mogą wykazać się użytecznością dla zaspokajania potrzeb użytkowników. Prognozy te znajdują uzasadnienie w badaniach przeprowadzonych przez Johna Burke. Raport *Makerspaces in Libraries Survey Results 2013* pokazuje, że w wśród wytypowanej grupy bibliotekarzy (143 osoby) aż 41% respondentów oferowało przestrzeń kreatywną w swojej bibliotece, a kolejne 36% planowało takie działania w najbliższej przyszłości [2]. Choć badania były prowadzone na bardzo wybiórczej grupie bibliotekarzy, nie reprezentującej ogółu środowiska, to jednak wyniki te – w połączeniu z dużą liczbą anglojęzycznych publikacji na ten temat oraz obecnością tej problematyki na blogach i konferencjach – pozwalają prognozować, że trend związany z tworzeniem w bibliotekach przestrzeni kreatywnych ma szansę się utrzymać.

Przeprowadzona analiza literatury przedmiotu oraz analiza dobrych praktyk pozwoliła stwierdzić, że tworzenie przestrzeni pracy twórczej może być dobrym instrumentem kreowania pozytywnego wizerunku bibliotek różnego typu – od publicznych, przez akademickie, aż po szkolne. *Maker space* pozwala przyciągnąć do biblioteki użytkowników reprezentujących różne grupy wiekowe i społeczne. Przestrzenie kreatywne sprzyjają integracji użytkowników i wytwarzaniu pozytywnych skojarzeń związanych z biblioteką, stają się kolejnym narzędziem budowania pozytywnego wizerunku tych instytucji. Co ciekawe, zaobserwowane przykłady dobrych praktyk w bibliotekach zagranicznych świadczą, że przestrzenie pracy kreatywnej nie muszą być wynikiem indywidualnego działania samych tylko bibliotek, ale mogą, a może powinny, być efektem współpracy z otoczeniem – studentami, wykładowcami czy przedsiębiorcami. Przestrzenie do pracy nie muszą być także tworzone w budynkach bibliotecznych, mogą mieć charakter przenośny, co może stanowić zaletę i pozwalać dotrzeć do użytkowników w miejscu ich pracy czy nauki. Przestrzenie kreatywne, choć często opierają swoje działania na organizacji dostępu do nowych technologii, np. popularnego w ostatnich latach druku 3D, nie muszą się jednak do tego ograniczać. Biblioteki, często limitowane niewielkimi środkami finansowymi, jakie mają do dyspozycji, mogą tworzyć przestrzenie do pracy, bazując na prostych materiałach plastycznych. Ideą przestrzeni kreatywnych jest stworzenie miejsca przyjaznego osobom twórczym, które chcą eksperymentować i dzielić się swoimi pomysłami z innymi. Nawet przy ograniczonych zasobach finansowych, lokalowych i kadrowych biblioteki są w stanie – przynajmniej w pewnym zakresie – realizować koncepcję przestrzeni kreatywnych, co może w przyszłości zapoczątkować umocnienie ich wizerunku jako instytucji otwartych, kreatywnych i przyjaznych.

## Bibliografia

1. BRADY Tara, et al. MakeAbility: Creating accessible makerspace events in a public library. *Public Library Quarterly*. 2014, 33.4, s. 330-347. ISSN 0161-6846.
2. BURKE John. *Makerspaces in Libraries Survey Results 2013* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjMzz07DTAhWEj-CwKHSbsDusQFggiMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.users.miamioh.edu%2Fburkej%2FMakerspaces%2520in%2520Libraries%2520Survey%2520Results%25202013.pdf&usq=AFQjCNEFLFVmvPWe-AfHsxzLFM\\_ve\\_Z6FZw&cad=rja](https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjMzz07DTAhWEj-CwKHSbsDusQFggiMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.users.miamioh.edu%2Fburkej%2FMakerspaces%2520in%2520Libraries%2520Survey%2520Results%25202013.pdf&usq=AFQjCNEFLFVmvPWe-AfHsxzLFM_ve_Z6FZw&cad=rja). Stan z dnia 19.04.2017.
3. BURKE John. *Making Sense: Can Makerspaces Work in Academic Libraries?* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/conferences/confsandpreconfs/2015/Burke.pdf>. Stan z dnia 22.03.2017.
4. BYKOWSKA Małgorzata. *Public relations w praktyce: kilka sposobów na promocję biblioteki szkolnej*. Warszawa: Dr Josef Raabe Spółka Wydawnicza, 2014. ISBN 978-83-7696-498-0.
5. BYLOK Felicjan. Prosumpcja jako forma innowacji na współczesnym rynku. *Marketing i rynek*. 2015, 2, s. 49-61. ISSN 1231-7853.
6. CARELLI Alessandro, BIANCHINI Massimo, ARQUILLA Venanzio. *The Makers contradiction. The shift from a counterculture driven DIY production to a new form of DIY-consumption. 5th STS Italia Conference A Matter of Design: Making Society through Science and Technology. Seminaarijulkaisu kesäkuu* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [www.academia.edu/download/36956605/STS\\_Italia\\_AMoD\\_Proceedings\\_2014.pdf#page=457](http://www.academia.edu/download/36956605/STS_Italia_AMoD_Proceedings_2014.pdf#page=457). Stan z dnia 12.07.2017.
7. CHACHLIKOWSKA Aldona. Biblioteka Uniwersytecka w Poznaniu jako „trzecie miejsce”. *Biblioteka*. 2015, nr 20, s. 153-182. ISSN 1506-3615.
8. College of San Mateo [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://collegeofsanmateo.edu/library/makerspace.php>. Stan z dnia 13.03.2017.
9. CZYŻEWSKA Maria (red.). *Kształtowanie wizerunku biblioteki: praca zbiorowa*. Białystok: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej, 2007. ISBN 978-83-87981-39-6.
10. DUGMORE Penny, LINDOP Hamish, JACOB Baruk. *Making the makers: an exploration of a makerspace in a city library* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [http://www.lianza.org.nz/sites/default/files/Dugmore\\_P\\_Making\\_the\\_makers.pdf](http://www.lianza.org.nz/sites/default/files/Dugmore_P_Making_the_makers.pdf). Stan z dnia 17.03.2017.
11. *Educase. 7 Things You Should Know About Makerspaces* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/eli7095.pdf>. Stan z dnia 18.03.2017.
12. FRĄCZEK Adriana. Public relations jako narzędzie komunikacji społecznej. *Studia Gdańskie. Wizje i Rzeczywistość*. 2011, t. VIII, s. 116-127. ISSN 1731-8440.
13. GMITEREK Grzegorz. *Biblioteka w środowisku społecznościowego Internetu: biblioteka 2.0*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2012. ISBN 978-83-61464-82-2.
14. JASKOWSKA Bożena. *DIY w bibliotece. Biblioteka jako makerspace* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.slideshare.net/bjasko/biblioteka-jako-makerspace-45654255>. Stan z dnia 18.04.2017.
15. JASKOWSKA Małgorzata. *Public Relations bibliotek naukowych w Internecie*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2007. ISBN 978-83-233-2367-9.
16. KAMIŃSKA Joanna, ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata. *Zarządzanie kadrami w bibliotece: praca zbiorowa*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2011. ISBN 978-83-89316-97-4.
17. KELLY Andrew. *Why do we need one of those? The role of the public library in creating and promoting makerspaces* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.alia.org.au/sites/default/files/Kelly%20-%20final.pdf>. Stan z dnia 20.04.2017.
18. KOSZOWSKA Agnieszka. *O co chodzi z tymi drukarkami 3D? Makerzy i makerspace w bibliotece* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://bibliowizjer.blogspot.com/2014/02/o-co-chodzi-z-tymi-drukarkami-3d.html>. Stan z dnia 19.04.2017.
19. *Makerspace Playbook: school Edition* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwi74ZCCy7LTAhWBB>

- SwKHRjUBz8QFgg4MAI&url=https%3A%2F%2Fmakered.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2014%2F09%2FMakerspace-Playbook-Feb-2013.pdf&usg=AFQjCNerg8GG41ghsAKMagi-OjMQVks7g&cad=rja. Stan z dnia 20.04.2017.
20. MILNE Andrew. *What Makes a Maker: Common Attitudes, Habits and Skills from the Do-It-Yourself (DIY) Community* [Dokument niepublikowany]. Tryb dostępu: <http://summit.sfu.ca/item/14578>. Stan z dnia 13.04.2017.
  21. MOOREFIELD-LANG Heather. Makers in the library: case studies of 3D printers and maker spaces in library settings. *Library Hi Tech*. 2014, 32.4, s. 583–593. ISSN 0737-8831.
  22. *Nowi mieszczanie: raport trendowy* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [www.fpiec.pl/nowi\\_mieszczanie\\_f5\\_analytics.pdf](http://www.fpiec.pl/nowi_mieszczanie_f5_analytics.pdf). Stan z dnia 18.04.2017.
  23. PELTONEN Marjukka, WICKSTRÖM Mikaela. *3D-prints and robots play a part in my story. Participatory learning action and content creation in a library maker space* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://library.ifla.org/869/>. Stan z dnia 11.04.2017.
  24. PRZYBYSZ Janina, PIOTEREK Paweł, NOWAK Mariusz. *Budowanie relacji z klientem biblioteki*. Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, 2014. ISBN 978-83-7205-326-8.
  25. Public Library of Cincinnati And Hamilton County [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.cincinnati.library.org/main/makerspace.html>. Stan z dnia 21.03.2017.
  26. ROZKOSZ Ewa. *Makerspace w bibliotekach publicznych* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.slideshare.net/EwaRozkosz/makerspace-w-bibliotekach-publicznych>. Stan z dnia 20.04.2017.
  27. Sacramento Public Library. *3D print lab* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.saclibrary.org/Services/3D-Printing-Lab>. Stan z dnia 11.03.2017.
  28. WINOGRODZKA Katarzyna. *Raport o stanie automatyzacji bibliotek publicznych 2010* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: [http://www.sbp.pl/repository/SBP/sekcje\\_komisje/komisja\\_nowych\\_technologii/raport2010.pdf](http://www.sbp.pl/repository/SBP/sekcje_komisje/komisja_nowych_technologii/raport2010.pdf). Stan z dnia 21.03.2017.
  29. WŁOCLAWSKA Maria, JERZYK-WOJTECKA Justyna. *Biblioteka jako „trzecie miejsce”*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2011. ISBN 978-83-7525-630-7.
  30. WOJCIECHOWSKA Maja. *Bibliotekarze i czytelnicy w dobie nowych technologii i koncepcji organizacyjnych bibliotek*. Gdańsk: Ateneum, 2013. ISBN 978-83-61079-22-4.
  31. WOJCIECHOWSKA Maja. *Koncepcje organizacji bibliotek*. Gdańsk: Ateneum, 2012. ISBN 978-83-61079-16-3.
  32. WÓJCIK Magdalena. *Web 2.0 w działalności usługowej instytucji książki*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2013. ISBN 978-83-233-3620-4.