

**Univerzita Karlova v Praze**

**Filozofická fakulta**

Ústav informačních studií a knihovnictví

# **Bakalářská práce**

Jana Ruxová

**Plakát a leták v knihovně – vývoj a příklady užití**

Poster and leaflet in the library – development and application examples

Praha 2015

Vedoucí práce: PhDr. Radka Římanová

**Poděkování:**

Na tomto místě bych ráda poděkovala za cenné rady a připomínky při zpracování bakalářské práce vedoucí práce PhDr. Radce Římanové. Další poděkování patří Mgr. Danuši Štefkové, ředitelce KMJS, Daně Lickové, DiS., zástupkyni ředitelky KMJS, Mgr. Barboře Čížinské, ředitelce KMHK, a Mgr. Janu Pětovi, bývalému řediteli KMHK, za to, že mně umožnili navštívit jejich domovské knihovny, poskytli veškeré potřebné materiály a přidali mnoho cenných informací. Dále děkuji všem ředitelkám, ředitelům a odborným pracovníkům oslovených knihoven, kteří mi ochotně vyplnili a zaslali zpět připravené dotazníky.

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 30. června 2015

.....  
Jana Ruxová

## **Identifikační záznam**

RUXOVÁ, Jana. *Plakát a leták v knihovně: vývoj a příklady užití*. Praha, 2015. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce informuje o systému archivace propagačních materiálů, a to plakátu a letáku, jako dokumentů krátkodobého charakteru, ve vybraných českých a moravských knihovnách. Zároveň zpravuje o tom, k jakým účelům se nejčastěji tato propagační média v knihovnách využívají a jakými distribučními cestami se dostávají na veřejnost. Na dokumentech dvou vybraných knihoven, a to Knihovny Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou a Knihovny města Hradce Králové, je podrobně sledován vývoj v přípravě obou poutačů počínaje 60. léty minulého století. V práci jsou také podchyceny a popsány změny, které do výše uvedených procesů (archivace, užití, distribuce a výroba) přineslo zavedení ICT.

Text práce se skládá ze dvou částí, a to z části teoretické a z případové studie. Teoretická část poskytuje odbornou podporu případové studii a je v ní zpracován vývoj plakátu a letáku v historickém kontextu a připomenuta jejich role v marketingové komunikaci.

## **Klíčová slova**

Knihovny, knihovnické služby, archivace, marketingová komunikace, grafická propagace, plakát, leták, ICT.

## **Abstract**

The bachelor thesis informs about an archiving system of promotion materials, namely a poster and a leaflet as documents of a short-term character in selected Czech and Moravian libraries. At the same time it describes for what purposes these promotion media are used in libraries most often and through what distribution channels they are released to the public. We have chosen two libraries, namely the Library of Matěj Josef Sychra in Žďár nad Sázavou and the Library of the City of Hradec Králové, on the documents of which we observe in details the development of preparation of both types of promotion materials since the 1960s. The thesis also captures and describes changes that the above-mentioned processes (archiving, utilisation, distribution, and production) underwent thanks to the ICT introduction.

The thesis consists of two parts, a theoretical one and a case study. The theoretical part provides a professional support to the case study; development of a poster and a leaflet is elaborated in it in a historical context; their role in marketing communication is reminded as well.

## **Keywords**

Libraries, librarian services, archiving, marketing communication, graphic promotion, poster, leaflet, ICT.

## Obsah

Předmluva .....	8
I TEORETICKÁ ČÁST .....	10
1 Plakát a leták – definice a historický vývoj .....	10
1.1 Definice pojmů .....	10
1.2 Historický vývoj .....	11
2 Plakát a leták v marketingové komunikaci knihovny .....	14
2.1 Plakát a leták – způsoby užití .....	15
2.2 Plakát a leták – distribuce .....	15
2.3 Plakát a leták – doporučení pro výrobu úspěšného poutače .....	16
II PŘÍPADOVÁ STUDIE .....	18
3 Etapy terénního šetření .....	18
4 Dokumentování materiálů ve vybraných knihovnách .....	21
4.1 Knihovna Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou (KMJS) .....	21
4.1.1 Plakát a leták v KMJS – systém archivace .....	22
4.1.2 Plakát a leták v KMJS – vývoj .....	23
4.1.3 Plakát a leták v KMJS – způsoby užití .....	25
4.1.4 Plakát a leták v KMJS – distribuce .....	28
4.2 Knihovna města Hradce Králové (KMHK) .....	30
4.2.1 Plakát a leták v KMHK – systém archivace .....	32
4.2.2 Plakát a leták v KMHK – vývoj .....	33
4.2.3 Plakát a leták v KMHK – způsoby užití .....	35
4.2.4 Plakát a leták v KMHK – distribuce .....	37
4.3 Stručné shrnutí .....	39
5 Zpracované dotazníky .....	40
5.1 Zpracované dotazníky – systém archivace .....	41
5.2 Zpracované dotazníky – vývoj .....	42
5.3 Zpracované dotazníky – způsoby užití .....	43
5.4 Zpracované dotazníky – distribuce .....	44

Závěr .....	47
6 Seznam použitých informačních zdrojů .....	50
Seznam použitých obrázků .....	53
Seznam tabulek .....	53
Seznam grafů.....	53
Přílohy.....	i

## **Seznam zkratk**

DTP	tvorba dokumentu za pomoci počítače (Desktop Publishing)
ICT	informační a komunikační technologie (Information and Communication Technology)
KMHK	Knihovna města Hradce Králové
KMJS	Knihovna Matěje Josefa Sychry
ONV	okresní národní výbor
OPAC	on-line veřejně přístupný knihovní katalog (Online Public Access Catalog)
SIS	Studijní informační systém Univerzity Karlovy v Praze
SSM	Socialistický svaz mládeže
ÚVTEI	Ústředí vědeckých, technických a ekonomických informací



## Předmluva

Cílem bakalářské práce je rozbor vývoje tvorby plakátu a letáku ve vybraných knihovnách, a to včetně uvedení praktických příkladů způsobu jejich využití při propagaci činnosti knihovny. Analýza je doplněna o výčet distribučních kanálů. Nedílnou součástí jsou informace o tom, v jakém rozsahu a za jakých podmínek jsou plakáty a letáky v knihovnách uchovávány. Zpracovaný rozbor zohledňuje vliv ICT na všechny tyto procesy.

Podnětů, které mě vedly k vybrání tohoto tématu bakalářské práce, bylo hned několik. V odborné knihovně, kde pracuji, se tyto materiály nevytvářejí, a tak mě především vedl zájem dozvědět se něco o jejich přípravě a „výrobní strategii“. V rámci svých školních seminárních prací jsem sice měla příležitost navrhnout několik plakátů, ale nyní se mi naskytla možnost poznat vše v praxi a pohovořit si s lidmi, kteří se této tvorbě v knihovnách věnují a mohou se tak podělit o své zkušenosti.

Tuto volbu ovlivnil též můj zájem o plakát jako výtvarné dílo. Patřím k obdivovatelům secesního plakátu a v 70. a 80. letech minulého století jsem se stala také velkým příznivcem a pravidelným návštěvníkem výstav věnovaných českému filmovému plakátu.

Posledním podnětem, který mě ve výběru práce utvrdil, byl požadavek „osobního sběru dokumentů“ přímo ve vybraných knihovnách. Pohybují se již mnoho let pouze v prostředí odborných pražských knihoven, a tak jsem přivítala možnost vycestovat a pracovat „v terénu“. Těšila jsem se na to, že „nahlédnu pod pokličku“ kolegům z jiných knihoven a spolu s materiály potřebnými pro práci tam získám i zajímavé postřehy a podněty.

Práci jsem rozvrhla na část teoretickou a část obsahující případovou studii. Celkem mají obě části pět kapitol. V teoretické části, v kapitole 1 a 2, jsou zpracovány poznatky získané z odborné literatury. Hlavním úkolem této části je uvést do tématu práce a vědecky podpořit navazující případovou studii, která zahrnuje kapitoly 3, 4 a 5.

První, úvodní kapitola, je věnována definici pojmů plakát a leták, včetně stručného popisu jejich vývoje v historickém kontextu.

Ve druhé kapitole je na obě propagační média nahlíženo prostřednictvím marketingové komunikace. Jsou zde uvedeny nejčastější způsoby jejich užití při propagaci činnosti knihoven, možnosti využití různých distribučních cest a v jejím závěru jsou

shrnutí základní doporučení profesionálních designérů pro úspěšnou přípravu obou poutačů.

Případová studie je zaměřena na plakáty a letáky v současných českých a moravských knihovnách, a to z hlediska jejich archivace, vývoje, způsobů využití a jejich distribuce.

Třetí kapitola popisuje podrobně celý harmonogram projektu, od přípravných prací, přes „výjezd do terénu“, až po samotné zpracování získaných dokumentů.

Jádrem studie je čtvrtá kapitola, která je rozdělena na tři podkapitoly. Dvě jsou věnovány zpracování dokumentů vybraných knihoven, a to Knihovny Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou (KMJS) a Knihovny města Hradce Králové (KMHK). V úvodu jsou knihovny krátce představeny, a pak již následuje analýza nashromážděných propagačních materiálů, zpracovaná na základě tématem zadaných kritérií. V závěru kapitoly jsou popsána fakta shrnuta do přehledné tabulky.

Pátá kapitola analyzuje údaje z dotazníků. Dotazník jsem připravila proto, abych mohla „v terénu“ nasbírané poznatky obohatit ještě o další informace. Formuláře jsem rozeslala do 14 knihoven, reflektovalo na ně 10 knihoven. Odpovědi jsou zpracovány ve formě textu, tabulek a u některých položek je zařazeno i grafické znázornění.

Celkové shrnutí všech poznatků, včetně osobního náhledu na problematiku, je zpracováno formou eseje v závěru práce.

Rozsah textové části práce je 53 stran. Za textem v příloze následuje obrazová část, která je nedílnou součástí případové studie. Jsou v ní zařazeny názorné příklady získané z archivů propagačních materiálů KMJS, KMHK a také formulář dotazníku. Tyto ukázky nebylo z hlediska jejich přehlednosti vhodné umístit přímo do textu. S textem jsou provázány křížovými odkazy. Přílohová část obsahuje 31 příloh a má celkem 35 stránek, její struktura koresponduje s rozvržením podkapitol (4.1 a 4.2) věnovaných popisu dokumentů získaných v KMJS a KMHK.

Veškerá použitá literatura je citována v souladu s normou ISO 690:2010. Citace v textu jsou uváděny podle Harvardského systému, a jsou uvedeny v hranatých závorkách. Jednotlivé reference jsou shrnuty v závěru práce v Seznamu použitých informačních zdrojů.

# I TEORETICKÁ ČÁST

## 1 Plakát a leták – definice a historický vývoj

Tato kapitola je věnována vymezení pojmů plakát a leták tak, jak jsou definovány a vnímány odbornou literaturou. Nedílnou součástí jejich představení je rekapitulace důležitých momentů v jejich historickém vývoji. Popis je doplněn několika ukázkami dobových propagačních materiálů určených přímo knihovnám.

### 1.1 Definice pojmů

Níže uvedené definice jednotlivých pojmů, se kterými dále v textu pracuji, jsem sestavila na základě studia více odborných zdrojů.

#### **Plakát**

je tištěné plošné médium určené ke zhlédnutí. Je to rozměrný list papíru obsahující krátké jednoduché textové sdělení a obrazový doprovod. Je určen k vystavování na veřejných frekventovaných místech, a to v exteriéru (zdi, ohrady aj.) i v interiéru (v prostorách konání akce aj.). Jeho prostřednictvím bývá často nabízeno zboží, umělecká díla, zábava, sport, názor atp. Úkolem plakátu je zapůsobit na první pohled, překvapit a strhnout pozornost kolemjdoucích k informaci, kterou svými výrazovými prostředky tlumočí [Johnová, 2007b, s. 284; Kroutvor, 1991, s. 9; Odeon, 2001b, s. 281].

#### **Leták**

je charakterizován jako tištěné médium určené k prostudování. Bývá většinou jednolistý a neperiodický. Přináší informace širokému okruhu čtenářů o aktuální mimořádné akci z politické, kulturní, společenské nebo komerční oblasti. Jeho úkolem je předat tyto informace co nejrychleji, vzbudit pozornost a vyvolat zájem příjemce. Leták bývá nejčastěji distribuován v místě prodeje, na ulici nebo anonymně do poštovních schránek. Jako „oznámení do ruky“ jej lze kamkoliv odnést a v klidu prostudovat, případně si jej uchovat. Ve starší odborné literatuře je také někdy nazýván bleskovka [Johnová, 2007b, s. 283; Křížek, 2008, s. 155-156; Odeon, 2000b, s. 399].

#### **Poutač**

je reklamní nebo agitační prostředek (plakát, panel atp.), jehož úkolem je upoutat pozornost [Academia, 1989, s. 347].

## 1.2 Historický vývoj

Historie plakátu sahá až do starověku. Jeho prvními předchůdci byly kamenné a později měděné desky s různými informačními texty, které byly vystavované na veřejných místech v Egyptě, v Řecku nebo v Římě. Důležitým mezníkem v jeho vývoji bylo vynalezení knihtisku v polovině 15. století. První tištěné plakáty se objevily v Anglii již v roce 1480. Velký rozmach zaznamenala výroba plakátů koncem 18. století, kdy byla objevena nová reprodukční technika, a to litografie<sup>1</sup>. Zásluhy na vzniku moderního plakátu jsou sice připisovány Anglii, ale o jeho opravdový rozkvět se zasloužila Francie. Pro pařížské bulváry je stvořen v roce 1867 malířem Julesem Chéretem zcela nový barevný poutač. Do secesní Prahy se z Francie plakát dostává až na konci 19. století. První český plakát, který byl určen k propagaci Jubilejní všeobecné zemské výstavy, byl vytvořen v roce 1891 malířem Vojtěchem Hynaisem. V průběhu dalších let se v plakátové tvorbě postupně vystřídaly různé umělecké styly (secese, expresionismus, kubismus, funkcionalismus atd.). Za počátek „zlatého věku“ moderního českého plakátu je považován rok 1928. Toto období rozkvětu je ukončeno 2. světovou válkou. Po roce 1948 se stává plakát pouhým nástrojem moci. K renesanci umělecké plakátové tvorby dochází pozvolna počátkem 60. let minulého století. Toto oživení se nejvíce projevilo v české filmové plakátové tvorbě. České filmové plakáty tehdy získaly mnohá ocenění doma i ve světě. Jejich tvůrci, většinou renomovaní umělci, vytvářeli za pomoci kresby, koláže či fotomontáže nápadité plakátové kreace, které jsou dodnes oceňovány jako hodnotná výtvarná díla. Tento nadějný vývoj přerušila srpnová okupace v roce 1968. Dozvuky filmové plakátové tvorby stačily sice ještě přesáhnout do 70. let, ale byly nakonec utlumeny v období normalizace, kdy došlo k zavedení cenzury a autocenzury, a kultura tak přešla definitivně pod kontrolu moci. Plakáty se opět stávají především ideologickou zbraní, jsou využívány k prosazování „duchovních hodnot“ komunismu, připomínají úspěchy socialistického hospodářství a svým obsahem přesvědčují veřejnost, že za podpory ostatních socialistických zemí „kráčí ke světlym zítřkům“. Tato názorná agitace provázela občana doslova na každém kroku. Po pádu komunismu v roce 1989, kdy dochází ke zrušení cenzury, k demokratizaci společnosti a k přechodu na tržní hospodářství, nabírá plakát jako propagační médium „druhý dech“. V tomto období dochází k bouřlivému rozvoji venkovní reklamy a plakáty jsou hojně využívány v komerční i společenské oblasti, postupně k nim přibývají ještě další nové a větší „nosiče informací“ (billboardy, reklamní

---

<sup>1</sup> Technika tisku z hladké kamenné desky využívající odpuzování vody a mastnoty [Odeon, 2001, s. 473].

lavičky atp.). Informační funkce plakátu nebyla a není ohrožena ani nástupem nových elektronických médií [Kroutvor, 1991; Křížek, 2008; Sylvestrová, 2005].

První letáky se objevují krátce po vynalezení knihtisku, nejstarší dochovaný leták byl vytištěn v roce 1486 v dílně augšpurského tiskaře Erhardta Razdolda, a jsou na něm propagovány služby jeho tiskárny. Od svých prvopočátků byl leták používán především k propagaci obchodních aktivit, k osvětě občanů (18. století; různá hygienická nařízení) nebo k šíření „senzačních“ zpráv (16. století; živelné pohromy, popravy). K určité stagnaci v jeho využívání dochází v 19. století, ale ve 20. století se opět jako komunikační médium vrací na výsluní. V průběhu 2. světové války je využíván jak v protifašistickém odboji (ilegální leták), tak i na straně okupantů (propagandistický leták). Politické propagandě slouží, bohužel, i po roce 1948. Kromě tohoto je však také používán k osvětovým účelům, například ve zdravotnictví a v kultuře. Po roce 1989 začíná být hojně využíván i v obchodní sféře. V současné době jsou letáky s obchodní nabídkou důležitou součástí „nákupní strategie“ většiny domácností. Letáky dnes bývají připravovány nejen v tištěné podobě „k odnesení“, ale jsou též k dispozici v elektronické verzi na internetu „ke stažení“ [Bednařík, 2011; Vošahlíková, 1999; Wikipedie, 2002].

Tématu propagačních materiálů v knihovnách ve 2. polovině 20. století se věnují autoři knih *Názorná propagácia v knižnici* [Jurovský, 1956] a *Příklady propagace informačních fondů a služeb* [Bukovský, 1986]. Z textu té starší, vydané v roce 1956 v Matici slovenské, vyplývá, že potřebnou názornou propagaci měly pro knihovny průběžně připravovat jejich nadřízené orgány, avšak praxe byla mnohdy jiná. Knihovna obdržela tento materiál v podobě plakátů a bleskovek (letáků) jen občas, proto byli knihovníci ve většině případů při jejich přípravě odkázáni nakonec sami na sebe. Na trhu chyběla odborná literatura věnovaná propagační tvorbě, o kterou by se mohli opřít, a tak museli především spoléhat na svoji výtvarnou intuici a vlastní zručnost. Metodické pokyny sice doporučovaly knihovnám u akcí většího společenského významu objednat raději propagační tisk v oficiálních tiskárnách, ale zde hrál důležitou roli dostatek financí. Plakáty, a především bleskovky (Obrázek č. 1) připravované v knihovně, byly většinou vyzdobeny jednoduchou názornou kresbou, text byl psán rukou anebo na psacím stroji. Rozmnožovány byly cyklostylem<sup>2</sup> [Jurovský, 1956].

---

<sup>2</sup> Rozmnožovací technika, při níž se protlačuje barva skrze blánu opatřenou preparační vrstvou [Odeon, 2000a, s. 153].



Obrázek č. 1: Ukázka letáků z 60. let minulého století [Jurovský, 1956, s. 81]

Vyrobené propagační materiály měly především plnit výchovný úkol, a tím bylo „vysvětlit opravdovou úlohu dělnické a rolnické vlády širokým vrstvám obyvatelstva“ (Obrázek č. 2) [Jurovský, 1956, s. 7].



Obrázek č. 2: Ukázky plakátů z 60. let minulého století [Jurovský, 1956, s. 85 a s. 75]

Druhá publikace, vydaná v 80. letech minulého století v Ústředí vědeckých, technických a ekonomických informací (ÚVTEI), poukazuje na důležitou roli propagačních materiálů při povzbuzení zájmu uživatelů o služby knihoven a dalších informačních institucí. Připomíná, jak je příprava těchto poutačů náročná na techniku i na zpracovatele. Doporučuje kriteria, která by měly tyto materiály dodržet, mj. nutnost zařazení všech důležitých faktografických údajů, zachování stručnosti a také maximální využití názorného zobrazení (Obrázek č. 3) [Bukovský, 1986, s. 13].



## **2.1 Plakát a leták – způsoby užití**

Propagační aktivity, které směřují knihovny ke svému okolí, bychom mohli rozdělit na čtyři hlavní formy, a to na základě stanoveného cíle, jehož má propagační kampaň dosáhnout.

Prvním typem je propagace, která má za úkol upozornit na samotnou existenci knihovny a uvést ji do povědomí široké veřejnosti [Johnová, 2007a, s. 246].

Druhá forma prezentace je zaměřená na zviditelnění jednotlivých produktů, které instituce nabízí, u knihoven jsou to především služby výpůjční, informační, referenční, rešeršní atp. Vedle této základní nabídky dnes poskytuje mnoho knihoven služby nadstandardní, mj. například pronájem studijního boxu či využití literární kavárny [Johnová, 2007a, s. 246].

Třetí forma propagačních aktivit je pro knihovny klíčová a je zaměřena na získání nových čtenářů. Roční přírůstek nových uživatelů a jejich celkový počet v daném roce patří k základním údajům, které hrají důležitou roli při pravidelném vyhodnocování činnosti knihovny jejím zřizovatelem. Pro knihovnu je to zároveň zpětná vazba v tom, jak důležitou roli hraje v kulturním životě města i celého regionu [Johnová, 2007a, s. 246].

Čtvrtým typem je prezentace připravovaná ke zviditelnění pořádaných akcí. Knihovny jich v průběhu roku organizují opravdu velké množství, mj. bych uvedla například výstavy, besedy, autorská čtení, koncerty, výtvarné dílny, soutěže a také různé charitativní akce [Johnová, 2007a, s. 246].

Publikace *Příklady propagace informačních fondů a služeb* [Bukovský, 1986] zmiňuje ještě další možnost využití plakátů a letáků v knihovnách, a to jejich funkci při navigaci a orientaci. V prostorách knihovny by neměly chybět informace o jejím provozu, o uspořádání knihovního fondu, informace objasňující metody práce s katalogy a dalšími materiály či přístroji určenými pro uživatele. Plakáty a letáky připravované k těmto účelům by měly být formulovány co nejstručněji a nejpřehledněji, jejich výhodou je využití možností názorného zobrazení [Bukovský, 1986, s. 13].

## **2.2 Plakát a leták – distribuce**

Významnou součástí propagace je volba vhodné distribuční strategie. Například u jednorázových akcí se doporučuje před zahájením připravit krátkodobou, ale velmi intenzivní kampaň. Chceme-li připomenout veřejnosti existenci organizace a její služby, je



lépe zvolit kampaň dlouhodobou. Distribuční cesty lze rozdělit dle prostředí, ve kterém jsou realizovány, a to na interiér, exteriér a virtuální prostor [Johnová, 2008, s. 179-193].

Knihovny často spolupracují při distribuci prezentačních materiálů ke svým akcím s místními organizacemi, především s informačními centry, školami atp. Velmi důležitá je také spolupráce s místní samosprávou. V exteriéru bývají distribuovány hlavně plakáty, jejichž výlep na vyhrazená místa lze běžně objednat. V současné době platí, že pokud nemá instituce svoji webovou stránku, jako by neexistovala. Její vytvoření, včetně pravidelného umísťování aktuálních propagačních materiálů, je tedy nutností. Další distribuční cestu ve virtuálním prostoru umožňují sociální sítě. Knihovny si také velmi často vytvářejí databáze, do kterých ukládají kontakty na zájemce, kteří chtějí být pravidelně informováni o připravovaných akcích. Tyto informace jsou rozesílány prostřednictvím elektronické pošty [Johnová, 2008, s. 179-193].

Výhodou vstupu ICT je rychlost uveřejnění (okamžité umístění i zpřístupnění), flexibilita (aktuální doplňování), nižší náklady (odpadá nákup papíru, toneru atp.), komfort pro příjemce (k informaci má přístup dle své potřeby, možnost vytisknutí), velký rozsah (oslovení mnoha adresátů najednou) a ochrana životního prostředí. Samozřejmě, že využívání ICT má i své nevýhody, například zahlcení trhu obrovským množstvím informací (zájemce nabídku nenajde nebo nemá chuť ji hledat, velká konkurence) nebo omezený přístup některých osob do virtuálního prostoru (technické omezení, mentální omezení) [Křížek, 2008, s. 150-152; Tellis, 2000, s. 513-514].

### **2.3 Plakát a leták – doporučení pro výrobu úspěšného poutače**

Dobře navržené propagační materiály by měly splňovat především dvě podmínky, v první řadě musí upoutat pozornost příjemce a jejich dalším úkolem je předat informace.

K základním „stavebním prvkům“, se kterými výtvarník při přípravě poutače pracuje, patří písmo, barvy a obrázky. Vyhotovení návrhu probíhá v několika fázích. Grafik si nejprve rozvrhne celkovou kompozici tak, aby návrh působil vyváženě. Následuje volba vhodného typu písma a jeho velikosti, použití různých variant zdůrazní hierarchii textového sdělení. Příhodné umístění připraveného textu "do prostoru" zvyšuje účinek zveřejněné informace. Dynamičtěji, oproti zarovnání na střed, působí jeho asymetrické umístění [Dabner, 2004; Schwalbe, 1994].

Vhodně vybrané barvy dodají návrhu prostorový rozměr. Je známo, že některé z nich jakoby vystupují do popředí (např. červená), a jiné zase ustupují (např. modrá

a zelená). Barvy mají navíc vliv na lidskou psychiku a dokážou u příjemce poutače vyvolat různé pocity a nálady. Obě tyto skutečnosti by měl výtvarník při své práci na barevné koncepci návrhu určitě zohlednit [Dabner, 2004; Schwalbe, 1994].

Posledním důležitým komponentem jsou obrázky. Lidová moudrost praví: "Jeden obrázek řekne více než tisíc slov" [Schwalbe, 1994, s. 126]. Začlenění obrázku jednoznačně zvyšuje a podtrhuje účinnost textového sdělení.

Úspěšnost poutače zaručí také dobrý reklamní text. Pro jeho tvorbu platí několik zásad: stručnost, jednoduchost, přesnost. Hlavní myšlenka musí být srozumitelná na první pohled. Slogan by neměl mít více jak osm slov. Příjemce propagačního materiálu se z něj musí dozvědět především KDO-CO-KDY-KDE-JAK [Dabner, 2004; Schwalbe, 1994, s. 106-126].

## II PŘÍPADOVÁ STUDIE

### 3 Etapy terénního šetření

Případová studie je věnovaná plakátům a letákům v současných českých a moravských knihovnách. Jsou v ní podrobně zpracovány informace o tom, zda knihovny vedou archivy svých letáků a plakátů, a pokud ano, tak v jaké podobě a v jakém časovém rozsahu. Nedílnou součástí je i rozbor toho, k jakým účelům jsou tyto tiskoviny nejčastěji využívány, jak jsou vytvářeny a jak jsou rozšiřovány.

Je třeba zdůraznit, že tyto propagační materiály nejsou považovány za archiválie, neboť svým přechodným charakterem nespĺňují zákonem stanovená kritéria (kritériem výběru archiválie je trvalá hodnota dokumentu) [Česko, §4 zákona č. 499/2004 Sb., o archivnictví a spisové službě, s. 9742], a tudíž není povinností je dlouhodobě ukládat. Záleží tedy zcela na rozhodnutí každé knihovny, zda je bude uchovávat a v jaké formě.

Veškeré činnosti spojené s výběrem knihoven, se získáním vhodných materiálů i s jejich samotným zpracováním jsem si rozložila do čtyř etap, které jsem pracovně nazvala: průzkum, příprava, dokumentování a rozbor.

První etapu – „průzkum“ jsem zrealizovala již v průběhu března a dubna 2014, abych ještě před definitivním zapsáním tématu bakalářské práce do SISu (Studijní informační systém)<sup>3</sup> zjistila, zda budu mít k dispozici dostatek materiálu. Oslovila jsem tehdy vedení 20 knihoven s dotazem, zda archivují propagační materiály, a pokud ano, zda bych je mohla zdokumentovat ve své bakalářské práci. Do této skupiny jsem cíleně vybrala různé typy knihoven: knihovny krajské, knihovny vědecké i knihovny městské. Z hlediska územního jsem zahrnula Prahu (Městská knihovna), Středočeský kraj (Knihovna Jana Drdy v Příbrami, Městská knihovna v Berouně, Středočeská vědecká knihovna v Kladně, Knihovna města Mladá Boleslav, Městská knihovna v Nymburce, Městská knihovna v Poděbradech, Městská knihovna v Kolíně, Městská knihovna v Kutné Hoře a Městská knihovna v Benešově), Českobudějovický kraj (Městská knihovna v Táboře), Plzeňský kraj (Knihovna města Plzně a Studijní a vědecká knihovna Plzeňského kraje), Ústecký kraj (Knihovna Karla Hynka Máchy v Litoměřicích), Královéhradecký kraj (Knihovna města Hradce Králové a Studijní a vědecká knihovna v Hradci Králové), Pardubický kraj (Krajská knihovna v Pardubicích) a Kraj Vysočina (Knihovna Matěje Josefa Sychry ve

---

<sup>3</sup> Elektronický systém Filozofické fakulty UK určený pro evidenci studijních záležitostí.

Žďáře nad Sázavou, Krajská knihovna Vysočiny v Havlíčkově Brodě a Městská knihovna v Jihlavě). Na můj dotaz, zda archivují plakáty a letáky, doprovázený prosbou o spolupráci, reagovalo kladně 16 knihoven. To byl velmi pozitivní výsledek, a vyjádřím-li ho prostřednictvím relativní četnosti, pomoc mi nabídlo 80 % z obeslaných knihoven.

Druhou fází – „přípravu“ jsem zahájila v únoru 2015. Bylo třeba rozhodnout, do kterých knihoven se vypravím osobně. Z těch 16, které mi nabídly zázemí a pomoc, jsem na základě od nich získaných informací o délce archivování propagačních tisků vytypovala do užšího výběru čtyři knihovny, které uchovávají tyto materiály nejdéle. Jedná se o Městskou knihovnu v Poděbradech, Knihovnu Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou, Knihovnu města Hradce Králové a Krajskou knihovnu v Pardubicích. Po této selekci bylo třeba vybrané subjekty postupně oslovit a ověřit si, zda jejich nabídka na spolupráci stále trvá a pokud ano, domluvit si návštěvu. Hned na počátku jsem musela vyřadit Městskou knihovnu v Poděbradech, která je momentálně umístěna v náhradních prostorách, a není tak možno do kronik, které jsou zakonzervovány v depozitu, nahlížet. Jako další jsem oslovila Mgr. Danuši Štefkovou, ředitelku Knihovny Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou. Ta ochotně s návštěvou souhlasila, a tak moje první pracovní cesta vedla na Vysočinu. Druhou návštěvu jsem si domluvila, s laskavým svolením paní ředitelky Mgr. Barbory Čížinské, v Knihovně města Hradce Králové. V rámci přípravy jsem ještě podrobně prostudovala webové stránky obou vybraných knihoven, abych přijela na pracovní návštěvy dostatečně obeznámena s jejich organizační strukturou, poskytovanými službami i dalšími aktivitami.

Třetí etapu – „dokumentování“ jsem zahájila 6. března 2015 cestou do žďárské knihovny. Zhruba za 14 dní poté, tj. 19. března 2015, jsem pokračovala ve shromažďování podkladů v knihovně královéhradecké. Z pracovních návštěv jsem si přivezla mnoho zajímavých dokumentů a spolu s nimi také velmi pozitivní dojmy z práce obou knihoven. Zrealizováním těchto výjezdů jsem ukončila etapu „dokumentování“ a pokročila k etapě poslední, „rozboru“.

Rozbor nashromážděných propagačních materiálů obou knihoven je zpracován včetně uvedení praktických příkladů a závěrečného shrnutí poznatků. Praktické příklady, které není z hlediska jejich přehlednosti vhodné umístit přímo do textu, přestože je na ně v textu odkázáno, jsou zahrnuty v obrazové příloze v závěru práce. Struktura přílohy koresponduje s rozvržením podkapitol (4.1 a 4.2) věnovaných popisu dokumentů získaných v KMJS a KMHK.

Abych využila i další kontakty získané v první průzkumné fázi, rozhodla jsem se zaslat do 14 nenavštívených knihoven dotazník, a to s předpokladem, že odpovědi mi pomohou rozšířit osobně sesbírané údaje o další užitečné informace. Poznatky získané z dotazníků jsou zpracovány v páté kapitole.

## 4 Dokumentování materiálů ve vybraných knihovnách

### 4.1 Knihovna Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou (KMJS)



Prvopočátky žďárské knihovny se formovaly již v 19. století, v jehož průběhu byly zakládány knihovny místních zájmových spolků. Důležitým momentem je rok 1908, kdy se několik žďárských spolků domluvilo na tom, že by své fondy mohly sloučit do jedné velké veřejné knihovny. Její budování však bylo přerušeno na několik let 1. světovou válkou, takže k obnově tohoto procesu došlo až po roce 1919. Poslední samostatná spolková knihovna byla včleněna do obecní knihovny v roce 1934, vznikla tak důležitá kulturní instituce, a to nejen pro město, ale i pro jeho okolí. V roce 1949 převzala knihovna funkci okresní knihovny a v 80. letech byly konečně vyřešeny i její prostorové potřeby, neboť do této doby neměla trvalé umístění a byla nucena se v rámci města několikrát stěhovat. V roce 1985 zahájila knihovna provoz v zrekonstruovaném Čechově domě, jehož historie sahá až do 13. století, a o dva roky později byl k této historické části slavnostně připojen nově vybudovaný moderní pavilon. V těchto prostorách poskytuje knihovna své služby dodnes. V 90. letech minulého století, kdy došlo k transformaci veřejného knihovnictví, byla knihovna na počest kněze, spisovatele a národního buditele M. J. Sychry (\*1776–†1830), přejmenována na Knihovnu Matěje Josefa Sychry (KMJS) [Bejblova, 2015].

V současné době je zřizovatelem knihovny město Žďár nad Sázavou, její ředitelkou je Mgr. Danuše Štefková. V ústřední budově knihovny jsou umístěny následující útvary: Oddělení pro dospělé čtenáře, Oddělení pro děti a mládež, Informační centrum a čítárna, Hudební oddělení a zvuková knihovna, Úsek knihovnických fondů, Úsek pro výkon

regionálních funkcí a Úsek ředitele. Knihovna dále spravuje ještě dvě pobočky a výměnný soubor knih. Fond je zpracováván v automatizovaném knihovnickém systému Verbis. Informace o publikacích vyhledává veřejnost prostřednictvím OPAC katalogu Portaro, dodavatelem obou produktů je firma KP-Sys.

Za své kvalitní služby byla knihovna, ve své kategorii, oceněna v roce 2013 titulem **Knihovna roku 2013**.

Zde je shrnuta práce knihovny v číslech, data jsem čerpala z Výroční zprávy za rok 2014:

Počet registrovaných uživatelů:	3 976
Počet návštěvníků celkem:	258 769
Počet výpůjček:	384 639
Stav knihovního fondu:	184 826 jednotek (k 31. 12. 2014)
Roční přírůstek knihovny činil:	6 813 svazků

Zvlášť bych chtěla upozornit na údaje, které již úzce souvisejí s tématem propagace, neboť jejich počet výrazně ovlivňuje právě produkci propagačních materiálů:

Počet kulturních akcí:	379
Počet návštěvníků:	13 180

Počet vzdělávacích akcí:	410
Počet návštěvníků:	4 433

[Knihovna Matěje Josefa Sychry, 2014].

#### **4.1.1 Plakát a leták v KMJS – systém archivace**

Pro uchovávání plakátů a letáků neplatí v KMJS žádný závazný předpis, ale nepsaným pravidlem je, že jsou tyto propagační materiály vkládány pravidelně do kronik, které knihovna průběžně vede. Ke každé podrobně sepsané zprávě informující o průběhu akce je vždy připojen jeden tištěný plakát nebo leták, který byl k její prezentaci vyhotoven. Tento systematický způsob archivace je důsledně dodržován i ve „virtuální době“, která navíc nabízí možnost archivace do úložiště na server knihovny. Zde jsou materiály uchovávány zhruba za uplynulých 12 let. Některé návrhy bývají duplicitně uloženy v paměti na jednotlivých počítačích pracovníků, kteří se podílejí na jejich tvorbě. Malý archiv je též k dispozici na webových stránkách knihovny ve složce Akce. V něm může zájemce

vedle „žhavých novinek“ nahlédnout do propagačních plakátů akcí KMJS zhruba ½ roku zpátky. Elektronické poutače jsou vystavené ve formátech běžně používaných pro ukládání obrázků (jpg, gimp a pdf) [Licková, 2015; Štefková, 2015].

#### **4.1.2 Plakát a leták v KMJS – vývoj**

Dokumentaci jsem zpracovávala z šesti vázaných kronik, které pokrývají období let: 1978–1989 a 2000–2010. Nejstarší nalezené dokumenty pocházející z 60. let minulého století byly v archivu uloženy separátně, jsou to 2 tištěné plakáty (1 barevný, 1 černobílý) ve formátu A2, jsou vyrobené v profesionální tiskárně ofsetovým tiskem<sup>4</sup> (**Příloha č. 1**).

Propagace ze 70. a 80. let minulého století je již v kronikách bohatě zastoupena, a to letáky v podobě pozvánek. Ke každé akci bývaly vždy vytištěny i velké plakáty, nejčastěji ve formátu A2 nebo A3 (barevné i černobílé), jak mi potvrdily pracovnice knihovny [Licková, 2015], ale vzhledem k jejich rozměrům nebyly do kronik vleповány a ani se jinak neuchovávaly, po akci byly skartovány. Archivované letáky – pozvánky mají většinou atypické rozměry a jsou 2x či 3x překládány (**Příloha č. 2**). Kromě tohoto atypického formátu se vyráběly i formáty „běžné“, a to A5 a A6. Po grafické stránce jsou zastoupeny jak návrhy profesionálních grafiků, tak i barevné šablony, které pro tiskárnu připravovali výtvarně nadaní pracovníci knihovny. Profesionálům bývaly zadávány zakázky hlavně v případě propagace významnějších akcí. Výsledky obou uvedených výrobních technik jsem vybrala do příloh (**Příloha č. 3** a **Příloha č. 4**). Pokud se tiskárnou dodané materiály rychle rozdaly, bylo je možno namnožit cyklostylem přímo v knihovně. Cyklostyl se využíval i v případech, kdy příliš nezáleželo na výtvarném provedení, celá „zakázka“ se tak mohla vyrobit rychle na místě [Licková, 2015].

Z 90. let minulého století jsem měla k dispozici pouze 1 barevný, ručně malovaný grafický návrh na leták (**Příloha č. 5**). Na tato dokumenty „nepodchycená“ léta chronologicky navazuje kronika z roku 2000, v ní založené propagační materiály jsou již vyrobeny za pomoci počítače. Z toho vyplývá, že právě 90. léta minulého století, v jejichž průběhu dochází k postupnému pronikání ICT do činností a služeb knihoven, jsou významná také pro vývojový posun v oblasti propagace. Na základě informací získaných od zaměstnanců knihovny vím, že počítače zde byly instalovány po roce 1995 a zprvu byly využívány pouze pro práci s automatizovaným knihovnickým systémem a k vedení

---

<sup>4</sup> Nepřímý tisk z plochy: z tiskové formy se tiskne na gumový válec a odtud se tisk přenáší na papír [Odeon, 2001a, s. 591].



ekonomických agend [Licková, 2015]. K tvorbě propagačních materiálů sloužily zpočátku jednoduché textové procesory, fungující v operačním systému MS-DOS. Grafické zpracování pak, samozřejmě, odpovídalo možnostem programu, zprvu tedy byla výroba letáku či plakátu spíše textovou záležitostí. Teprve s operačním systémem Windows od firmy Microsoft a jeho textovým procesorem Word byla umožněna větší kreativita. Program nabízel velkou variabilitu ve výběru typu písma a také možnost vkládat obrázky. K namnožení vytištěných materiálů již tehdy nesloužil cyklostyl, ale moderní laserové kopírovací stroje. V kronice z roku 2000 jsou již založeny materiály navržené i vytištěné za pomoci počítačových technologií, tzv. DTP (desktop publishing). Díky potřebnému vybavení již nemusela knihovna tak často využívat služby profesionálních tiskáren a mohla si, i v rámci finančních úspor, své propagační materiály vyrábět kompletně sama, a to včetně grafických návrhů. Tyto návrhy většinou připravuje, tak jak tomu bylo i v letech předchozích, výtvarně nejzdatnější člen pracovního týmu knihovny. Nejrozsáhlejší část výroby propagačních materiálů je v kompetenci Informačního centra a čítárny, ostatní oddělení s ním úzce spolupracují při přípravě plakátů a letáků k vlastním akcím [Licková, 2015; Štefková, 2015].

Zhruba do roku 2005 se používala k tisku pouze černá barva, a protože účinná propagační tiskovina by měla být výrazná, aby přitáhla patřičnou pozornost, tiskl se grafický návrh na barevné papíry (**Příloha č. 6**). Rozměry tiskovin byly v podstatě dány možnostmi tiskárny, takže plakáty se vyráběly ve formátu A4 (orientace na šířku i na výšku) a letáčky nejčastěji ve formátu A6 (takže z 1 archu o velikosti A4 se vyrobily 4 kusy). Tato výrobní strategie se v podstatě dodržuje do současnosti. Po roce 2005 se již plně přechází k výrobě barevných plakátů a letáků, barva tak umožnila tvůrci návrhu předat uživateli nejen informaci, ale přidat k ní ještě zajímavý umělecký zážitek podpořený začleněním ilustračních obrázků a fotografií. Novinkou tohoto období bylo zahájení tisku ročního kulturního kalendáře a také pravidelné vydávání plakátů s výčtem pořadů připravených pro veřejnost na konkrétní měsíc. Nedílnou součástí všech propagačních materiálů se stalo logo knihovny, otevřená kniha, které vzniklo současně s jejím přejmenováním z Okresní knihovny ve Žďáře nad Sázavou na Knihovnu Matěje Josefa Sychry v roce 1990. A protože program Word již plně nepostačoval nárokům moderní grafiky, začaly se využívat sofistikovanější počítačové programy, v současné době je

používán program Microsoft Office Publisher<sup>5</sup>. Do základní grafické koncepce plakátů i letáků přibýlo v roce 2012 ještě logo mediálního sponzora, kulturně inzertního měsíčníku Žďárský průvodce. Pokud jsou náklady na zorganizování pořadu pokryty z grantu či sponzorským příspěvkem, je vždy na připravených materiálech tento „patron akce“ uveden. Knihovna v současné době vyrábí ke každé akci plakáty ve formátu A4, jejich zmenšením, nejčastěji na velikost A5, získá velmi jednoduše a rychle také letáky na rozdávání. K některým pravidelně se opakujícím akcím byly na zakázku vyrobeny též velké venkovní poutače, které se umísťují nad vchod knihovny. Jako příklad přikládám soubor (plakát, leták a venkovní poutač) propagačních materiálů upozorňující na letošní Josefskou noc (**Příloha č. 7**) [Licková, 2015; Štefková, 2015].

#### **4.1.3 Plakát a leták v KMJS – způsoby užití**

Obsahová analýza nashromážděných dokumentů ukázala, že jsou za jejich grafické podpory v KMJS pravidelně realizovány čtyři hlavní formy propagace, a to propagace knihovny jako instituce, propagace jejích jednotlivých služeb, propagace určená na získání nových čtenářů a propagace připravovaných událostí (akcí).

Letáky a plakáty, upozorňující veřejnost ve městě i v regionu na existenci knihovny, byly nejčastěji připravovány jako součást kampaní, které provázely otevření první části knihovny v zrekonstruovaném Čechově domě v roce 1985 a posléze zprovoznění její druhé části v nově vybudované budově v roce 1987. Pravidelné připomínání nejen směrem k občanům, ale i k veřejným činitelům či sponzorům zajišťují vždy koncem roku rozesílané výtvarně nápadité novoročenky (**Příloha č. 8**). Důležitou součástí zviditelnění knihovny v očích veřejnosti bylo též vytvoření jejího loga v roce 1990, od té doby je logo v podobě otevřené knihy nedílnou součástí všech propagačních materiálů KMJS. V průběhu dalších let byl ke stylizovanému obrázku knihy přidán ještě název knihovny a došlo také k barevnému sladění celého loga v jeden harmonický celek (Obrázek č. 4) [Štefková, 2015].

---

<sup>5</sup> Textový a grafický editor od americké firmy Microsoft, je součástí kancelářského softwaru Microsoft Office.



**Obrázek č. 4: Logo Knihovny Matěje Josefa Sychry** [naskenováno z dokumentovaných materiálů]

Plakáty a letáky jsou v KMJS také pravidelně připravovány k propagaci jednotlivých služeb. Jejich úkolem je především průběžně informovat a upozorňovat návštěvníky na aktuální nabídku. Zavádění nové služby nebo inovaci služby stávající vždy doprovází rozsáhlejší kampaň, v jejímž rámci bývá připraven i nový propagační materiál. Text upozorňuje stručně na nabídku, mnohdy je dokreslen ilustracemi, které ještě přesněji určí, čeho nebo koho se služba týká (**Příloha č. 9**).

Obě tištěná prezentační média jsou v KMJS často využívána též v rámci propagační strategie zacílené na „nábor“ nových uživatelů. Noví čtenáři všech věkových kategorií jsou v průběhu intenzivní kampaně vybízeni k návštěvě KMJS nejčastěji prostřednictvím různých slevových akcí. Výtvarná koncepce materiálů se liší dle věkové skupiny, pro kterou jsou připraveny (**Příloha č. 10**). Každoroční nárůst uživatelů je pro knihovnu důležitou zpětnou vazbou, která ukazuje, že nabídka jejich služeb i dalších aktivit je natolik zajímavá, že dokázala přilákat další návštěvníky [Štefková, 2015].

Nejpočetnější skupinu tvoří poutače vybízející k návštěvě různých akcí knihovny. V průběhu roku jich je zorganizováno opravdu nepřeberné množství. Jasně to vyplývá i z výše uvedené statistiky, v roce 2014 jich bylo KMJS zorganizováno celkem 789! Vzhledem k jejich poměrně vysokému počtu a také jejich různorodosti nebudu na propagační materiály, které je reprezentují, nahlížet při popisu jako na jeden celek, ale rozčlením je postupně, z několika různých hledisek, do menších skupin, z nichž každá vyžaduje specifickou informační strategii i výtvarnou koncepci, a to následovně:

1. Čtenářská kategorie = děti, nebo dospělí čtenáři
2. Základní účel akce = kulturní zážitek, nebo vzdělávací účel
3. Realizace akce = samostatně, ve spolupráci, nebo celostátně
4. Periodicita akce = jednorázová, nebo cyklus

A protože leták jako jednodušší a formátem menší propagační tiskovina nenabízí svému tvůrci příliš prostoru pro rozvinutí výtvarného talentu jako jeho větší „souputník“, věnuji svoji pozornost v následujícím rozboru plakátu. Toto rozhodnutí podpořila také skutečnost, že knihovna v současné době vytváří většinu svých letáků zmenšením grafického návrhu připraveného pro plakát, a tak se tato dvě média, a to zejména ve virtuálním prostoru, kde nebývají rozlišena rozměrem, spojují vlastně v jedno.

Prvním hlediskem, podle kterého jsem akce, a potažmo tedy plakáty určené k jejich propagaci, rozčlenila, je čtenářská kategorie, pro kterou jsou pořady KMJS určeny. Zde jsou rozdíly v přístupu ke grafické úpravě asi nejmarkantnější. Plakáty určené do dětských rukou jsou pracovníci knihovny připravovány tak, aby vybudily k návštěvě především prostřednictvím obrázků, které navozují atmosféru akce a povzbuzují tak zvědavost. Dospělému čtenáři určený propagační materiál obsahuje více textu, k základním informacím bývají přidány další zajímavosti, které mají podpořit rozhodnutí akci navštívit. Obrázek vystihující téma je zde spíše estetickým doplňkem (**Příloha č. 11**).

Dále je možné shromážděné plakáty rozdělit do dvou skupin z hlediska základního účelu akce, kterou mají reprezentovat. První skupinou jsou pořady kulturní (besedy se zajímavými osobnostmi, autorská čtení, koncerty, výstavy renomovaných výtvarníků i výstavy dětských prací), které mají návštěvníkovi poskytovat příjemný kulturní zážitek, druhou skupinou jsou vzdělávací programy, které mají svým účastníkům pomoci rozšířit či doplnit znalosti. Výroba plakátů na kulturní akce nabízí tvůrci podstatně širší možnosti využití jeho invence i výtvarného nadání a na plakátech vyrobených v KMJS je vskutku vidět, že je jejich autoři tvořili s potěšením a mnohdy mohou být dokonce samy pokládány za výtvarné dílo. Poutače na vzdělávací akce (akreditované kurzy anglického jazyka, kurzy počítačové gramotnosti, kurzy tvůrčího psaní či kurzy znakové řeči) nevyžadují od tvůrce přehnané umělecké ambice, očekává se od nich, že přinesou co nejvíce informací. Vedle těchto dvou výše uvedených skupin propagačních materiálů se ve shromážděných dokumentech knihovny nalézají velké množství zajímavých plakátů připravených i k dalším „nezařazeným“ akcím, to je propagace k různým soutěžím, tvůrčím dílnám, burzám knih a časopisů a charitativním projektům (**Příloha č. 12**).

Vliv na konečnou koncepci plakátu má také způsob, jakým je akce realizována, to znamená, zda ji knihovna připravuje samostatně, nebo ve spolupráci s další organizací, případně zda se jedná o akci celostátního charakteru. Jako příklady celostátních akcí, do kterých je KMJS zapojena, bych uvedla mj. Březen-měsíc čtenářů, Týden knihoven (říjen),

Noc s Andersenem (březen) a Den pro dětskou knihu (listopad). Z pohledu přípravy plakátů se tady nabízí možnost, nejde-li o samostatnou akci knihovny, využít propagační materiály spolupořadatele, případně oficiální plakáty poskytované organizací zastřešující konání celostátní akce. V letošním roce, oproti rokům předchozím, například využila KMJS pro pozvání na Noc s Andersenem oficiálně připravený plakát, na kterém doplnila pouze aktuální údaje (**Příloha č. 13**).

Různé přístupy může výtvarník uplatnit také v případě, rozdělíme-li akce na jednorázové a na ty, které probíhají v rámci nějakého cyklu. Zatímco poutače zvoucí k návštěvě jednorázové akce jsou v KMJS vlastně „kus od kusu“ originálem, výroba plakátů k propagaci jednotlivých pořadů cyklu je, především kvůli zdůraznění jejich vzájemné návaznosti, řešena za pomoci jednoho originálního návrhu, do kterého jsou průběžně vkládány aktuální údaje. Poutače tak svoji jednotnou grafikou upozorňují příznivce cyklu na jeho pokračování (**Příloha č. 14**).

Je nutno zmínit ještě další významnou úlohu, kterou plakáty a letáky v KMJS zastávají, a to je navigování a poskytování základních organizačních informací. Pomáhají tak návštěvníkům k rychlejší orientaci v prostoru, zjednodušují vyhledávání ve fondu, nabízejí návody k obsluze techniky, seznamují s principem práce ve čtenářském katalogu (OPAC) nebo informují o poplatcích či povinnostech čtenáře. Plakáty, nejčastěji velikosti A3 nebo A4, jsou vylepeny přímo v místech, ke kterým se informace na nich uvedené vztahují, letáčky, nejčastěji velikosti A5 a menší, jsou k dispozici tamtéž a zároveň také u výpůjčních pultů. Toto jejich strategické umístění je praktické nejen pro čtenáře, ale pomáhá i pracovníkům knihovny, kteří mohou čas, který by jinak věnovali vysvětlování základních instrukcí, využít v jiných pracovních aktivitách. Tyto materiály se nearchivují, ale aktuálně, vzhledem ke změnám, se obnovují. Kvůli estetickému hledisku, trvanlivosti a lepší viditelnosti jsou plakáty většinou zatavovány do průhledných fólií (**Příloha č. 15**).

#### **4.1.4 Plakát a leták v KMJS – distribuce**

Poslední důležitou součástí propagačních aktivit knihovny je rozšiřování připravených plakátů a letáků na veřejnost. Propagační kampaň, kterou KMJS zahajuje před každou akcí, zohledňuje vždy typ média, kterým jsou propagační materiály šířeny. Připravené vytištěné plakáty bývají umístěny do vitrín a na nástěnky v prostorách knihovny asi s 14denním předstihem [Licková, 2015; Štefková, 2015]. Všechna místa jsou strategicky velmi dobře zvolena. První vitrína s aktualitami vítá návštěvníky hned u hlavního vchodu, další nástěnky jsou vždy v blízkosti výpůjčních pultů tak, aby přitáhly

pozornost čtenáře, který vrací, či si naopak půjčuje dokumenty (Obrázek č. 5). Letáky jsou položeny na výpůjčních pultech, takže si zájemce, kterého upoutá informace na plakátu, může odnést tuto informaci i s sebou domů. Propagace v prostorách knihovny tedy zajišťuje rozšíření zpráv mezi její návštěvníky, a případně i do jejich blízkého okolí.



**Obrázek č. 5: Distribuce plakátů v Knihovně Matěje Josefa Sychry [vlastní fotodokumentace]**

Aby byli informováni nejen čtenáři, ale i ostatní obyvatelé města, využívá knihovna také možností venkovní prezentace. Po celém městě je na frekventovaných místech rozmístěno celkem osm vitrín, do nich se plakáty vkládají také s 14denním předstihem, a to proto, aby nalákaly na připravovaný pořad co nejvíce kolemjdoucích. U významnějších akcí se také vyvěšuje profesionálně vyrobený velký poutač nad hlavní vchod do nové budovy. Stálým distribučním spolupracovníkem, který pravidelně upozorňuje veřejnost na aktivity knihovny, je její mediální partner, kulturní inzertní měsíčník Žďárský průvodce. Uveřejňuje celkový měsíční program a nabízí i možnost otisknutí plakátů ke konkrétní akci. Do redakce předává knihovna podklady nejméně s měsíčním předstihem [Licková, 2015].

Tyto tradiční distribuční cesty byly po roce 2000, kdy byla zprovozněna první internetová stránka knihovny, rozšířeny ještě o virtuální prostředí. Plakáty byly na stránce vystavovány ihned po jejím spuštění tak, aby si je zájemce mohl stáhnout do svého počítače a třeba si je i vytisknout. Od podzimu roku 2014 má knihovna v provozu novou stránku, plakáty jsou zde umístěovány v sekci Akce. Můžeme zde najít nejen aktuální propagaci, která se sem vkládá dva týdny před akcí, ale je zde možné nahlédnout i do archivu, a to zhruba 1/2 roku zpátky. Aby se knihovna přiblížila ještě více mladému čtenáři, o kterém se předpokládá, že prostřednictvím nových technologií komunikuje nejčastěji,

připojila se v roce 2012 i na sociální síť Facebook. Další distribuční cestu nabízí elektronická pošta (e-mail), jejímž prostřednictvím se plakáty, jako pozvánky na akce, rozesílají. Vedle soukromých osob, jejichž adresy má knihovna k dispozici v databázi zájemců o rozesílání aktualit, jsou obesílány také instituce místní samosprávy, školy a samozřejmě místní média, tato rozesílka probíhá také s 14denním předstihem. Před zavedením ICT rozesílala knihovna tyto materiály běžnou poštou. Je pravdou, že elektronické rozšiřování je jistě rychlejší a úspornější. Knihovna tak ušetří nejen čas, který by musela věnovat nadepisování obálek a skládání a vkládání plakátů, ale i finanční prostředky, které by musela vydat za nákup barev do tiskáren, nákup papíru a obálek a poštovné. O tom, že se knihovně daří všemi výše uvedenými cestami informace zdárně rozšiřovat, svědčí mj. i vysoký počet návštěvníků všech akcí, v loňském roce jich přišlo 17 613! Samozřejmě je třeba na závěr zdůraznit to, že pokud by knihovna nepřipravovala pestrou nabídku kvalitních programů, nezmohla by nic ani tato propracovaná propagace a distribuce [Štefková, 2015].

#### 4.2 Knihovna města Hradce Králové (KMHK)

 <p>Knihovna města Hradce Králové</p>	<p>Wonkova 1262/1a 500 02 Hradec Králové</p> <p>Telefon: +420 495 075 010 E-mail: knihovna@knihovnahk.cz</p>
	

Založení městské knihovny v Hradci Králové ovlivnilo zřizování knihoven a čítáren místních spolků, které započalo v 2. polovině 19. století. Tyto aktivity byly impulsem pro rozhodnutí vybudovat ve městě jednu velkou „obecnou knihovnu“. Ta byla veřejnosti zpřístupněna v roce 1896. Její knihovní fond se úspěšně rozrůstal až do začátku 1. světové války. Válka výrazně zbrzdila její rozvoj a knihovna byla dokonce v jejím průběhu na dva roky zcela uzavřena. Pro poválečnou obnovu a další rozmach knihovny má důležitou roli

přijetí knihovnického zákona v roce 1919, který uložil obcím za povinnost nejen knihovny zřídit, ale též je optimálně finančně zabezpečovat a důsledně spravovat. Od svého založení se knihovna mnohokrát stěhovala, pevně zakotvila až v roce 1939, kdy byla umístěna do budovy v Tomkově ulici čp. 177 (Obrázek č. 6). Zde ústřední půjčovna sídlila až do roku 2013.



**Obrázek č. 6: Staré sídlo Knihovny města Hradce Králové v Tomkově ulici [Hradec Králové.cz, 2000-2015]**

Během 2. světové války byly ke knihovně připojeny jako její pobočky knihovny obcí postupně začleněných k městu. V průběhu let 1945–1975 střídá knihovna několikrát zřizovatele, nejprve je sloučena se Státní studijní knihovnou a posléze zase oddělena, prostřídá také několikrát svůj statut z městské na krajskou, pak okresní, krajskou a zase okresní. Bez ohledu na všechny tyto organizační změny se dále úspěšně rozvíjí, rozšiřuje a automatizuje svůj provoz, je však silně omezována prostorem. Po roce 2003, kdy se stává jejím zřizovatelem město Hradec Králové, je rozhodnuto vyřešit nedostatek místa přesunutím knihovny do větších prostor. K slavnostnímu zahájení provozu Knihovny města Hradce Králové – Centra celoživotního vzdělávání v nových prostorách zrekonstruovaného objektu bývalé továrny Vertex ve Wonkově ulici dochází 20. března 2013. V současné době zde slouží veřejnosti tyto obslužné útvary: Oddělení pro dospělé, Dětské oddělení, Hudební oddělení, Zvuková knihovna pro nevidomé a slabozraké, Referenční centrum a Informační středisko Europe Direct poskytující zájemcům komplexní informace o Evropské unii. Pro další aktivity knihovna využívá též výstavní galerii a víceúčelový sál, k odpočinku návštěvníků slouží literární kavárna. Součástí knihovny je 11 poboček [Knihovna města Hradce Králové, 2012a].



Zpracování knihovního fondu probíhá v automatizovaném systému Clavius. Čtenářům k vyhledávání literatury slouží 2 elektronické katalogy, katalog Clavius a novější produkt, katalog Carmen. Dodavatelem celého systému je tábořská firma LANius. Ředitelkou knihovny je Mgr. Barbora Čížinská.

V roce 2013 byla knihovna oceněna dvěma cenami, a to **Kamarádka knihovna 2013** (nejlepší knihovna ve své kategorii) a **Městská knihovna roku 2013**.

Zde je několik statistických ukazatelů. Data jsou čerpána z Výroční zprávy knihovny za rok 2013:

Počet registrovaných uživatelů:	20 367
Počet návštěvníků celkem:	258 058
Počet výpůjček:	718 109
Stav knihovního fondu:	585 070 jednotek (k 31. 12. 2013)

Počet kulturních a vzdělávacích akcí:	1 314
---------------------------------------	-------

Počet návštěvníků akcí celkem:	30 858
--------------------------------	--------

[Knihovna města Hradce Králové, 2012b].

#### **4.2.1 Plakát a leták v KMHK – systém archivace**

Své propagační materiály, plakáty i letáky, připravované k různým příležitostem knihovna průběžně archivuje, obvykle v jednom páru, ve svých kronikách. Každá významná událost týkající se knihovny je zde podrobně zdokumentovaná. Zápis obsahuje organizační korespondenci, popis průběhu akce, fotografie z akce, někdy bývají přiloženy i reakce návštěvníků či místních médií. Tento informační soubor je vždy samozřejmě doplněn zhotovenými poutači. Nejstarší kroniky jsou svázané v pevné vazbě, později se přešlo k variabilnějšímu systému ukládání, materiály se začaly vkládat v plastových deskách do pákových šanonů. Tento rychlý, a dle mého názoru pro manipulaci praktický způsob ukládání jsem ocenila hlavně při pořizování fotodokumentace.

Systém archivování jednoho tištěného letáku či plakátu do kroniky je zachován i po roce 1998, kdy získávají tato prezentační tištěná média též svoji elektronickou podobu. Pro uchování elektronických propagačních materiálů nejsou stanovena v KMHK žádná pevná interní pravidla, která by určovala podmínky a délku archivace. Obecně probíhá pravidelné zálohování do úložiště na server, kde má každý pracovník vymezený svůj

prostor, a jsou zde umístěna i sdílená úložiště. V současné době je v tomto virtuálním prostoru zcela jistě uložena elektronická propagace od roku 2013. Někteří tvůrci upřednostňují zálohování vytvořených návrhů na pevný disk ve svém pracovním počítači, a to zejména v případech, kdy je jasné, že se tento návrh využije, s malou obměnou, na propagaci další akce (např. cykly) [Čížinská, 2015]. Prezentační materiály jednotlivých akcí ve formátu pro ukládání obrázků (jpg) jsou též krátkodobě archivovány na webové stránce knihovny v sekci Kalendář akcí, a to zhruba dva měsíce nazpět.

#### **4.2.2 Plakát a leták v KMHK – vývoj**

Jak jsem již předeslala v úvodu této podkapitoly, měla jsem pro své bádání k dispozici všechny dostupné kroniky. Mohla jsem tak podchytit činnost knihovny a její propagační materiály od roku 1991 až do současnosti. Vedle této souvislé časové řady mám ve své fotodokumentaci zařazeno také několik jednotlivých letáků (pozvánek) vyrobených v 70. a 80. letech minulého století. Základ propagace tehdy tvořily především tiskoviny malých formátů (překládaný formát A4 nebo formát A5), které plnily funkci malých plakátů a zároveň i letáků. Většinu materiálů si připravovali pracovníci knihovny svépomocí za využití tehdy dostupné techniky (psací stroje, lihové rozmnožovací přístroje<sup>6</sup> a později kopírovací stroje). Profesionálně navrhovaná a ofsetovým tiskem vytištěná propagace v podstatě doprovázela jen akce připravované pod patronací některých místních organizací, mj. Socialistického svazu mládeže (SSM) nebo Okresního národního výboru (ONV) (Příloha č. 16) [Pěta, 2015].

Od roku 1991 je v KMHK již k výrobě plakátů a letáků využívána počítačová technika a jednoduché textové editory. Vzhledem k možnostem tehdejších tiskáren se sjednotily jejich rozměry na velikosti A4, přičemž materiály určené k rozdávání (letáky) jsou většinou různě překládány. Zprvu mají jednoduchou černobílou grafickou úpravu, obrazové prvky (černobílé fotky či kresby) začínají ve větší míře doprovázet text až kolem roku 1995 (Příloha č. 17).

Na počátku 21. století začíná černobílé variace plakátů a letáků pozvolna nahrazovat tisk výtvarného návrhu na barevné papíry. Tento krok zaručil lepší zviditelnění propagačního materiálu v prostoru. Nedílnou součástí každého tištěného poutače se

---

<sup>6</sup> Tisk z papíru napuštěného dehtovými barvivy za pomoci vodního roztoku lihu na křídový papír [Poradte.cz, 2004-2015].

v tomto období již trvale stává logo knihovny, a to lev s knihou (Obrázek č. 7). Po roce 2007 přechází knihovna pozvolna k výrobě barevných materiálů (Příloha č. 18).



**Obrázek č. 7: Původní logo Knihovny města Hradce Králové [naskenováno z dokumentovaných materiálů]**

Další velkou změnu do plakátové tvorby přineslo v roce 2013 přestěhování knihovny do nových prostor. Styl prezentace KMHK byl zmodernizován a sladěn s prostředím nové budovy a jeho barevností. Nová image byla připravována profesionálním grafickým studiem a všechny oficiální materiály byly tisknuty v profesionální tiskárně (plakáty, letáky, záložky). Tuto navrženou šablonu se snaží pracovníci knihovny, zejména ti, kteří připravují prezentaci k akcím pro dospělé, důsledně dodržovat (Příloha č. 19). V případě sponzorovaných aktivit bývají na připravené poutače dodána ještě loga partnerů knihovny pro danou akci [Čižinská, 2015].

Na základě podkladů zpracovaných z kronik je vidět, že většinu propagačních materiálů si vytvářeli a vytvářejí pracovníci knihovny sami. Někdy se dokonce, jak jsem byla informována, do tvorby dobrovolně zapojují i rodinní příslušníci zaměstnanců. Samozřejmě, hodně záleží na výtvarném nadání a citění tvůrce, vydatným pomocníkem je v současné době také dobrý grafický počítačový program. Rozhodnutí, zda ponechat vytvoření prezentace na kreativním kolegovi, anebo předat podklady do Oddělení public relations, kde jsou výtvarně zpracovány, je zcela v kompetenci jednotlivých oddělení a poboček. Zde je nutno ještě doplnit, že veškeré materiály, které knihovna zveřejňuje, musí být předloženy ke schválení právě Oddělení public relations nebo řediteli knihovny. V současné době pracují tvůrci propagačních materiálů s textovým editorem Word a grafickým programem Scribus<sup>7</sup>. Do budoucna zvažuje knihovna možnost navázání průběžné spolupráce s externím grafikem. Rozměry připravovaných propagačních tiskovin se ustálily na velikosti A4, tento formát je využíván na výlep (plakát), jeho zmenšená podoba (obvykle velikosti A5, A6 nebo DL<sup>8</sup>) je po vtištění určena k rozdávání (leták) [Čižinská, 2015].

<sup>7</sup> Počítačový program pro sazbu dokumentů.

<sup>8</sup> Formát papíru (obálky) 220x110 mm (š x v) [Wikipedie, 2002].

### **4.2.3 Plakát a leták v KMHK – způsoby užití**

Rozdělím-li nashromážděné podklady získané v KMHK z pohledu v teoretické části uvedených forem propagace (propagace existence knihovny, propagace služeb, propagace za účelem získání nových čtenářů a propagace akcí), je patrné, že plakáty a letáky pokrývají všechny tyto způsoby využití. Ze souboru podkladů lze také snadno vysledovat, že první formu, tj. propagaci existence knihovny, vedla KMHK vždy intenzivněji v období, kdy si připomínala výročí svého založení. Systematická a opravdu velmi intenzivní kampaň také doprovázela přestěhování knihovny do nových prostor v roce 2013 (**Příloha č. 19**). Velmi zajímavý je plakát vybízející k nákupu pohlednice knihovny, to je opravdu nápaditý způsob, jak ji zviditelnit v očích veřejnosti, nebo plakát, prezentující KMHK prostřednictvím Pamětního listu. Průběžnou formu „připomínání se“ pak zastupují každoročně rozesílaná novoroční přání (**Příloha č. 20**).

Kromě sebe jako instituce upozorňuje KMHK stále návštěvníky i ostatní veřejnost na své jednotlivé služby, na změny v nich probíhající, a samozřejmě také na zavádění novinek. Tento typ prezentace dokládají dva vybrané plakáty, první zprostředkovává návštěvníkům informaci o nabídce služeb hudebního oddělení a druhý láká čtenáře k „otestování“ výpůjčních služeb obecně (**Příloha č. 21**).

Skutečnost, že snaha o zvyšování počtu uživatelů patří k hlavním cílům propagačních aktivit všech knihoven, potvrzuje mnoho letáků a plakátů zařazených v kronikách KMHK. Asi největší úsilí je věnováno získávání nových čtenářů z řad dětí a mládeže. Má-li knihovna dostatek těchto mladých návštěvníků, dává jí to do budoucna naději, že nebude trpět nedostatkem uživatelů v kategorii dospělých. Z rozboru materiálů je vidět, že hradecká knihovna připravuje s tímto záměrem pravidelné nabídky zaregistrování zdarma nebo se snaží přilákat děti prostřednictvím zajímavých zážitkových programů (**Příloha č. 22**).

Nejrozsáhlejší část zdokumentovaných materiálů tvoří plakáty a letáky propagující akce, které knihovna organizuje. V roce 2013 jich bylo připraveno celkem 1 314!

Propagační tiskoviny KMHK jsem rozčlenila pro lepší přehled do čtyř skupin, stejně tak jako materiály k akcím žďárské knihovny:

1. Čtenářská kategorie = děti, nebo dospělí čtenáři
2. Základní účel akce = kulturní zážitek, nebo vzdělávací účel
3. Realizace akce = samostatně, ve spolupráci, nebo celostátně

#### 4. Periodicita akce = jednorázová nebo, cyklus

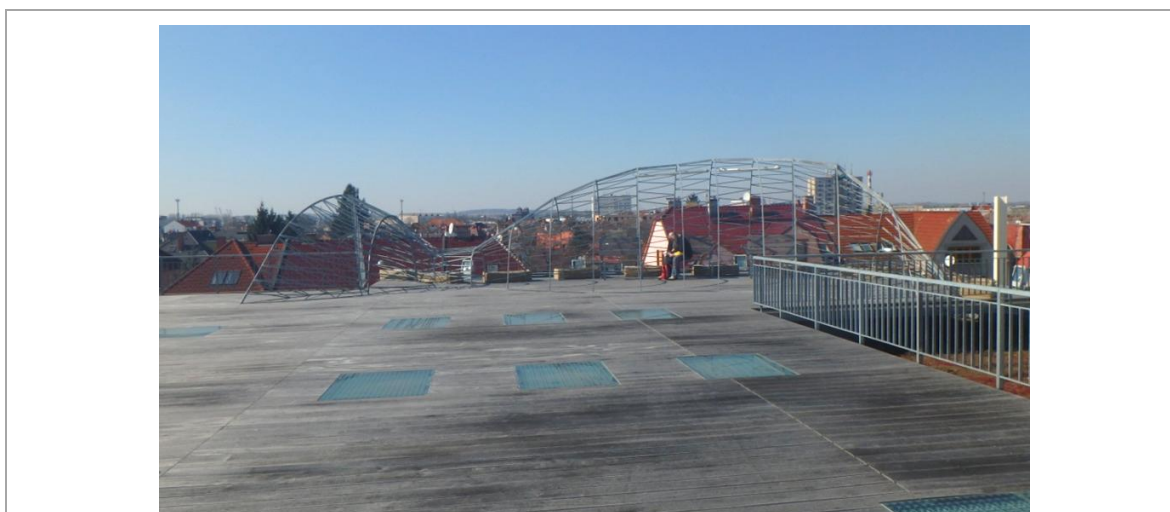
Prvním aspektem je čtenářská kategorie. Plakáty KMHK určené dětskému návštěvníkovi kladou především důraz na názorné vyjádření připraveného programu. Hojně se k dokreslení pozvánky využívá zakomponování ilustrací nebo barevných fotografií, které přesně vystihují programovou náplň (**Příloha č. 23**). U plakátů propagujících akce pro dospělé čtenáře tvoří základní stavební jednotku text, ten především podává podstatné informace, a to nejen o samotné události, ale často i o protagonistech či dalších zajímavých souvislostech. Začleněný obrázek vždy dokresluje atmosféru akce (**Příloha č. 24**).

Dále jsem rozdělila plakáty dle základního účelu prezentované akce na dvě skupiny. První skupinu tvoří ty, které vybízejí k návštěvě kulturního pořadu, druhou ty, které upozorňují na program vzdělávací. Plakáty na kulturní akce jsou zpracovány tak, aby kromě předání základní informace poskytl svému příjemci zároveň estetický zážitek. Jsou barvitější a jejich příprava umožňuje tvůrci rozvinout výtvarnou fantazii. Od propagace vzdělávacího programu se očekává především předání co nejvíce relevantních údajů (**Příloha č. 25**). Vedle těchto dvou uvedených skupin je třeba zmínit také plakáty, propagující další aktivity knihovny, mj. výtvarné dílny, burzy a soutěže (**Příloha č. 26**).

Knihovna plní též funkci komunitního centra, a tak realizuje mnoho svých akcí v součinnosti s dalšími organizacemi. Proto je možno její propagační materiály rozčlenit na ty připravované pro akci pořádanou ve spolupráci, pro samostatnou akci nebo případně pro akci celostátního významu (např. Březen-měsíc čtenářů, Týden knihoven (říjen), Noc vědců, Noc s Andersenem aj.). Na poutače vytvářené pro samostatné akce knihovna vždy umísťuje své logo (výjimku tvoří jen případy, kdy by začlenění loga zcela narušilo výtvarné pojetí plakátu). Vytváří-li KMHK plakáty pro společnou akci, přidává na ně také logo spolupřátelů, někdy se při tvorbě inspiruje designem partnera. Pokud vyrábí poutač partner, měl by naopak akceptovat styl knihovny (**Příloha č. 27**) [Čižinská, 2015].

Z hlediska periodicity organizování událostí lze plakáty dělit na ty, které jsou vytvářeny pro jednorázové akce, a na ty, které mají za úkol upozornit veřejnost na pravidelné cykly. Program knihovny tvoří z větší části jednorázové akce, výtvarná příprava na jejich prezentaci dává výtvarníkovi opravdu mnoho příležitostí k uplatnění nápadů a k rozvinutí talentu. Pro propagaci cyklických pořadů je v KMHK, i kvůli zachování určité kontinuity, ve většině případů využit jeden výtvarný vzor, který je dále recyklován (**Příloha č. 28**).

Důležitou součástí interiéru knihovny jsou navigační a orientační plakáty (A4) i letáky (A5 a menší). Jsou umístěny vždy tam, kde je třeba čtenáře rychle nasměrovat či krátce poradit a pouinformovat. Plakáty jsou zataveny ve fóliích anebo uloženy v průhledných plastových stojanech (Příloha č. 29). Zejména v dětském oddělení jsou velmi nápadité a návodné (Příloha č. 30), jejich hlavním motivem je velryba, která je vlastně maskotem oddělení. Její kovová konstrukce (Obrázek č. 8) je totiž umístěna na střeše knihovny nad dětským oddělením a je součástí nejen mnoha jeho aktivit, ale i jeho názvu: Dětské oddělení U Velryby.



Obrázek č. 8: Střeža Knihovny města Hradce Králové s Velrybou [vlastní fotodokumentace]

#### 4.2.4 Plakát a leták v KMHK – distribuce

Tištěné plakáty jsou vystavovány na všech frekventovaných místech knihovny na přenosných i pevně nainstalovaných nástěnkách (Obrázek č. 9), letáky jsou k dispozici u pultů jednotlivých oddělení a také v recepci u hlavního vchodu do budovy.



Obrázek č. 9: Distribuce plakátů v Knihovně města Hradce Králové [vlastní fotodokumentace]

Aby nezůstávaly informace „uzavřeny“ pouze v budově knihovny, ale dostaly se i k širší veřejnosti, jsou materiály v tištěné i v elektronické verzi předávány spolupracujícím institucím, které na propagaci ochotně participují. Patří k nim mj. městské informační centrum a místní partnerské kulturní a vzdělávací organizace. V exteriéru jsou plakáty vystavovány pouze na informačním stojanu umístěném před knihovnou. Možnosti jeho výlepu po městě byly zamítnuty především kvůli vysokým nákladům na tuto službu. Rozšiřování propagačních materiálů KMHK zajišťuje také regionální tisk. Je již tradicí, že hradecké kulturní měsíčníky pravidelně upozorňují na aktivity knihovny nejen ve svých tištěných, ale i elektronických verzích přístupných na internetu. Tyto nové komunikační technologie podstatně rozšířily distribuční cesty. Od roku 1998, kdy byla vytvořena první webová stránka knihovny, se stávají elektronické plakáty zvoucí k návštěvám akcí její nedílnou součástí. Od roku 2009 je tento virtuální propagační prostor rozšířen ještě o prezentaci na sociální síti Facebook. Souběžně s těmito výše uvedenými distribučními aktivitami rozesílá knihovna plakát, jako pozvánku, svým příznivcům evidovaným v databázi také e-mailem. Elektronická pošta zde plně nahradila a svoji rychlostí, časovou nenáročností a minimálními náklady dokonce předčila poštu běžnou, kterou byly dříve pozvánky rozesílány [Čižinská, 2015; Pěta 2015].

Načasování propagačních kampaní KMHK závisí na typu akce, u jednorázových akcí bývají zahajovány zhruba měsíc před jejím konáním. Podkladový materiál určený pro redakce kulturních měsíčníků je třeba také předávat zhruba s měsíčním předstihem. Jedná-li se o akci dlouhodobého charakteru (semestrální či dvousemestrální) je třeba „spustit“ kampaň nejméně dva měsíce předem [Čižinská, 2015].

### 4.3 Stručné shrnutí

V tomto krátkém souhrnu bych chtěla zrekapitulovat poznatky, které jsem podrobně popsala v předchozích podkapitolách věnovaných rozboru archivů plakátů a letáků Knihovny Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou a Knihovny města Hradce Králové. Informace jsem sestavila do tabulky, protože si myslím, že takto utříděná fakta poskytnou komplexní přehled lépe než dlouhý text (Tabulka č. 1).

		KMJS	KMHK
ARCHIVACE	Pravidla	Nejsou pevně dána	Nejsou pevně dána
	Tištěné materiály	Kroniky (od r. 1978)	Kroniky (od r. 1991)
	Elektronické materiály	Úložiště na serveru – 12 let Jednotlivá PC Domovská stránka – ½ roku	Úložiště na serveru (určitě od r. 2013) Jednotlivá PC Domovská stránka – 2 měsíce
VÝVOJ	Před ICT	Vlastní výroba (kresby rukou, cyklostyl)	Vlastní výroba (kresby rukou, psací stroj, lihové kopírovací přístroje, cyklostyl)
		Profesionální výroba (ofset)	Profesionální výroba (ofset)
	Vstup ICT	Vlastní výroba Rok 1995 – využití PC Rok 2000 – tisk na barevný papír Rok 2005 – barevný tisk Nyní: Grafický program Microsoft Office Publisher	Vlastní výroba Rok 1991 – využití PC Rok 2000 – tisk na barevný papír Rok 2007 – barevný tisk Nyní: Grafický program Scribus a Word
		Profesionální výroba pouze významné akce	Profesionální výroba pouze významné akce
ZPŮSOBY UŽITÍ	Propagace existence knihovny Propagace služeb knihovny Propagace za účelem získání nových čtenářů Propagace akcí Navigace a orientace		
DISTRIBUCE	Tištěné materiály	Interiér Knihovna Prostory partnerských institucí	Interiér Knihovna Prostory partnerských institucí
		Exteriér Propagační poutač před KMJS Vitríny ve městě	Exteriér Propagační stojan před KMHK
		Regionální tisk	Regionální tisk
	Elektronické materiály	Rok 2000 – www knihovny Rok 2012 – sociální síť Domovské stránky partnerských organizací Elektronická pošta	Rok 1998 – www knihovny Rok 2009 – sociální síť Domovské stránky partnerských organizací Elektronická pošta

Tabulka č. 1: Rekapitulace analýzy propagačních materiálů z KMJS a z KMHK



## 5 Zpracované dotazníky

Poznatky osobně shromážděné při terénním šetření v Knihovně Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou a v Knihovně města Hradce Králové jsem doplnila ještě o informace získané z dotazníkového průzkumu.

Dotazník (**Příloha č. 31**) jsem rozesílala elektronickou poštou 16. března 2015 do zbývajících 14 knihoven, které mi také nabídly spolupráci, byl sestaven z uzavřených otázek s možností variantních odpovědí. Ze 14 odeslaných formulářů se vrátilo nazpět 10. Čtyři knihovny nereagovaly. Vyjádřím-li tuto skutečnost opět za pomoci relevantní četnosti, dotazník zpracovalo 71 % oslovených respondentů. Bohužel, jeden z vyplněných dotazníků se mně z technických důvodů nezdařilo otevřít, a proto jsou níže uvedené údaje čerpány jen z devíti dotazníků.

Respondenti odpovídali na tyto otázky:

1. K jakým příležitostem plakáty a letáky nejčastěji využíváte?
2. Jaká z níže uvedených komunikačních médií (plakáty, letáky; tištěné i elektronické; včetně uvedení distribučních cest) k propagaci využíváte?
3. Výrobu plakátů a letáků realizujete svépomocí v knihovně anebo objednáváte jejich výrobu u profesionálních grafiků a reklamních agentur?
4. Od kterého roku jste začali využívat k tvorbě plakátu a letáku počítač a počítačový software?
5. Od kterého roku zpřístupňujete propagační tiskoviny na webu?
6. Jak dlouho zpětně archivujete propagační plakáty a letáky?
7. Kde plakáty a letáky uchováváte?

Shrnu-li jednotlivé výše uvedené body, zjišťovala jsem u respondentů způsoby užití plakátů a letáků v knihovnách (otázka č. 1), jejich distribuční cesty (otázka č. 2 a 5), výrobní postupy včetně vlivu nových technologií (otázka č. 3 a 4) a také problematiku archivování těchto propagačních materiálů (otázka č. 6 a 7).

V následujícím textu jsem zpracovala informace z dotazníků do krátkého rozboru. Musím předeslat, že jsem pro tuto analýzu zvolila strukturu, která přesně nekopíruje pořadí otázek ve formuláři, ale upřednostnila jsem zde stavbu předchozích podkapitol (4.1 a 4.2), a to v tomto pořadí: systém archivování, vývoj, způsoby užití a distribuce. Zpracovaný text vyhodnocující odpovědi je doplněn tabulkami, které shrnují výsledky, u některých pasáží jsem zařadila také grafické zobrazení.

## 5.1 Zpracované dotazníky – systém archivace

Jak již bylo v práci zmíněno, není archivace propagačních materiálů, jako dokumentů přechodného charakteru, povinná [Česko, §4 zákona č. 499/2004 Sb., o archivnictví a spisové službě, s. 9742]. Je tedy zcela v kompetenci vedení knihoven jakou strategii si zvolí.

Z odpovědí vyplynulo, že všechny knihovny své vytištěné propagační materiály, zejména plakáty, archivují. Časové období jejich archivace je poměrně dlouhé, pohybuje se v rozpětí od 10 až do 30 a více let. Nejčastěji bývají vkládány do kronik, ve kterých si knihovna vede neoficiální záznamy o své činnosti. Tam, kde se kroniky nezpracovávají, jsou tyto prezentace umísťovány volně do šanonů (Tabulka č. 2 a Graf č. 1).

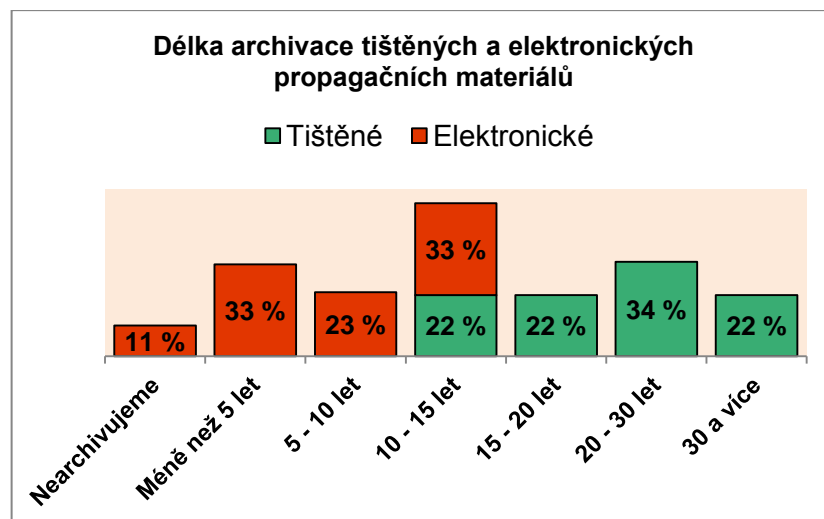
ARCHIVACE tištěných propagačních materiálů			
Doba archivace	Počet knihoven	Způsob uložení	Počet knihoven
10–15 let	2	kroniky	5
15–20 let	2	šanoný	4
20–30 let	3		
30 a více let	2		

Tabulka č. 2: Archivace tištěných propagačních materiálů

Z výsledků je dále patrné, že elektronické poutače se, oproti těm tištěným, neuchovávají dlouhodobě, dokonce jedna z knihoven je nearchivuje vůbec. Rozpětí, ve kterém bychom je mohli v knihovnách najít, se pohybuje od 1 roku do 15 let zpětně od jejich vytvoření. Archivovány jsou nejčastěji na připravená úložiště na záložních discích nebo přímo do archivu umístěného na domovské stránce knihovny (Tabulka č. 3 a Graf č. 1).

ARCHIVACE elektronických propagačních materiálů			
Doba archivace	Počet knihoven	Způsob uložení	Počet knihoven
nearchivujeme	1	záložní disky	5
1–4 roky	3	domovská stránka	3
5–10 let	2	jinak	1
10–15 let	3		

Tabulka č. 3: Archivace elektronických propagačních materiálů



Graf č. 1: Délka archivace tištěných a elektronických propagačních materiálů

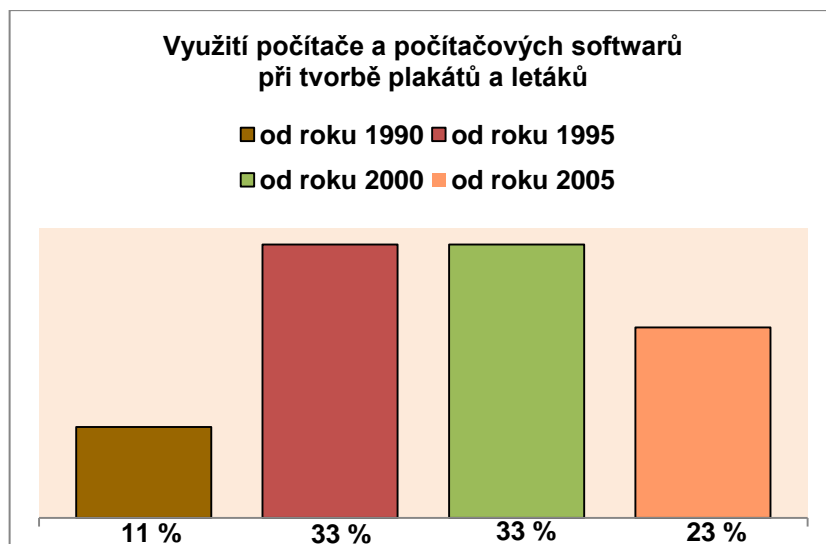
## 5.2 Zpracované dotazníky – vývoj

Výrobu plakátů a letáků k jednotlivým aktivitám si většinou zajišťují knihovny samy. Do přípravy a tvorby návrhů se aktivně zapojují především výtvarně zdatní pracovníci. Pouze jedna z knihoven zaměstnává na ½ úvazku profesionální grafičku. Pomoc profesionálních studií využívají knihovny opravdu jen občas, zpravidla jen k zvláštním příležitostem, jako je například změna designu prezentace knihovny nebo potřeba vyhotovení jedné základní šablony pro všechny oficiální dokumenty. Omezujícím faktorem jsou zde vyšší náklady na tuto službu, jak bylo také několikrát uvedeno.

Profesionální oporou amatérských výtvarníků jsou zajisté počítačové programy, které poskytnou tvůrci základní potřebnou navigaci a grafické pomůcky. Proto bylo zajímavé zjistit, od kdy jsou tito „pomocníci“ v knihovnách pro výrobu plakátů a letáků využíváni. Z odpovědí vidíme, že ICT pronikaly do oblasti propagace postupně, je zde opravdu poměrně velký časový rozptyl, a to více jak 15 let! Tento poměrně dlouhodobý proces započal v roce 1990 (Tabulka č. 4 a Graf č. 2).

VÝVOJ A VÝROBA			
Výroba propagačních materiálů	Počet knihoven	Vstup ICT do tvorby propagačních materiálů	Počet knihoven
vždy profesionálové	0	1990–1995	1
vždy pracovníci knihovny	4	1995–2000	3
občas profesionálové	5	2000–2005	3
občas pracovníci knihovny	3	po roce 2005	2

Tabulka č. 4: Vývoj a výroba propagačních materiálů



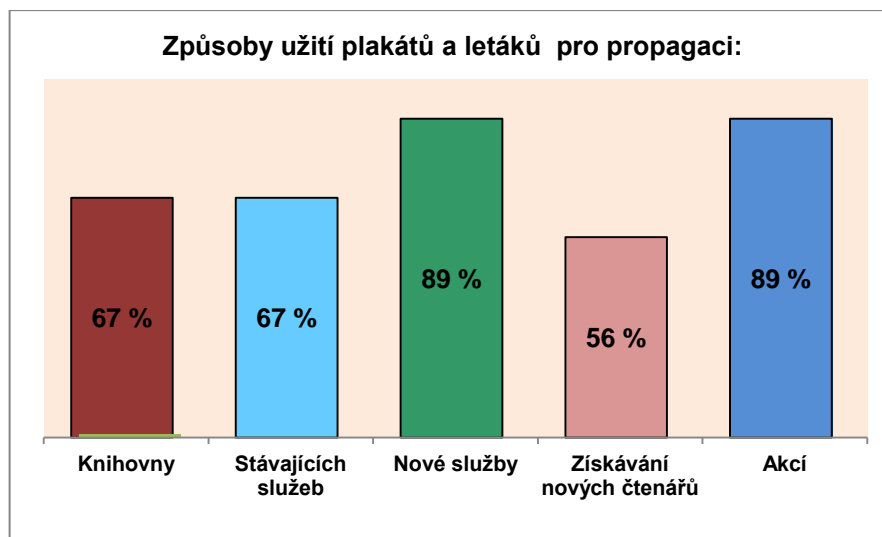
**Graf č. 2: Využití počítače a počítačových softwarů při tvorbě plakátů a letáků**

### **5.3 Zpracované dotazníky – způsoby užití**

Plakáty a letáky využívají knihovny pro všechny typy propagace uvedené v teoretické části práce, tedy ke zviditelnění knihovny jako instituce, k propagaci jednotlivých služeb, k propagaci zacílené na získávání nových čtenářů a samozřejmě k propagaci knihovnou organizovaných akcí. V dotazníku jsem rozčlenila materiály určené k propagaci služeb knihovny do dvou skupin, a to na ty propagující služby stávající a na ty prezentující služby nově zaváděné. Vyčíslení vzájemného poměru všech uvedených forem potvrdilo, že knihovny nezanedbávají žádnou z nich. Nejčastěji jsou poutače vytvářeny k prezentaci akcí a nových služeb. Pak následuje propagace knihovny a připomínání stávajících služeb. Jako nejméně využívaná z vyhodnocení vyšla propagace zaměřená na získávání nových čtenářů (Tabulka č. 5 a Graf č. 3).

<b>ZPŮSOBY UŽITÍ</b>	
<b>Způsoby užití propagačních materiálů</b>	Počet knihoven
propagace existence knihovny	6
propagace stávající služby	6
propagace nové služby	8
propagace na získávání nových čtenářů	5
propagace akce	8

**Tabulka č. 5: Způsoby užití propagačních materiálů**



**Graf č. 3: Způsoby užití plakátů a letáků pro propagaci**

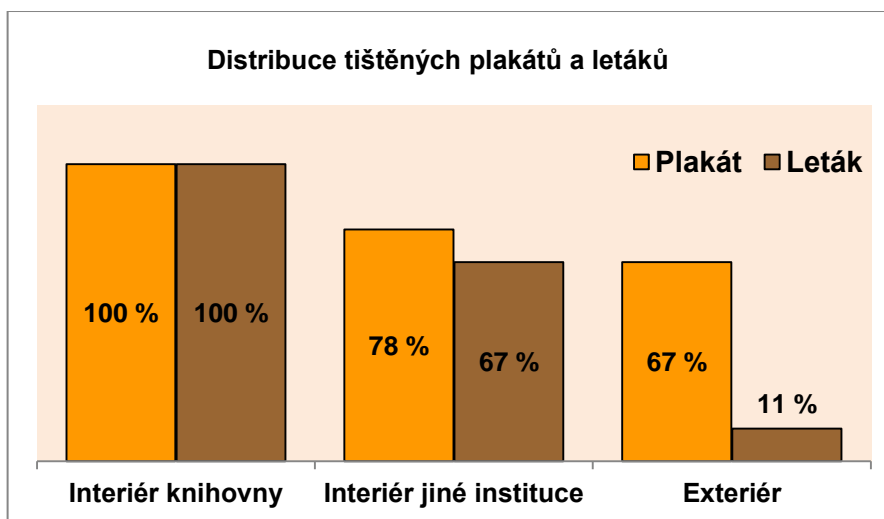
#### **5.4 Zpracované dotazníky – distribuce**

Dále jsem se zajímala o to, jaké distribuční kanály knihovny využívají k rozšiřování připravených materiálů. Z odpovědí vyplynulo, že existují dvě místa, na kterých je vždy najdeme: vytištěné v prostorách knihovny (plakáty vystavené na nástěnkách či ve vitrínách, letáky připravené k rozdávání většinou u pultů) a elektronické na domovské stránce knihovny.

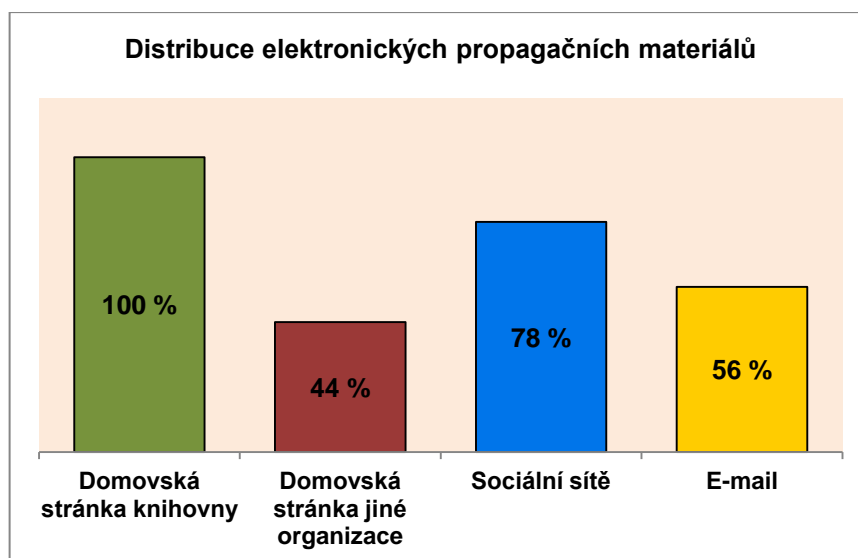
K dalším způsobům distribuce, které jsou poměrně často využívány, patří prezentace obou vytištěných poutačů v prostorách spřátelených organizací (školy, úřady). Častěji je tímto způsobem rozšiřován spíše plakát než leták. V konečných výsledcích se také potvrdilo, že i tradiční způsob, jakým je venkovní vylepování plakátů, patří stále k užívaným distribučním cestám, zde je však předpokladem vlastnictví či pronájem úředně schválených míst určených pro výlep propagačních tiskovin nebo dostatek finančních prostředků pro uhrazení výleповé služby. Tři z knihoven, které distribuci v exteriéru nevyužívají, argumentují právě tím, že oficiální výlep je poměrně nákladnou službou, a proto ho vzhledem k úspoře finančních prostředků nepoužívají. K venkovnímu rozdávání letáků se přihlásila jen jedna knihovna. Elektronická verze plakátu bývá nejčastěji, kromě domovské stránky knihovny, vystavována také na sociálních sítích (Facebook, Twitter). Několik knihoven využívá k prezentaci svých aktivit též webové stránky spřátelených institucí. Tradiční rozesílání letáků jako pozvánek poštou, v současné době tedy tou elektronickou, je také běžnou součástí distribučních aktivit (Tabulka č. 6; Graf č. 4 a Graf č. 5).

DISTRIBUCE				
Tištěné propagační materiály	Počet knihoven		Elektronické propagační materiály	Počet knihoven
	plakát	leták		
vystavený v knihovně	9	9	domovská stránka knihovny	9
vystavený v jiných zařízeních	7	6	domovská stránka jiné organizace	4
umístěný v exteriéru	6	1	sociální síť	7
			elektronická pošta (e-mail)	5

Tabulka č. 6: Distribuce propagačních materiálů



Graf č. 4: Distribuce tištěných propagačních materiálů



Graf č. 5: Distribuce elektronických propagačních materiálů

Z odpovědí na dotaz, od kterého roku knihovny na svých webových stránkách svoje poutače uveřejňují, jsem zjistila, že poprvé se tyto materiály objevily ve virtuálním

prostředí v roce 2000. Po roce 2005 je na své stránky pravidelně umísťovaly již všechny knihovny (Tabulka č. 7).

<b>DISTRIBUCE</b>	
<b>Zpřístupnění elektronických propagačních materiálů na domovské stránce</b>	knihovny
v rozmezí let 2000–2005	4
po roce 2005	5

**Tabulka č. 7: Zpřístupnění elektronických propagačních materiálů na domovské stránce**

## Závěr

Cílem bakalářské práce je rozbor vývoje tvorby plakátu a letáku ve vybraných knihovnách, a to včetně uvedení praktických příkladů způsobu jejich využití při propagaci činnosti knihovny. Analýza je doplněna o výčet distribučních kanálů. Nedílnou součástí jsou informace o tom, v jakém rozsahu a za jakých podmínek jsou plakáty a letáky v knihovnách uchovávány. Zpracovaný rozbor zohledňuje vliv ICT na všechny tyto procesy.

V teoretické části práce předkládám poznatky čerpané z odborné literatury. V úvodu definuji význam pojmů plakát, leták a poutač a na to navazuji krátkým přehledem vývoje obou propagačních materiálů v historickém kontextu. Dále jsem se zaměřila na poslání plakátu a letáku v marketingové komunikaci, včetně uvedení způsobů jejich distribuce.

Odborná literatura mi poskytla mnoho důležitých informací, o které jsem se mohla opřít v případové studii. Jejím základem je analýza propagačních materiálů zdokumentovaných ve dvou vybraných knihovnách, a to v Knihovně Matěje Josefa Sychry ve Žďáře nad Sázavou a v Knihovně města Hradce Králové. Poznatky získané z těchto osobně nashromážděných materiálů jsem ještě rozšířila o zkušenosti dalších 9 knihoven, se kterými jsem spolupracovala prostřednictvím připraveného dotazníku.

Myslím, že se mi podařilo, díky osobnímu sběru dokumentů i díky informacím poskytnutým ochotně všemi pracovníky spolupracujících knihoven, v textu práce zpracovat všechny tématem zadané požadavky.

Zjistila jsem, že ačkoliv žádný zákon archivování těchto materiálů přechodného charakteru nevyžaduje, jsou ve všech oslovených knihovnách uchovávány. Zejména v tištěné verzi jsou někde zpětně dochovány za poměrně dlouhé období, a to až 30 i více let. Nejčastěji bývají archivovány jako součást kronik anebo v příručních šanonech. Ve většině knihoven probíhá zároveň průběžné zálohování elektronických verzí propagačních materiálů do záložního úložiště na serverech. Doba archivování je však u těchto dokumentů kratší, nejdéle bývají schraňovány 15 let zpětně.

Výše uvedená fakta mně jen potvrdila můj předpoklad, že knihovny jako „strážkyně dokumentů“ se nebudou chovat macešsky ani k vlastním materiálům, a budou se je snažit uchovat jako součást paměti knihovny.



Z odpovědi na otázku týkající se vývoje a metod vytváření plakátů a letáků vyplývá, že knihovny si připravovaly a připravují tyto materiály většinou svépomocí. Někde bývá tento výtvarný úkol ponechán v kompetenci jednoho oddělení, někde na něm participují všechny na konkrétní akci zainteresované útvary. Pravidlem však bývá, že se vždy v pracovním kolektivu najde alespoň jeden amatérský výtvarník, který se rád tohoto úkolu ujme. Práci mu usnadňují grafické počítačové programy, kterých je v současné době k dispozici na trhu poměrně velké množství. Zmiňuji-li zde podporu ICT, je třeba doplnit, že počítačová technika a technologie začaly být pro účely výroby propagačních materiálů v knihovnách využívány již po roce 1990.

Profesionálním grafickým studiím bývají zakázky na výrobu plakátů a letáků zadávány opravdu jen při příležitosti propagace významnějších událostí, roli v tom hrají jistě i vyšší finanční náklady. Osobně se přikláním k tomu, a to i bez ohledu na finance, aby propagační materiály vytvářeli sami pracovníci knihovny. Jsem přesvědčena o tom, že jejich každodenní sepeť se čtenáři, s celkovou atmosférou knihovny, a to vše navíc umocněno jejich invencí vloženou do samotné přípravy programů, se kladně odráží i v pojetí poutače, který vytvářejí.

Třídění nashromážděných materiálů bylo nejen zajímavé, ale opravdu mě těšilo. Na výtvarné zpracování jednotlivých poutačů jsem nahlížela z pozice potenciálního tvůrce, amatérského výtvarníka i příjemce a z tohoto titulu, resp. z těchto titulů si dovoluji říci, že všechny plakáty i letáky navržené pracovníci obou knihoven, které jsem zhlédla v kronikách i na webových stránkách, oceňuji z hlediska originality a líbí se mi i jejich výtvarná řešení. Obrazový materiál, typ písma i obsažnost sdělení vždy akceptuje skupinu uživatelů, pro kterou je prezentovaný pořad určen, a jako celek na mě působí harmonicky. Vezmu-li v potaz ještě další požadavky kladené na dobrý propagační materiál: výstižný, nápaditý, názorný, estetický, stručný a přitom srozumitelný, nelze plakátům a letákům připravovaným v KMJS a v KMHK také nic vytknout.

Moje kladné ohodnocení dokládá i skutečnost, že jsem při výběru těch několika „zástupců“, s jejichž pomocí dokládám vývoj plakátové a letákové tvorby v KMJS a v KMHK, měla opravdu velký problém s tím, jaký poutač z toho velkého množství zajímavých návrhů do přílohy zařadit.

Ze shromážděných dokumentů se dalo velmi dobře vyčíst, k jakým příležitostem jsou nejčastěji v knihovnách připravovány. Žádným velkým překvapením nebylo to, že početně zvítězily plakáty a letáky vyrobené na propagaci akcí. Nahlédneme-li do výročních

zpráv obou knihoven na počet organizovaných událostí, je toto „TOP umístění“ jasné vlastně již předem. „V závěsu“ zůstávají materiály připravované k propagaci existence knihovny a k propagaci jejich jednotlivých služeb. Mírně překvapena jsem byla z toho, že na pomyslném posledním místě skončila propagace připravovaná pro získávání nových čtenářů. Předpokládám však, že toto pořadí, kromě prvního místa obsazeného trvale poutači propagujícími akce, se průběžně mění dle aktuálních potřeb knihovny.

Aby byl závěrečný souhrn poznatků úplný, je nutno doplnit, že veškeré knihovnamí využívané způsoby distribuce tištěných plakátů a letáků (interiér knihovny, interiér spřátelené organizace, exteriér) i distribuce jejich elektronických verzí (webové stránky, sociální sítě, elektronická pošta) pravděpodobně nevybočují nijak z běžné praxe ostatních knihoven.

Vliv ICT na oblasti, které zahrnuje moje bakalářská práce, je výrazný. Zasáhl jak do systému archivace dokumentů (elektronické archivy), tak i do tvorby plakátů a letáků (počítačové grafické editory), a též pomohl rozšířit možnosti distribuce těchto materiálů (webové stránky, sociální sítě, elektronická pošta). Nové technologie nabídly tvůrcům poutačů rozsáhlou škálu výtvarných prostředků a umožnily tak zvýšit pestrost a atraktivnost připravovaných materiálů. ICT také značně zrychlují veškeré výrobní procesy, plakát může být navržen, vytištěn a připraven k distribuci téměř okamžitě. Díky elektronickým cestám se také významně rozšířil okruh příjemců propagačních materiálů produkovaných knihovnamí. Zde by se dalo namítnout, že ICT mají i své nevýhody, jednou z nich je například jejich nedostupnost pro některé občany. Knihovny se tento handicap snaží eliminovat tím, že své poutače souběžně distribuují na veřejnost také v papírové podobě, aktivně se též podílejí na snižování počítačové negramotnosti, zejména seniorů, pravidelně pořádanými počítačovými kurzy a ochotně poskytují technické a technologické zázemí všem zájemcům, kteří nemají počítačové vybavení k dispozici doma.

## 6 Seznam použitých informačních zdrojů

1. BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbora KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.
2. BEJBLOVÁ, Táňa. Historie knihovny. In: *Knihovna Matěje Josefa Sychry* [online]. Žďár nad Sázavou: Knihovna Matěje Josefa Sychry, © 2015- [cit. 2015-03-13]. Dostupný z: <http://www.knihzdar.cz/o-knihovne/historie-knihovny/>.
3. BUKOVSKÝ, Juraj. *Příklady propagace informačních fondů a služeb*. Praha: ÚVTEI, 1986. 122 s. Metodické studie/ÚVTEI, 146.
4. ČESKO. Zákon č. 499 ze dne 30. června 2004 o archivnictví a spisové službě a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2004, částka 173, s. 9742-9780. ISSN 1211-1244.
5. ČIŽINSKÁ, Barbora. *Ústní sdělení*. (2015-03-19).
6. DABNER, David. *Grafický design v praxi*. Z angl. originálu přeložil Josef KOVAL. Praha: Slovart, 2004. 128 s. ISBN 80-7209-597-8.
7. *Hradec Králové.cz: město na dlani* [online]. Hradec Králové: INET-SERVIS.CZ, © 2000-2015 [cit. 2015-03-13]. Dostupné z: <http://turistika.hradeckralove.cz/byvaly-zalozni-a-uverni-ustav-nyni-knihovna-12712/>
8. JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. Praha: Grada, 2008. 284 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2724-0.
9. JOHNOVÁ, Radka. Marketing v knihovnách: ... a cíle reklamy. Čtenář. 2007a, **59**(9), 246-247. ISSN 0011-2321. Dostupný také z: <http://ctenar.svkk1.cz/archiv/pdf-2007/cislo-09-2007-25-103.htm>.
10. JOHNOVÁ Radka. Marketing v knihovnách: ... a média a rozpočet. Čtenář. 2007b, **59**(10), 283-285. ISSN 0011-2321. Dostupný také z: <http://ctenar.svkk1.cz/archiv/pdf-2007/cislo-10-2007-25-149.htm>.
11. JUROVSKÝ, Anton a Matej ZÁCHENSKÝ. *Názorná propagácia v knižnici*. Martin: Matica Slovenská, 1956. 108 s. Príručky pre knihovníkov, 10.
12. KNIHOVNA MATĚJE JOSEFA SYCHRY. Výroční zpráva 2014. In: *Knihovna Matěje Josefa Sychry* [online]. Žďár nad Sázavou: KMJS, © 2015- [cit. 2015-03-13]. Dostupná z: [http://www.knihzdar.cz/wpcontent/uploads/2015/03/NOVA\\_VYROCNI\\_ZPRAVA\\_2014.pdf](http://www.knihzdar.cz/wpcontent/uploads/2015/03/NOVA_VYROCNI_ZPRAVA_2014.pdf).

13. KNIHOVNA MĚSTA HRADCE KRÁLOVÉ. *Dějiny knihovny* [online]. Hradec Králové: KMHK, © 2012a- [cit. 2015-04-10].  
Dostupná z: <http://www.knihovnahk.cz/pro-media/o-knihovne/dejiny-knihovny-kopie>.
14. KNIHOVNA MĚSTA HRADCE KRÁLOVÉ. *Výroční zprávy* [online]. Hradec Králové: KMHK, © 2012b- [cit. 2015-04-10].  
Dostupná z: <http://www.knihovnahk.cz/pro-media/o-knihovne/vyrocní-zpravy>.
15. KROUTVOR, Josef. *Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby*. Foto Otakar PAJER. Praha: Comet, 1991. 163 s.
16. KŘÍŽEK, Zdeněk a Ivan CRHA. *Jak psát reklamní text*. 3., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008. 220 s. ISBN 978-80-247-2452-2.
17. LICKOVÁ, Dana. *Ústní sdělení*. (2015-03-06).
18. PĚTA, Jan. *Ústní sdělení*. (2015-03-19).
19. *Poradte.cz: 1. internetová poradna pro jakoukoliv otázku* [online]. ©2004-2005 [cit. 2015-06-12]. Dostupné z: <https://www.poradte.cz/spolecnost/6580-jak-se-jmenovalo-rucni-kopirovani-na-blany.html>.
20. SCHWALBE, Heinz. *Praktická reklama*. Překlad Ivana ŠMEJDOVÁ. Praha: Grada, 1994. 153 s. ISBN 80-7169-112-7.
21. *Slovník spisovného jazyka českého*, díl 4, P-Q. 2., nezměněné vyd. Praha: Academia, 1989. 736 s.
22. SYLVESTROVÁ, Marta. *Moc obrazů, obrazy moci: politický plakát a propaganda*. Praha: Galerie U Křížovníků, 2005. 283 s. ISBN 80-239-4310-3.
23. ŠTEFKOVÁ, Danuše. *Ústní sdělení*. (2015-03-06).
24. TELLIS, Gerard J. *Reklama a podpora prodeje*. Praha: Grada, 2000. 602 s. Profesionál. ISBN 80-7169-997-7.
25. *Universum: všeobecná encyklopedie*, díl 2, C-E. Praha: Odeon, 2000a. 681 s. ISBN 80-207-1062-0.
26. *Universum: všeobecná encyklopedie*, díl 5, Ko-M. Praha: Odeon, 2000b. 715 s. ISBN 80-207-1067-1.
27. *Universum: všeobecná encyklopedie*, díl 6, Mb-Op. Praha: Odeon, 2001a. 656 s. ISBN 80-207-1068-X.

28. *Universum: všeobecná encyklopedie*, díl 7, Or-Q. Praha: Odeon, 2001b. 655 s. ISBN 80-207-1069-8.
29. VOŠAHLÍKOVÁ, Pavla. *Zlaté časy české reklamy*. Praha: Karolinum, 1999. 230 s. ISBN 80-7184-715-1.
30. *Wikipedie: otevřená encyklopedie* [online]. San Francisco (Kalifornie): Wikimedia Foundation, 2002- [cit. 2015-06-15]. Dostupná z: <https://cs.wikipedia.org/>.

## **Seznam použitých obrázků**

Obrázek č. 1: Ukázka letáků z 60. let minulého století .....	13
Obrázek č. 2: Ukázky plakátů z 60. let minulého století .....	13
Obrázek č. 3: Informační a navigační letáky .....	14
Obrázek č. 4: Logo Knihovny Matěje Josefa Sychry .....	26
Obrázek č. 5: Distribuce plakátů v Knihovně Matěje Josefa Sychry .....	29
Obrázek č. 6: Staré sídlo Knihovny města Hradce Králové v Tomkově ulici.....	31
Obrázek č. 7: Původní logo Knihovny města Hradce Králové.....	34
Obrázek č. 8: Střecha Knihovny města Hradce Králové s Velrybou.....	37
Obrázek č. 9: Distribuce plakátů v Knihovně města Hradce Králové .....	37

## **Seznam tabulek**

Tabulka č. 1: Rekapitulace analýzy propagačních materiálů z KMJS a z KMHK.....	39
Tabulka č. 2: Archivace tištěných propagačních materiálů .....	41
Tabulka č. 3: Archivace elektronických propagačních materiálů.....	41
Tabulka č. 4: Vývoj a výroba propagačních materiálů .....	42
Tabulka č. 5: Způsoby užití propagačních materiálů.....	43
Tabulka č. 6: Distribuce propagačních materiálů .....	45
Tabulka č. 7: Zpřístupnění elektronických propagačních materiálů na domovské stránce .	46

## **Seznam grafů**

Graf č. 1: Délka archivace tištěných a elektronických propagačních materiálů.....	42
Graf č. 2: Využití počítače a počítačových softwarů při tvorbě plakátů a letáků.....	43
Graf č. 3: Způsoby užití plakátů a letáků pro propagaci.....	44
Graf č. 4: Distribuce tištěných propagačních materiálů .....	45
Graf č. 5: Distribuce elektronických propagačních materiálů .....	45

## Přílohy

Vysvětlivky k obrazové příloze

Příloha č.	Ukázky plakátů a letáků	Rozdělení příloh		
1 - 15	KMJS	Vývoj:	1 - 7	
		Způsoby užití:	Propagace knihovny:	8
			Propagace služeb:	9
			Propagace zaměřená na získání nových čtenářů:	10
			Propagace akcí:	11 - 14
			Navigace a orientace:	15
16 - 30	KMHK	Vývoj:	16 - 19	
		Způsoby užití:	Propagace knihovny:	20
			Propagace služeb:	21
			Propagace zaměřená na získání nových čtenářů:	22
			Propagace akcí:	23 - 28
			Navigace a orientace:	29 - 30
31	Formulář rozesílaného dotazníku			

## Vysvětlivky k obrazové příloze

---

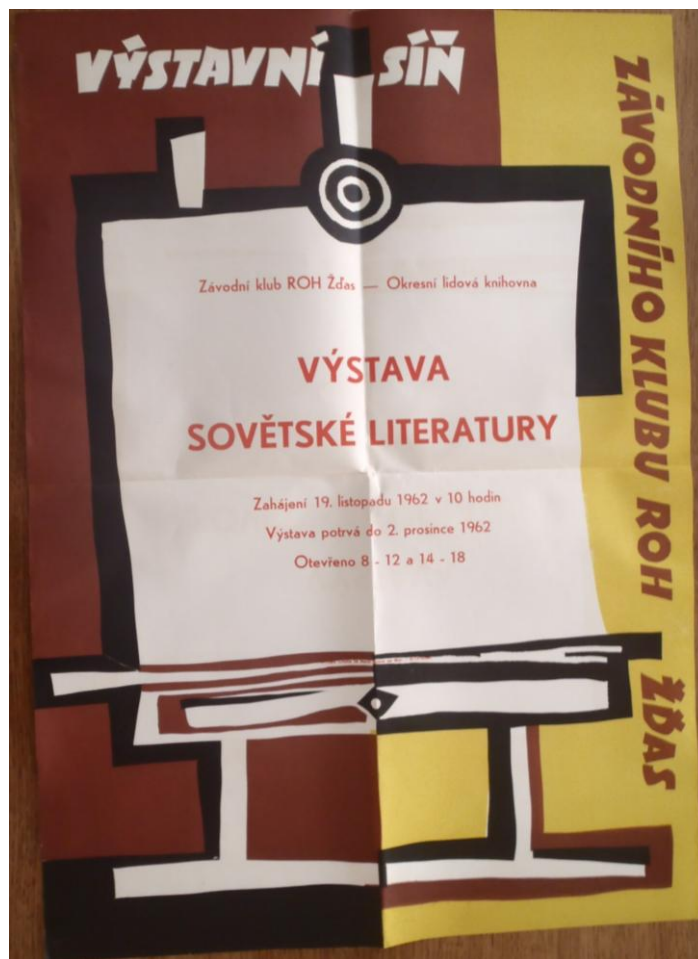
### Rozměry formátu papíru A

		<i>šířka</i>	<i>x</i>	<i>výška</i>
<b>A0</b>	=	841	x	1189 mm
<b>A1</b>	=	594	x	841 mm
<b>A2</b>	=	420	x	594 mm
<b>A3</b>	=	297	x	420 mm
<b>A4</b>	=	210	x	297 mm
<b>A5</b>	=	148	x	210 mm
<b>A6</b>	=	105	x	148 mm
<b>A7</b>	=	74	x	105 mm

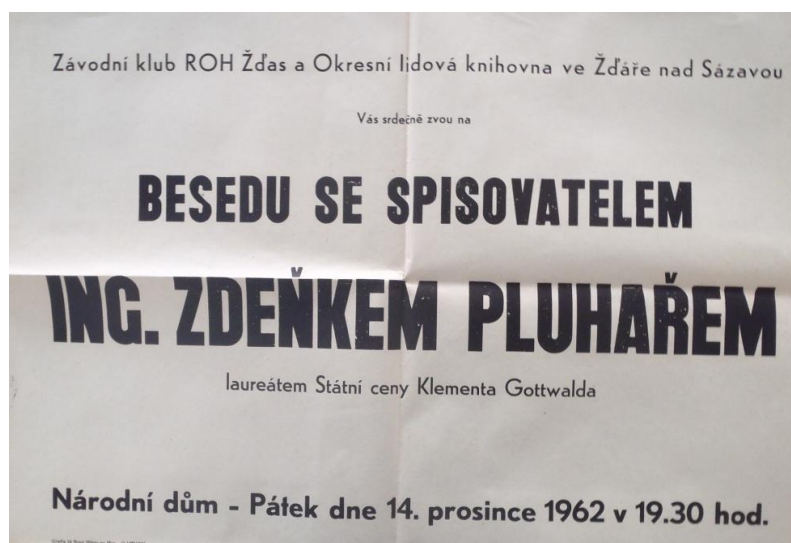
[Schwalbe, 1994, s. 109]



Plakáty (formát A2); *profesionální návrh a výroba*

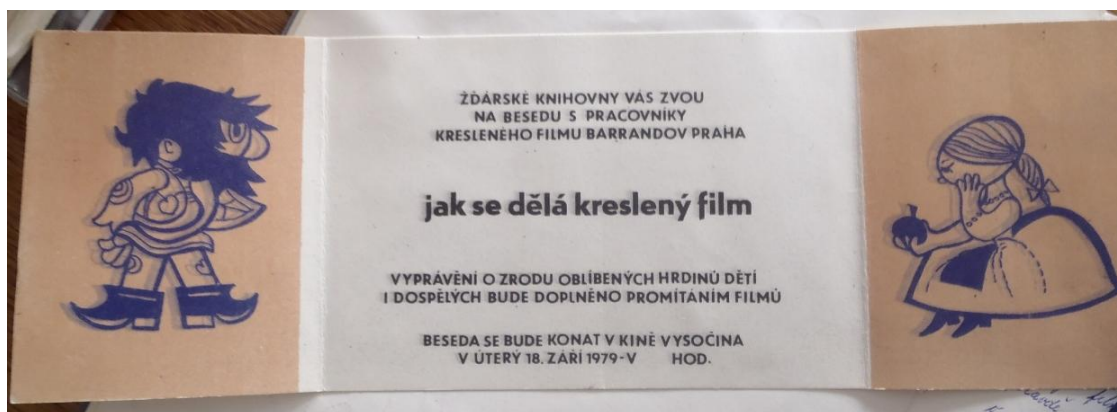


Akce: výstava



Akce: beseda

Leták překládaný (atypický formát 105 x 296 mm (v x š)); *profesionální návrh a výroba*



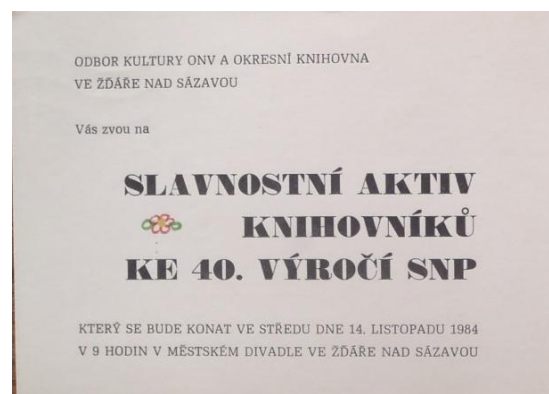
Akce: beseda

2 oboustranné letáky (formát A6); *návrhy pracovníci knihovny; profesionální tisk*



Akce pro Klub Mladých čtenářů

Oboustranný leták (formát A6); *profesionální výroba*



Akce pro pracovníky knihoven

2 letáky (formát A6); *profesionální návrh a výroba*

Akce: besedy

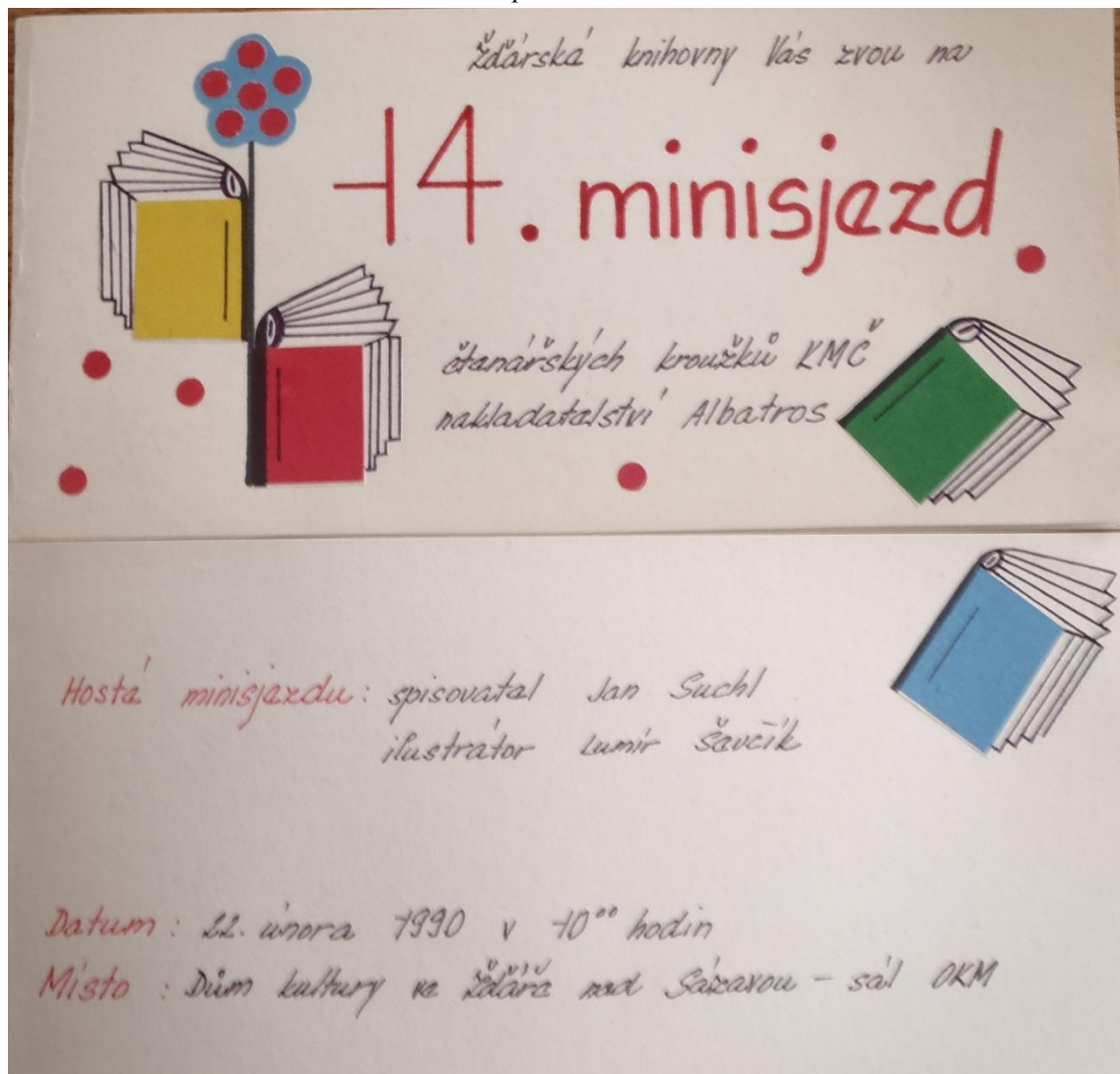
Leták (atypický formát 105 x 296 mm (v x š)); *návrh pracovníci knihovny; originální předloha*

Akce: výstava

Leták (formát A6); *návrh pracovníce knihovny; originální předloha*

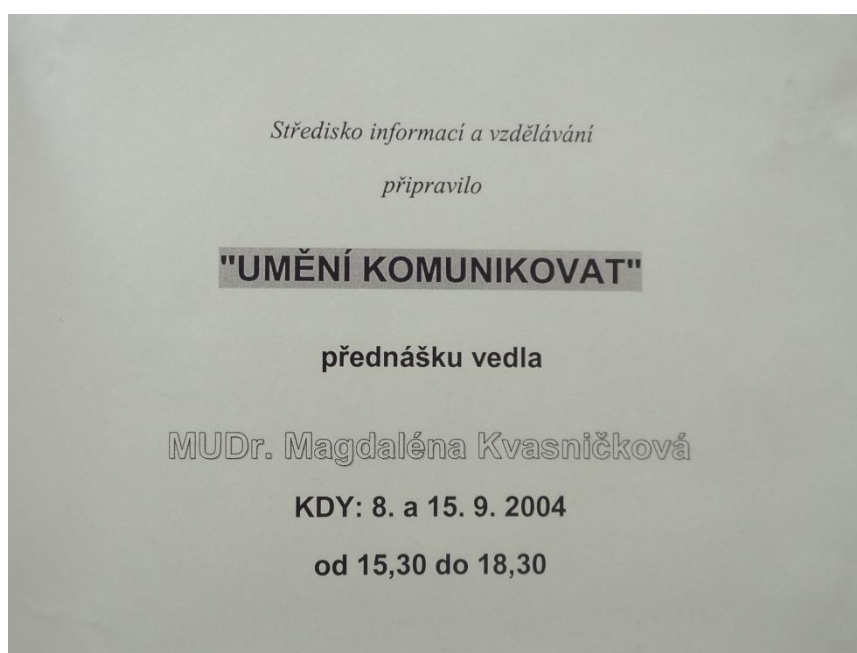
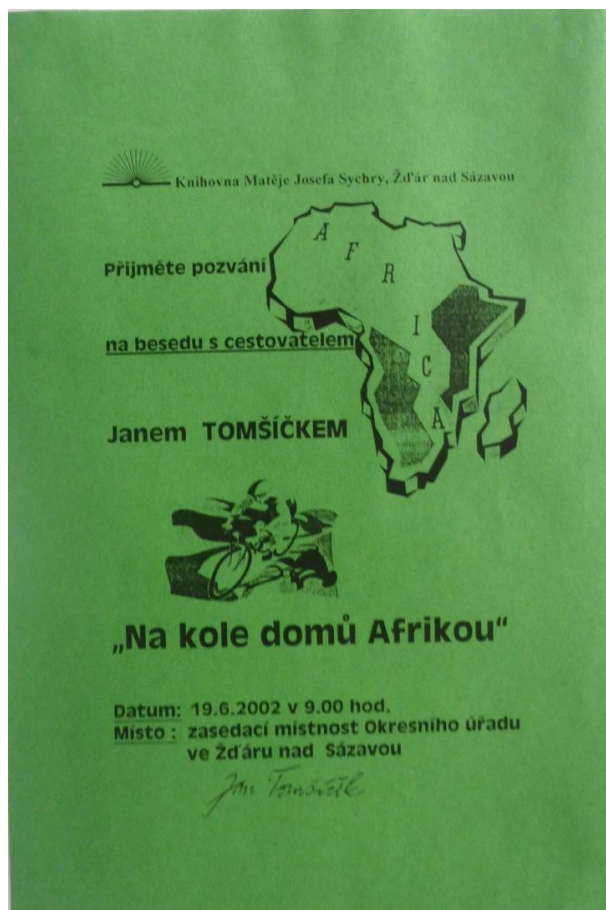
Akce: beseda

Leták oboustranný (atypický formát 100 x 296 mm (v x š)); návrh pracovníci knihovny; originální předloha



Akce pro Klub mladých čtenářů

Plakáty (formát A4), výroba a návrh pracovníci knihovny



Akce: přednášky

Soubor propagačních materiálů k jedné akci  
plakát (formát A4); výroba a návrh pracovníci knihovny



leták (formát A6); zmenšená verze plakátu

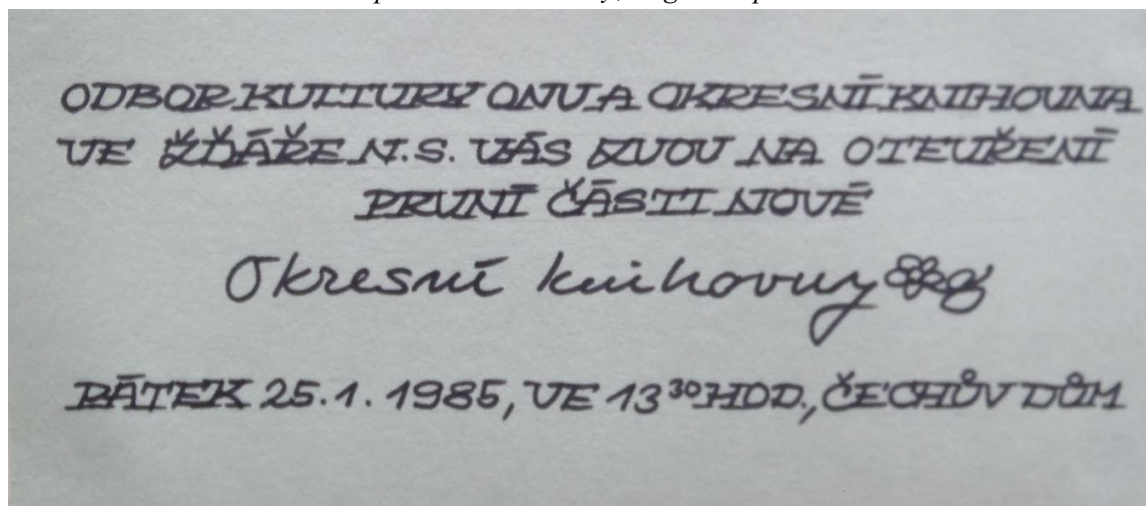


venkovní poutač, profesionální výroba

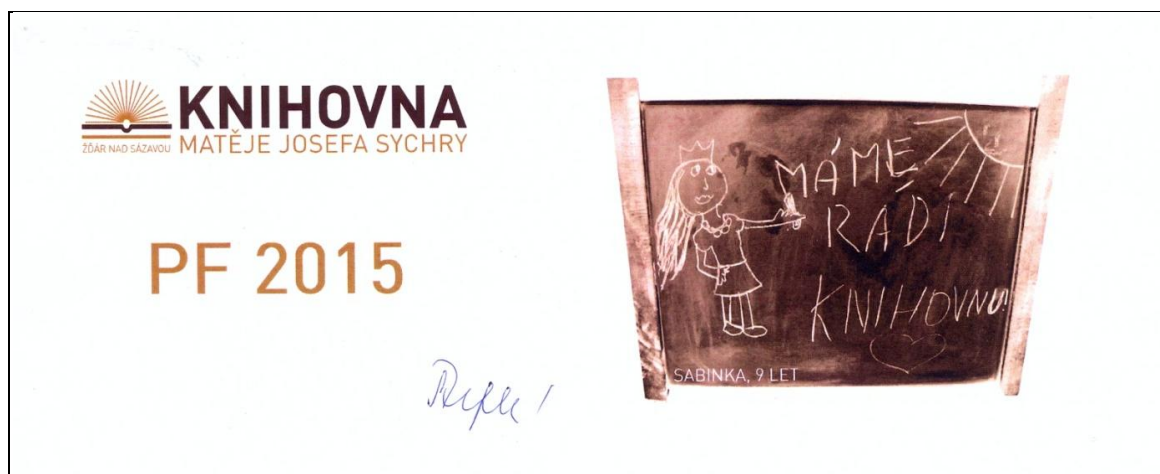


Akce Josefská noc

Leták (atypický formát 100 x 296 mm (v x š));  
návrh pracovníci knihovny; originální předloha

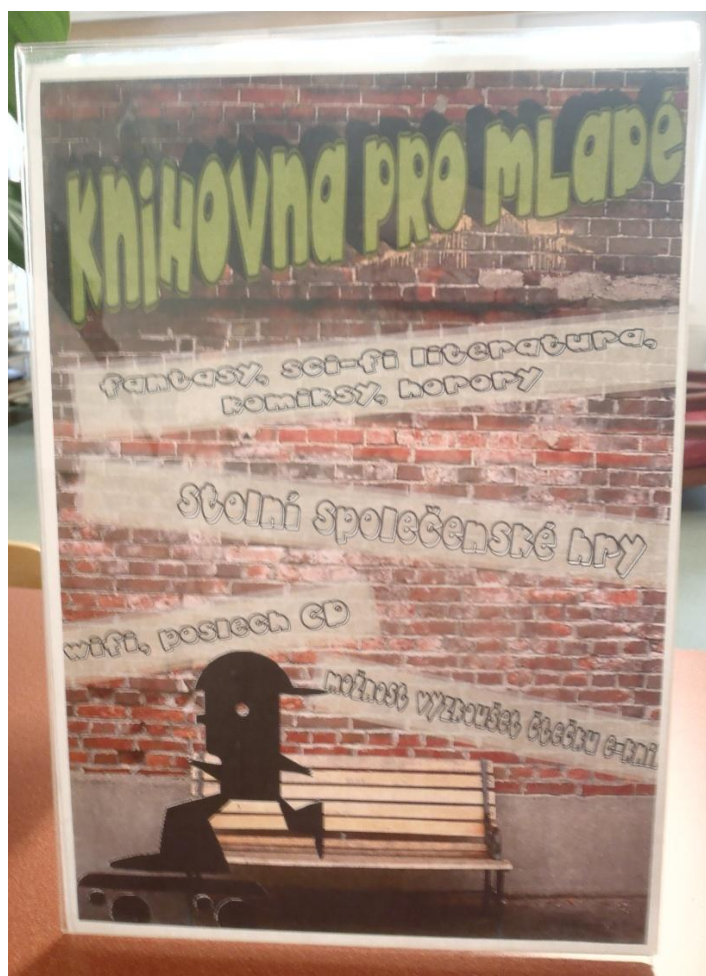
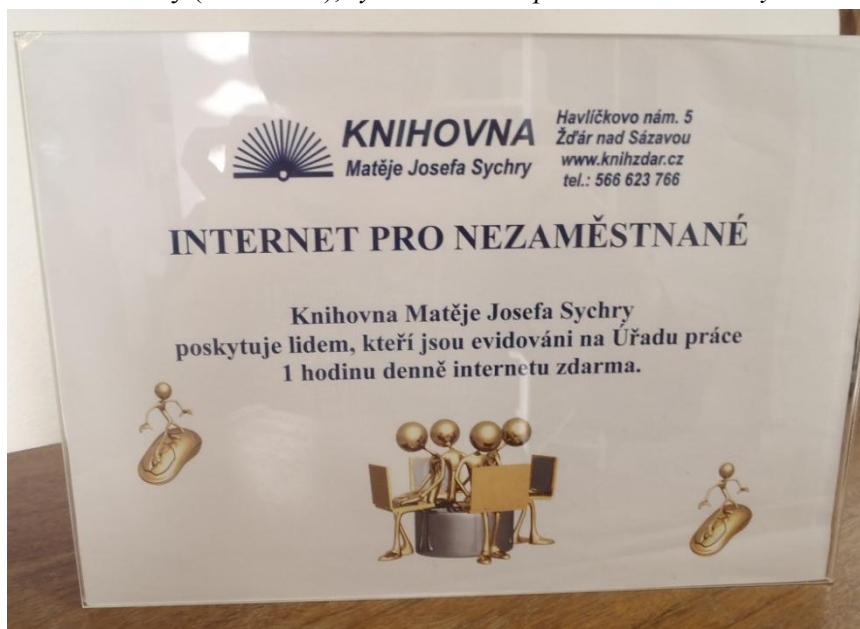


PF (atypický formát 223 x 84 mm); výroba a návrh pracovníci knihovny

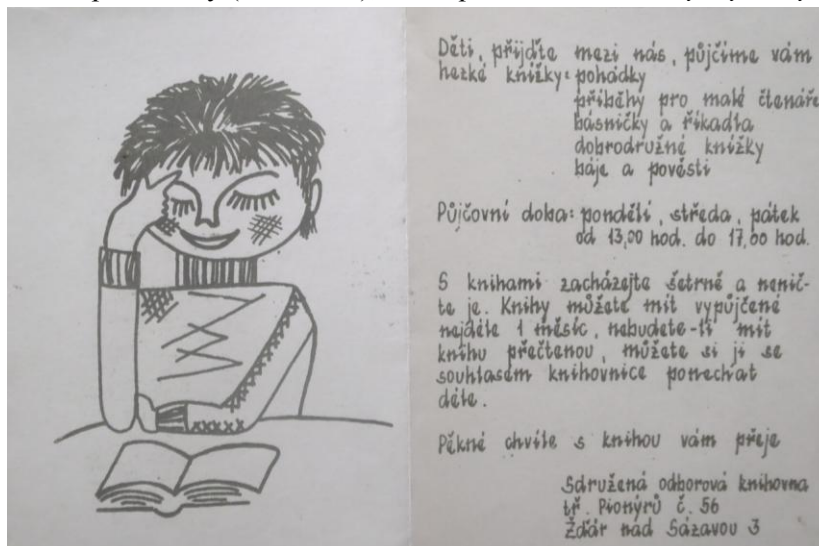




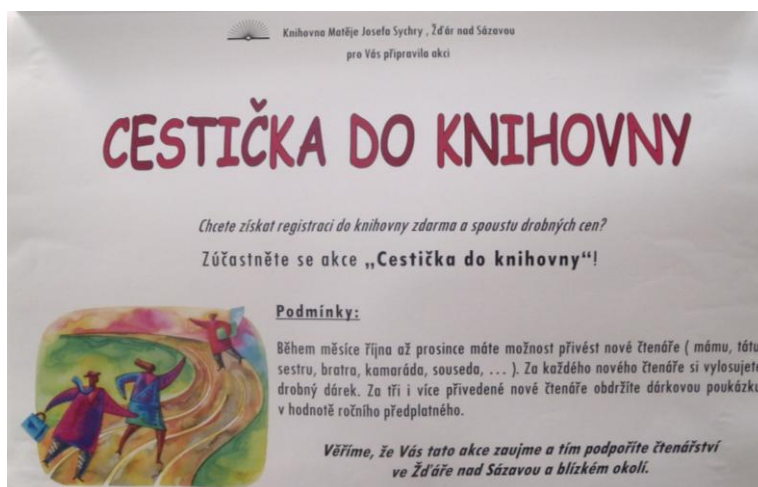
Plakáty (formát A4); výroba a návrh pracovníci knihovny



Plakát překládaný (formát A4); návrh pracovníci knihovny; cyklostyl



2 plakáty (formát A4); výroba a návrh pracovníci knihovny



**Pro dětské čtenáře**

Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: zážitkový pořad



Akce: výtvarná dílna

**Pro dospělé čtenáře**

Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: přednáška



Akce: tvůrčí dílna

## Příloha č. 12

**ZPŮSOBY UŽITÍ** Propagace akcí dle účelu: **kulturní pořad, vzdělávací program aj.**

Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: výstava

**KNIHOVNA**  
MATĚJE JOSEFA SYCHRY

# ANGLIČTINA

## 2014/2015

**Celoroční kurzy akreditované MŠMT**  
80 vyučovacích hodin/rok (1leke= 2vyuč.hodiny)  
Doplňujeme počty účastníků na nový školní rok!  
Učebnice + CD je možné zapůjčit v knihovně.  
Závazné přihlášky předem jsou nutné !

**Angličtina pro začátečníky** - pokrač. loňského kurzu  
**Angličtina pro mírně pokročilé** - 2 skupiny  
**Angličtina pro středně pokročilé** - 2 skupiny  
**Angličtina pro pokročilé**

Lektor: Ing. Jiří Dokulil mail: [jdokulil@sattnet.cz](mailto:jdokulil@sattnet.cz)

Kurzovné: 2800,- Kč  
4500,- Kč (pouze pro pokročilé)

Podrobné informace o kurzech:

[www.englishcenter.cz](http://www.englishcenter.cz)  [www.knihzdar.cz](http://www.knihzdar.cz)

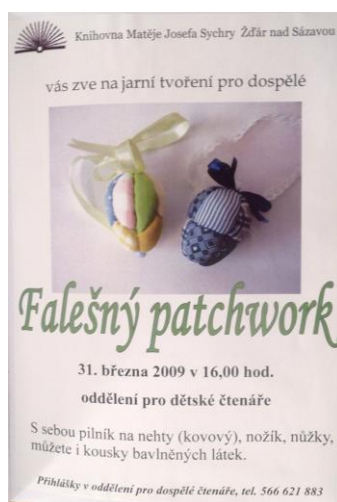
Akce: vzdělávací program

### Další typy akcí

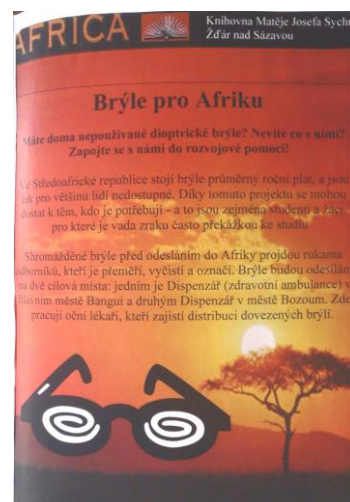
Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: soutěž



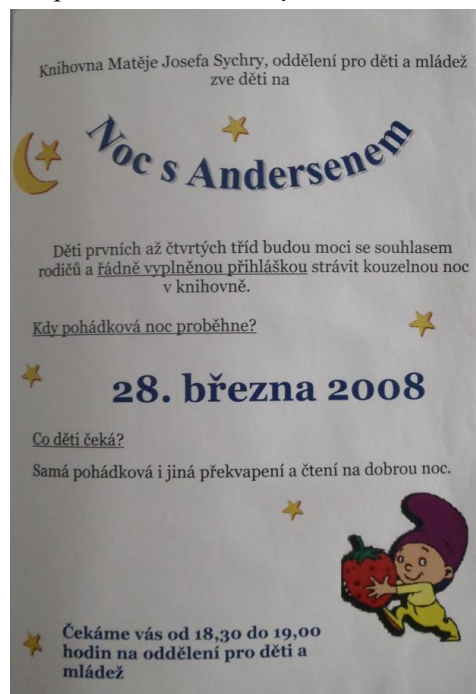
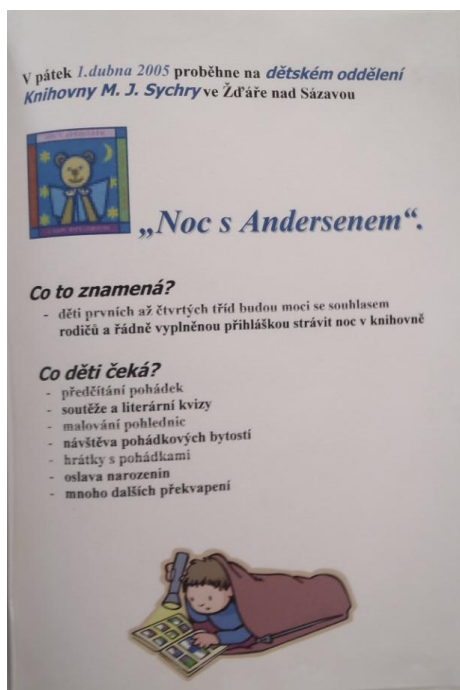
Akce: výtvarná dílna



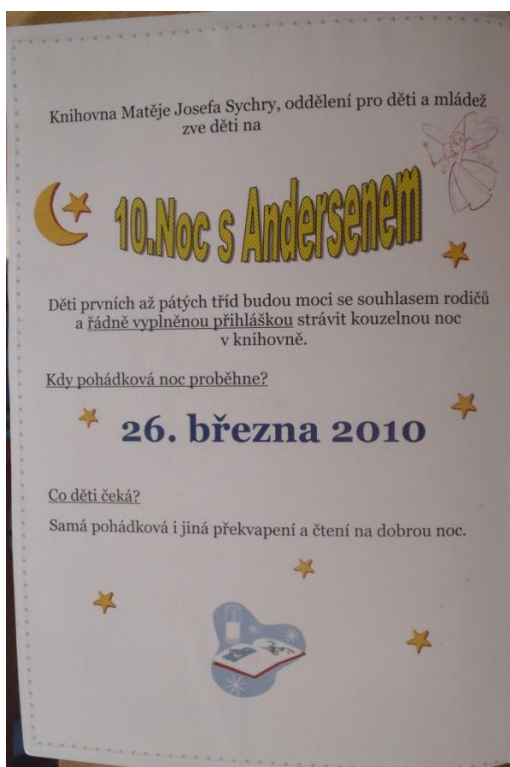
Akce: charitativní

## Noc s Andersenem

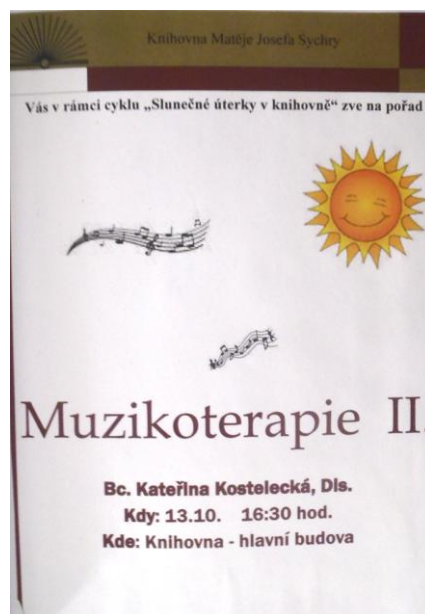
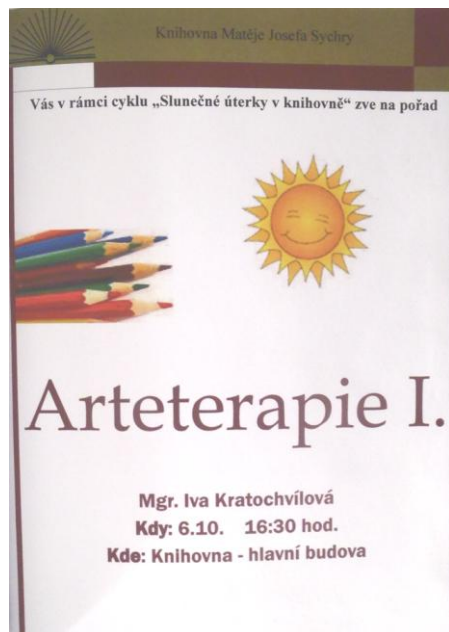
3 plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



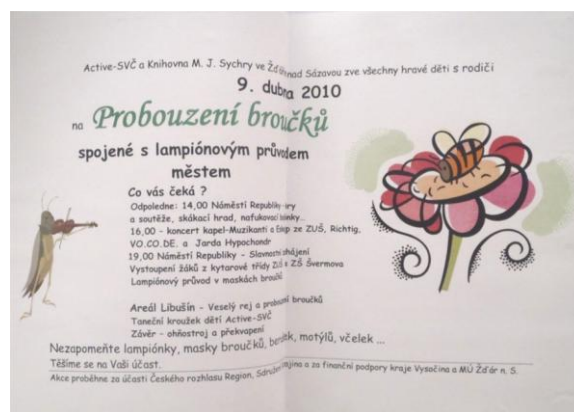
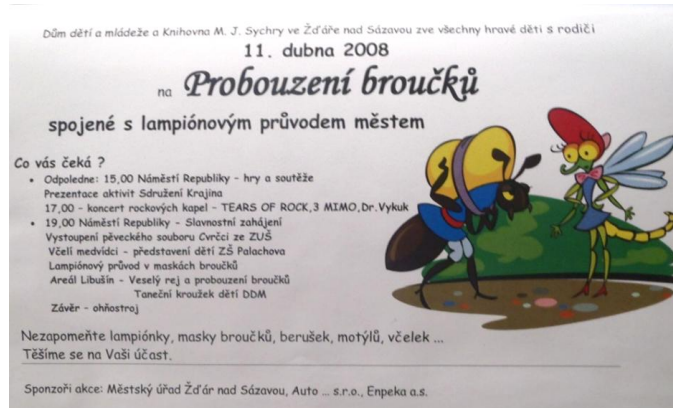
1 oficiální plakát akce (formát A4)



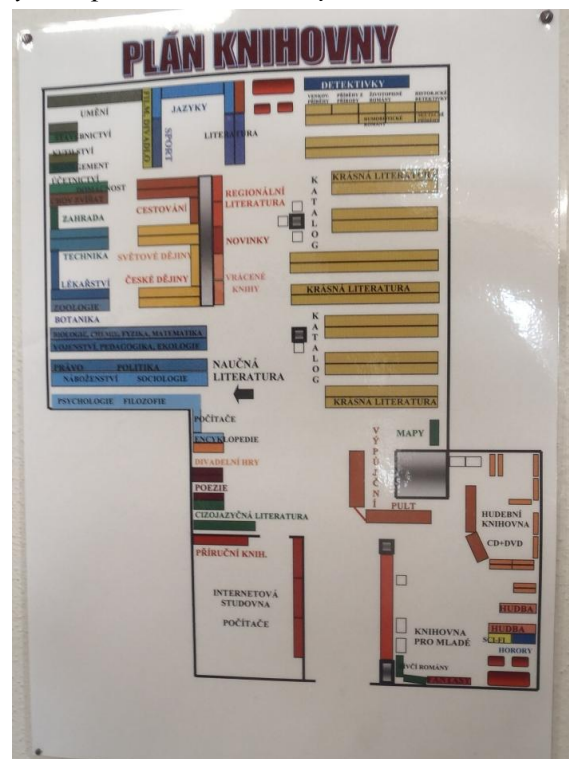
**Cyklus Slunečné úterky v knihovně**  
Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



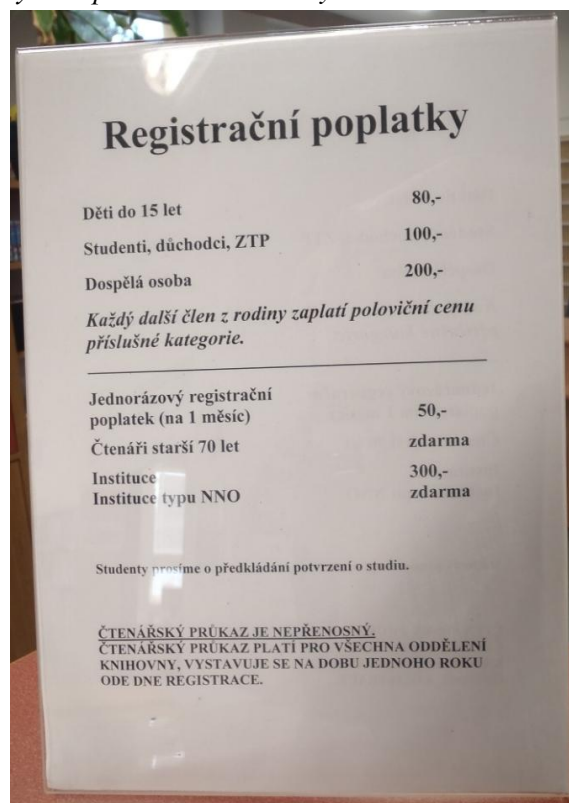
**Cyklus Probouzení broučků**  
Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



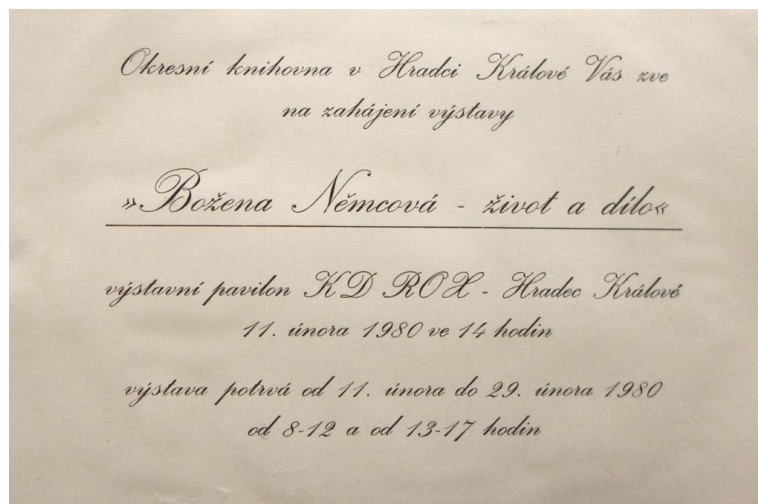
Plakáty (formát A3); návrhy a výroba pracovníci knihovny



Plakáty (formát A4); návrhy a výroba pracovníci knihovny

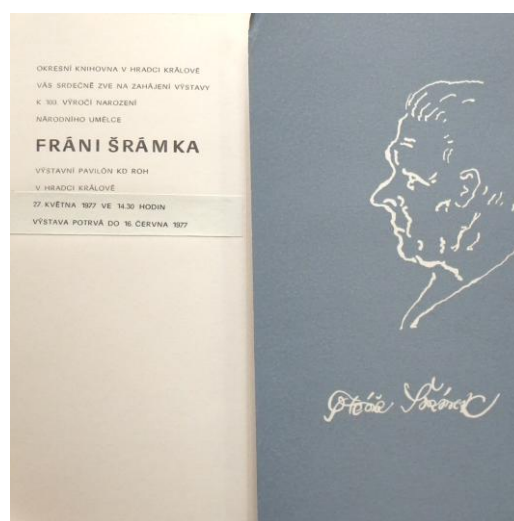


Leták (formát A5); návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: výstava

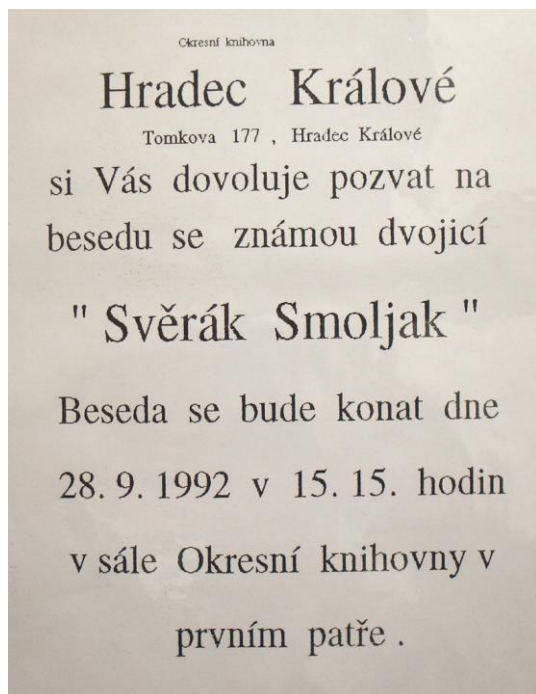
Letáky překládané (formát A4); profesionální návrh a výroba



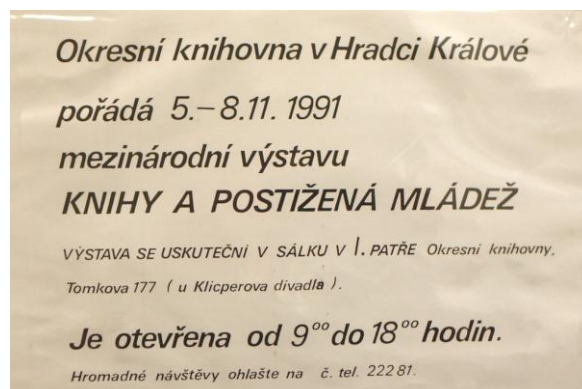
Akce: výstavy



Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



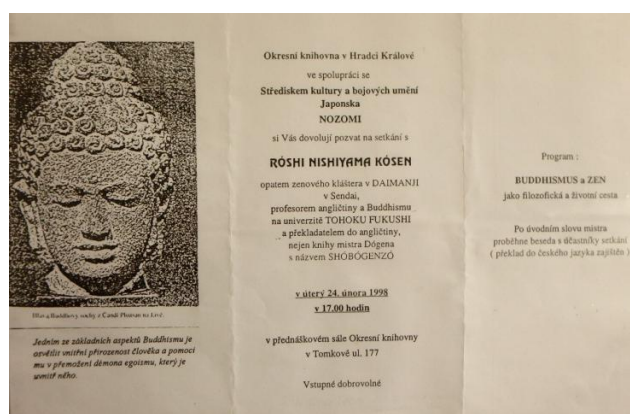
Akce: beseda



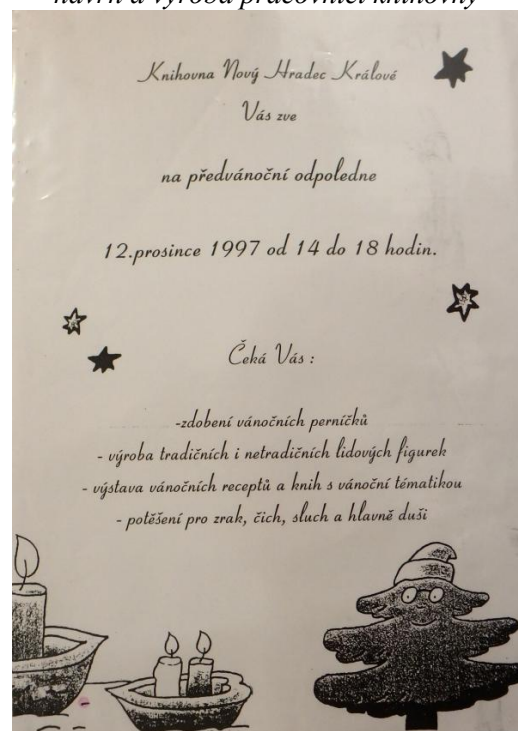
Akce: výstava

Leták překládaný (formát A4);  
 návrh a výroba pracovníci knihovny

Plakát (formát A4);  
 návrh a výroba pracovníci knihovny

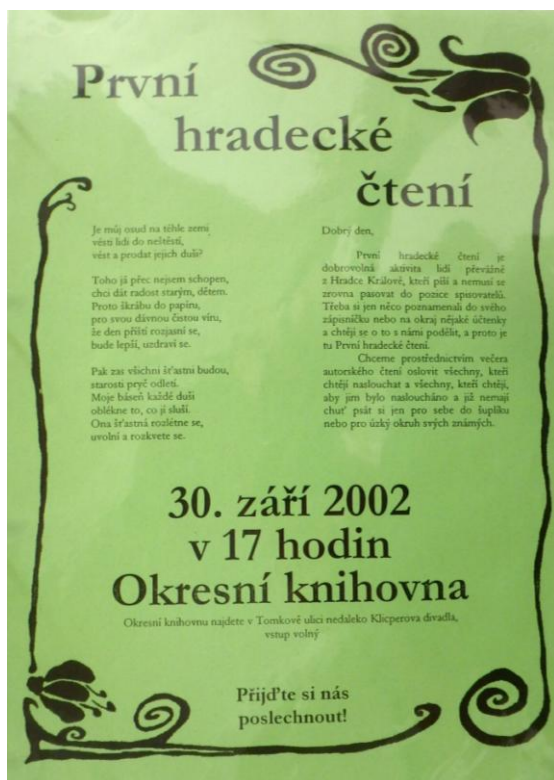


Akce: beseda



Akce: výtvarná dílna

Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: beseda



Akce: přednáška

Akce: přednáška; plakát (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: přednáška

Plakáty (formát A4); *profesionální návrh a výroba*

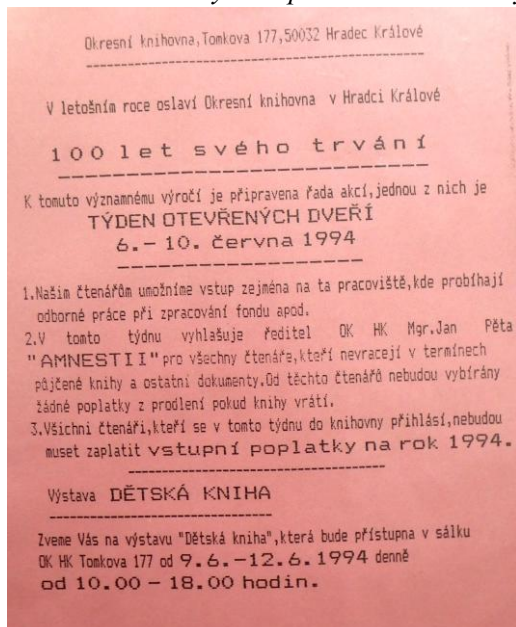
<b>Pondělí</b>	08 – 18 hodin
<b>Úterý</b>	12 – 18 hodin
<b>Středa</b>	08 – 18 hodin
<b>Čtvrtek</b>	08 – 18 hodin
<b>Pátek</b>	08 – 18 hodin
<b>Sobota</b>	08 – 12 hodin

Akce: otevření nové budovy

Plakáty (formát A4);  
*návrh a výroba pracovníci knihovny na základě nové šablony*

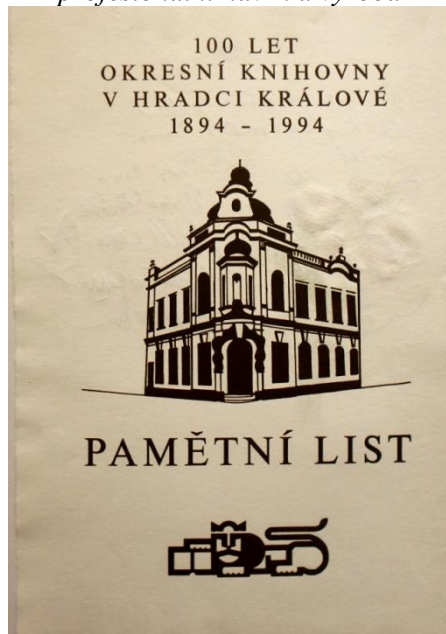
Akce: přednášky

Plakát (formát A4);  
návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: Týden otevřených dveří

Plakát (formát A4);  
profesionální návrh a výroba



Pamětní list k 100. výročí založení knihovny

Novoroční přání 2015 (formát atypický);  
návrh pracovníci knihovny; profesionální výroba



Plakát (formát A4);  
návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: prodej pohlednice knihovny

Plakát (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



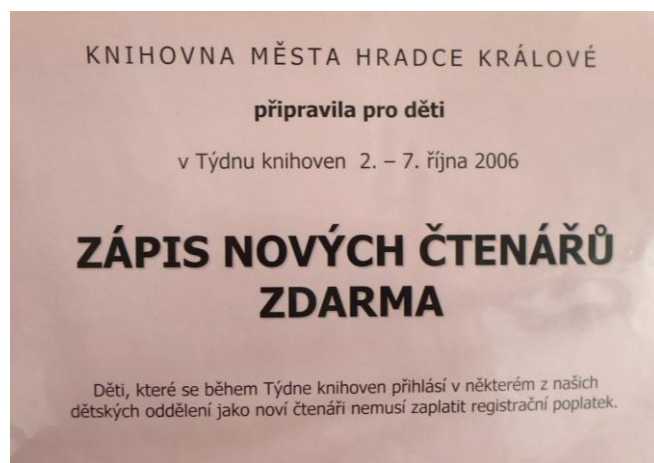
Akce: Den otevřených dveří

Plakát (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: Andělské půjčování

Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



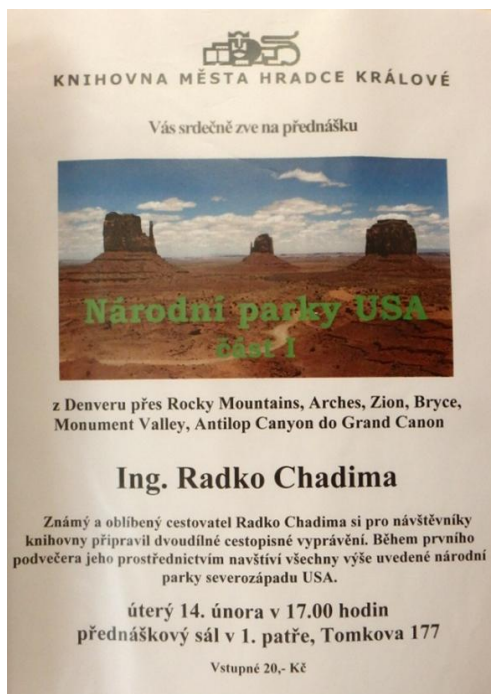
Akce: výtvarná soutěž

Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: výtvarná dílna

## Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



Akce: přednáška



Akce: výstava

## Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny

Akce: koncert

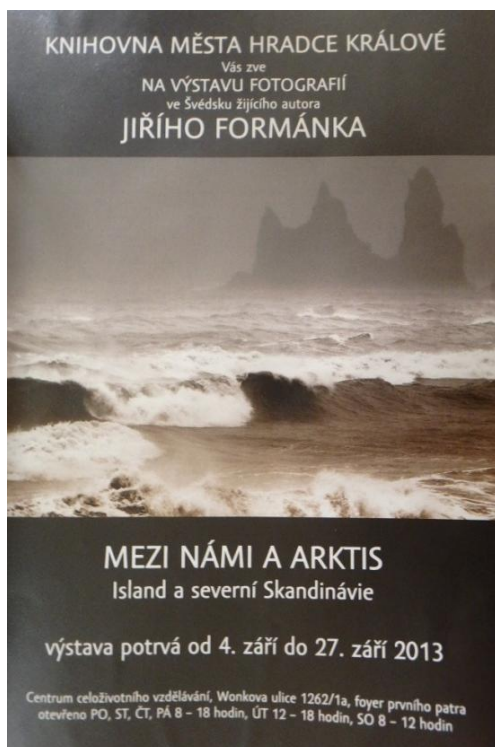
Akce: komponovaný pořad



Příloha č. 25

**ZPŮSOBY UŽITÍ**    **Propagace akcí dle účelu:**    **kulturní pořad, vzdělávací program**

Plakáty (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: výstava

Akce: vzdělávací program


## Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny

**KMHK**  
Knihovna města Hradce Králové

zve šikovné a tvořivé ženy a dívky na výtvarnou dílnu

## KABELKY Z PAPIRU

Kde: pobočka Nový Hradec Králové, Brněnská 33  
Kdy: ve dvou fázích – 1. kurs - úterý 12. května 2015 od 17 hodin  
2. pokračování - úterý 26. května 2015 od 17 hodin  
S kým: lektorka Eva Tomašítková



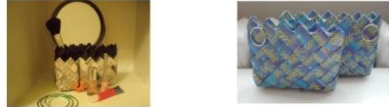
Přijďte si vlastnoručně vyrobit originální módní doplněk, kterým si zpestříte jarní i letní šatník.

**Vstupné: 100 Kč na každý kurs + platba za některé poskytnuté materiály**

Co si můžete přinést s sebou:

- nůžky, silnější jehlu nejlépe s tupou špičkou, tenký provázek nebo silnou nit
- průhlednou izolepu širokou 5 cm
- barevné, dárkové, novinové a jiné vzorované papíry dle vašeho vkusu

(Tyto materiály zde budou též k dispozici)



Účast na kursu si zajistíte rezervací na tel.: 495 268 288 nebo na e-mailu: [nhk@knihovnahk.cz](mailto:nhk@knihovnahk.cz)

Akce: výtvarná dílna

**KMHK**  
Knihovna města Hradce Králové  
dětské oddělení U Velryby

vyhláší výtvarnou soutěž

## Fantasy a sci-fi světy

soutěž potrvá od 1. 10. 2013 do 31. 1. 2014

věk: děti i dospělí  
technika: libovolná

Na vítěze čekají zajímavé knižní tituly a originální cena v podobě nevěšedního zážitku

Z výtvarných prací bude uspořádána výstava v prostorách knihovny, na které budou oceněni nejlepší tvůrci.

Svá díla odevzdávejte v dětském oddělení U Velryby ve Wonkové ulici, 1. patro, nebo zasuňte na adresu: Knihovna města Hradce Králové, Wonkova 1262/1a, 500 02 Hradec Králové

\*Nezapomeňte ke svému dílu připojit celé jméno, věk, adresu a telefon nebo e-mail\*  
\*Práce zaslané do soutěže nevracíme\*

[www.knihovnahk.cz](http://www.knihovnahk.cz) [detsko@knihovnahk.cz](mailto:detsko@knihovnahk.cz)

Akce: soutěž

**KMHK**  
Knihovna města Hradce Králové

Knihovna města Hradce Králové, 1. patro foyer,  
Wonkova 1262/1a

## Dobročinný bazar knih

V pátek 20. března od 10.00 do 18.00 hodin  
a v sobotu 21. března od 8.00 do 12.00 hodin.

Na bazaru se budou za symbolické ceny prodávat knížky věnované dárci v rámci projektu „Bazar knih aneb uklidte si v knihovně“, který organizuje skupinka dětí ve věku 10-12 let za pomoci rodičů. Výtěžek z bazaru zdojnásobí Nadace VIA a celkovou částku se děti rozhodly věnovat Záchraně stanic pro zraněná a handicapovaná zvířata v Jaroměři.

Přijďte si levně pořídit knížky a užít doprovodný program pro malé i velké.

**pátek 20. března 2015**  
V 14.00 hodin se organizátoři projektu představí jako žáci hudebního a tanečního oboru ZUŠ Sítězina.

V 15.00 hodin vás přivítají zvířecí pacienti ze Záchraně stanic pro zraněná a handicapovaná zvířata v Jaroměři. Vyjmečně tak můžete v knihovně spatřit např. ježka, hada, sovu, želvu nebo agamu a zjistit, jak se o ně ve stanicích starají.

**Sobota 21. března 2015 od 8.00 do 12.00 hodin:**  
Setkání s královéhradeckými spisovatelkami Martou Pohnerovou a Kateřinou Pojkarovou.



Zdroje obrázků: <http://grafika-daysy.blog.cz/1210/mezinarodni-tyden-knihy-klare-to-byly>,  
<http://www.quazoo.com/qSOVA>, <http://www.ceskaelevize.cz/porady/10169713410>

Akce: knižní bazar

**KNIHOVNA MĚSTA HRADCE KRÁLOVÉ**  
vás zve

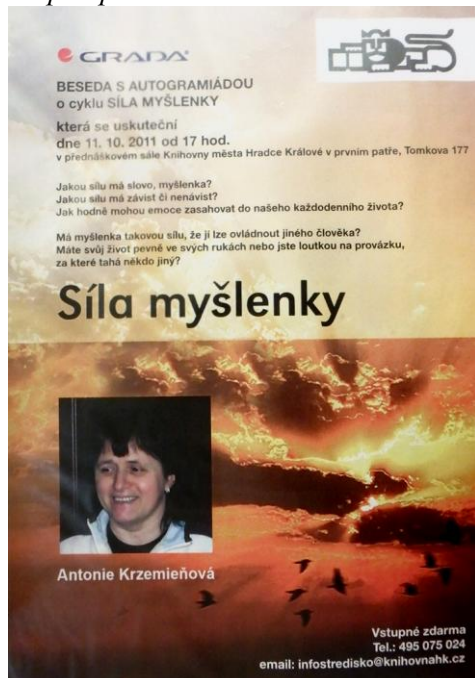
**od 19. do 24. října 2009**  
do přednáškového sálu knihovny, Tomkova čp. 177 na

## KNIŽNÍ BAZAR

Prodej vyřazených knih za symbolické ceny.

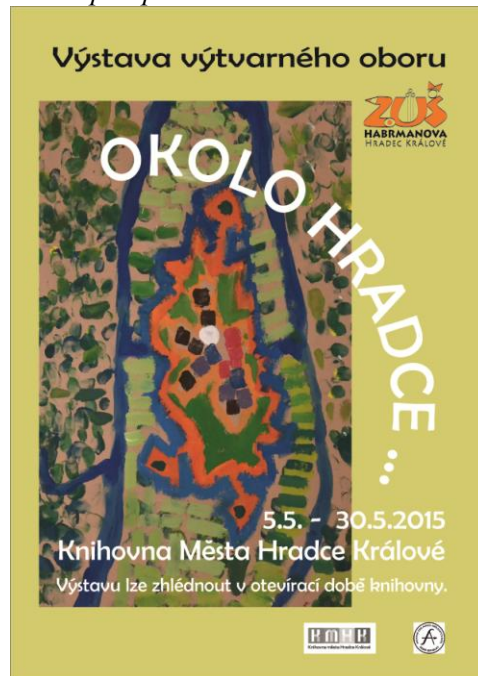
Otevírací doba bazaru:  
**pondělí až pátek 9–18 hodin**  
**sobota 8–12 hodin**

Plakát (formát A4); *návrh a výroba ve spolupráci s nakladatelstvím GRADA*



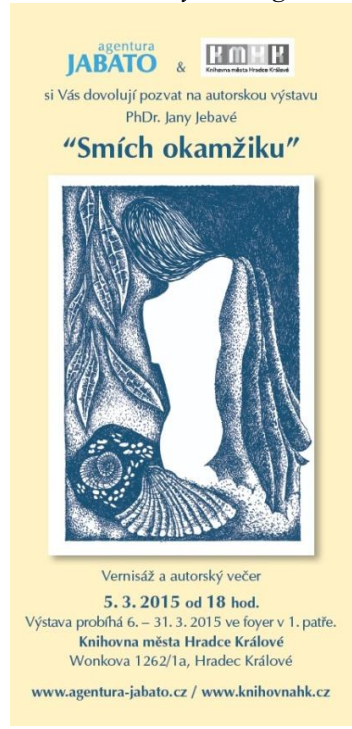
Akce: beseda

Plakát (formát A4); *návrh a výroba ve spolupráci s ZUŠ Habrmanova*



Akce: výstava

Leták (atypický formát 21x10 cm); *profesionální návrh a výroba Agentura Jabato*



Akce: vernisáž

Plakát (formát A4); *návrh a výroba pracovníci knihovny*



Akce: celostátní akce

**Cyklus Sem a tam**

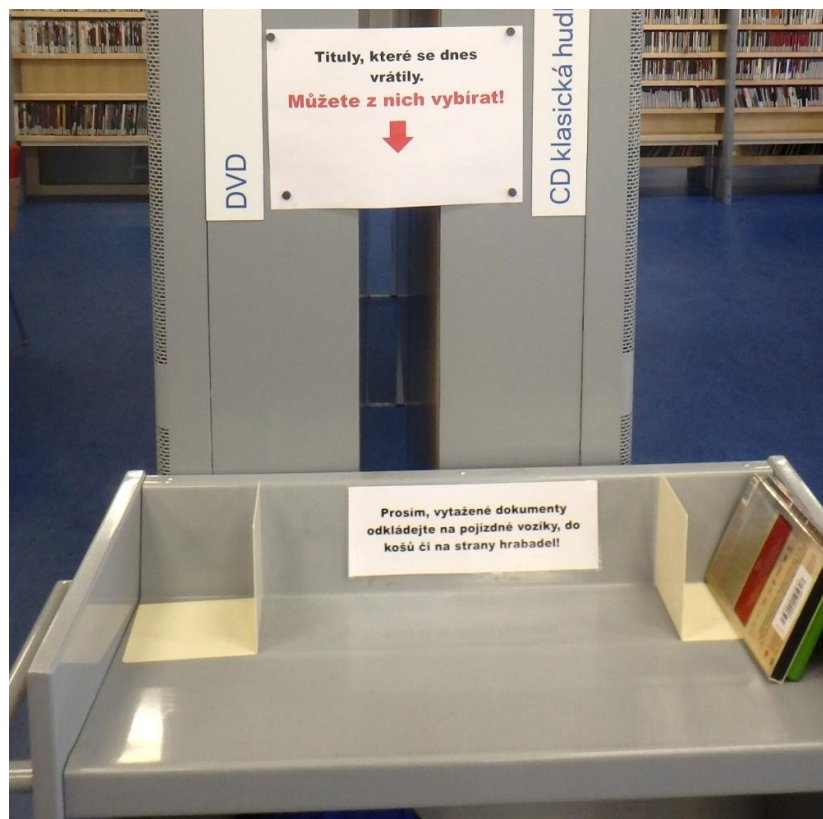
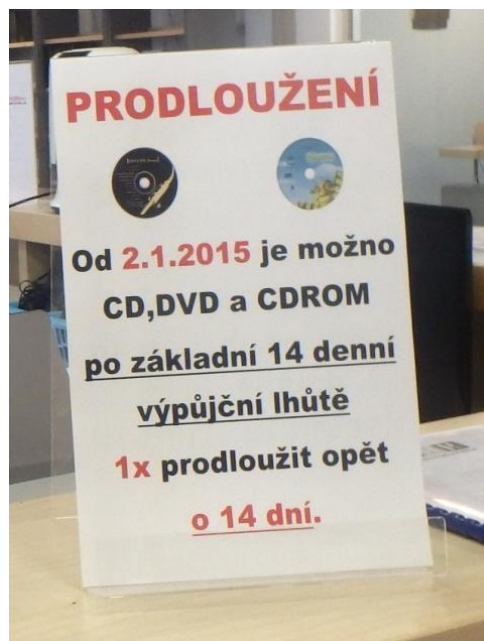
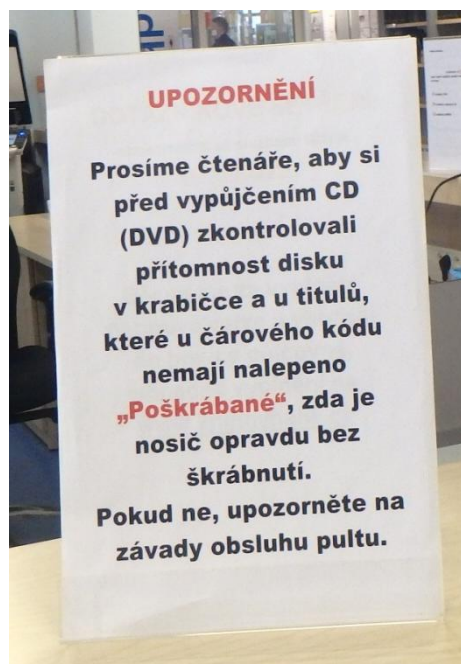
Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny



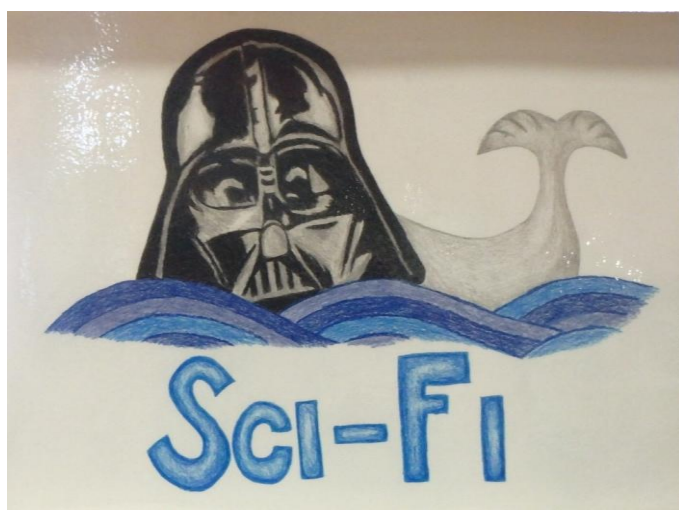
**Cyklus Terapie uměním 2**

Plakáty (formát A4); návrh a výroba pracovníci knihovny





Plakáty (formát A4 a A3); návrhy a výroba pracovníci knihovny



Plakáty (formát A4); návrhy a výroba pracovníci knihovny

## Příloha č. 31

### DOTAZNÍK

Bakalářská práce: **Plakát a leták v knihovně** (vývoj a příklady užití)

Kontakt: Jana RUXOVÁ; e-mail: jan.rux@seznam.cz; tel.: 737411672

*Vážená paní ředitelko,*

*Vážený pane řediteli,*

*velice si vážím Vaší pomoci, díky které získám hodnotné podklady pro vypracování své bakalářské práce.*

*Zavazuji se tímto, že údaje ve shromážděných dotaznících nebudu nijak zkreslovat a že je využiji opravdu jen pro účely práce. Svoji závěrečnou práci Vám, samozřejmě, poskytnu k nahlédnutí.*

Vybrané odpovědi, prosím, zakřížkujte, případně doplňte. Děkuji!

1.	<b>K jakým příležitostem plakáty a letáky nejčastěji využíváte?</b> (lze zvolit více možností)
	Prezentace knihovny jako celku, jejího jména a image
	Prezentace (připomenutí) jednotlivých stávajících služeb
	Prezentace nově zaváděných služeb
	Prezentace jednorázových akcí pořádaných knihovnou (pozvánka)
	Prezentace zaměřená na zákazníky za účelem získání nových čtenářů
	Jinak (prosím upřesněte):

2.	<b>Jaká z níže uvedených komunikačních médií k propagaci využíváte?</b> (lze zvolit více možností)
	Plakát – tištěný vystavený v knihovně
	Plakát – tištěný, vystavený v jiných zařízeních (úřady, školy, atp.)
	Plakát – tištěný, umístění venku (v plenéru)
	Leták – tištěný, distribuovaný v knihovně
	Leták – tištěný, distribuovaný v jiných zařízeních
	Leták – tištěný, distribuovaný venku (v plenéru)
	Plakát – leták – elektronický, umístěný na domovské stránce knihovny
	Plakát – leták – elektronický, umístěný na domovské stránce jiné organizace
	Plakát – leták – elektronický, umístěný na sociálních sítích
	Plakát – leták – elektronický, rozesílaný adresně e-mailem
Pozn.	

<b>3.</b>	<b>Výrobu plakátů a letáků realizujete svépomocí v knihovně anebo objednávejte jejich výrobu u profesionálních grafiků a reklamních agentur?</b> (lze zvolit více možností)
	Vždy objednáváme u profesionálů
	Občas objednáváme u profesionálů
	Vždy vytváříme sami
	Občas vytváříme sami
	Jinak:
Pozn.	

<b>4.</b>	<b>Od kterého roku jste začali využívat k tvorbě plakátu a letáku počítač a počítačové softwary?</b>
	Již před rokem 1990
	1990 - 1995
	1995 - 2000
	2000 - 2005
	Po roce 2005
	Nevyužíváme
Pozn.	

<b>5.</b>	<b>Od kterého roku zpřístupňujete propagační tiskoviny na webu?</b>
	1990 - 1995
	1995 - 2000
	2000 - 2005
	Po roce 2005
	Nezpřístupňujeme
Pozn.	



6.	Jak dlouho zpětně archivujete propagační plakáty a letáky?			
	Tištěná forma		Elektronická forma	
Méně než 5 let zpátky				
5 -10 let				
10 – 15 let				
15 – 20 let				
20 – 30 let				
30 a více let zpátky				
Tyto materiály nearchivujeme				
Jinak:				
Pozn.				

7.	Kde plakáty a letáky uchovááte? (lze zvolit více možností)
	V archivu tištěných materiálů
	Jako součást Kroniky knihovny
	V elektronickém archivu na domovské stránce
	V elektronickém archivu na záložním disku
	Jinak:
Pozn.	

*Vyplněné dotazníky, prosím, zašlete na e-mail: [jan.rux@seznam.cz](mailto:jan.rux@seznam.cz)*

*Ještě jednou Vám děkuji za spolupráci a jsem s pozdravem*

*Jana Ruxová*